

**Directorio digital de la oferta artística en el municipio de Caldas, Antioquia**

**Trabajo de Grado para optar por el título de Comunicadora y Periodista**

**Mariana Mejía Londoño**

**Asesora**

**MG. Angela María Correa Aramburo**

**Corporación Universitaria Lasallista**

**Facultad de Ciencias Sociales y Educación**

**Programa de Comunicación y Periodismo**

**Caldas – Antioquia**

**2018**

## Tabla de contenido

Resumen.....	6
Introducción.....	7
Justificación.....	9
Objetivos .....	11
Objetivo general.....	11
Objetivos específicos .....	11
Marco Teórico .....	12
Divulgación .....	12
Consumo cultural .....	13
Gestión cultural .....	14
El Arte y La Cultura.....	15
Multimedia:.....	16
Las Tic .....	17
Tecnología:.....	17
Información:.....	17
Comunicación:.....	17
Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC): .....	17
Metodología .....	18
Diseño de la investigación .....	18
Instrumentos de recolección de la información: .....	18
<input type="checkbox"/> Entrevistas informales.....	18
<input type="checkbox"/> Base de datos de artistas:.....	18
<input type="checkbox"/> Entrevista para construcción de portafolio: .....	18
<input type="checkbox"/> Análisis de redes sociales: .....	18
Resultados .....	19
Conclusiones.....	31
Recomendaciones.....	33
Referencias .....	34

## Tablas

Tabla 1. Canales de promoción de artistas durante las Fiestas de Aguacero.....	19
Tabla 2. Benchmarking páginas web .....	24

### Tabla de imágenes

Imagen 1. Información Directorio Artístico .....	21
Imagen 2. Totenart Directorio.....	22
Imagen 3. Directorio Artístico Galeón.....	22
Imagen 4. Directorio Danza.....	23
Imagen 5. Perfil Artista .....	23
Imagen 6. Redes de artistas .....	27

**Tabla de graficas**

Gráfica 1. Cuestionario artistas caldeños.....	24
Gráfica 2. Cuestionario artistas caldeños.....	25
Gráfica 3. Cuestionario artistas caldeños.....	26
Gráfica 4. Cuestionario artistas caldeños.....	27
Gráfica 5. Cuestionario artistas caldeños.....	28
Gráfica 6. Cuestionario artistas caldeños.....	29
Gráfica 7. Cuestionario artistas caldeños.....	29
Gráfica 8. Cuestionario artistas caldeños.....	30

## Resumen

El siguiente trabajo de investigación surge con el fin de suplir una necesidad presentada en la Casa de la Cultura de Caldas, Antioquia; relacionada directamente con la función que cumple la institución al ser la promotora del arte y la cultura en el municipio. Una organización encargada de mostrar a sus artistas y su trabajo, que tiene como misión, visualizar y dinamizar los diferentes procesos artísticos que se llevan a cabo, tanto dentro, como por fuera de la institución.

Por ello, la creación de un Directorio Artístico digital es una opción viable y de fácil realización, para entrar a fortalecer esos procesos de difusión que debe tener la Casa de la Cultura, siendo un proyecto de doble vía, que favorece tanto a los artistas del municipio como a la organización en general y ayuda en el cumplimiento de su misión como gestora cultural.

## Introducción

El municipio de Caldas, Antioquia, se ha caracterizado por tener un fuerte movimiento cultural. Cuna de artistas, de ideas, que cuenta con una amplia variedad de talento en áreas como la música, las artes plásticas, el teatro, la danza, la literatura; donde muchos de sus personajes han obtenido importantes reconocimientos nacionales e internacionales.

Un ejemplo de ello, y posiblemente el primer personaje del municipio que obtuvo reconocimiento por su obra, fue el poeta y dramaturgo colombiano Ciro Mendía, nacido en Caldas en el año 1892. A partir de allí la literatura y el teatro, cobraron fuerza en la localidad y años después se comenzaron a formar grupos en torno a las diferentes expresiones artísticas.

En los años 70, el lugar contaba con una amplia gama de actividades relacionadas con la movida cultural: teatro en las calles, cineclub, grupos de música, talleres de lectura, entre otros. A partir de estos espacios, comenzaron a surgir líderes o representantes en estas áreas. En 1977, con la creación de la Casa Municipal de la Cultura, (organismo que representa la imagen cultural de la comunidad) fue posible formalizar muchos de estos procesos que se estaban llevando a cabo.

Pese a tener mucha fuerza durante sus primeros años de servicio, ingresados en el Siglo XXI hubo una cierta decaída en el ámbito cultural, se generó una percepción de olvido por parte de la administración municipal hacia los artistas caldeños. Situación que ocasionó que varios de estos grupos comenzaran a buscar recursos y espacios por cuenta propia.

Este hecho provocó una ruptura entre artistas y gobernantes, afectando la credibilidad en el sector público.

Las últimas administraciones incluyeron en sus planes de desarrollo, políticas culturales que han favorecido el resurgimiento del sector. En este proceso se han desarrollado actividades y estrategias que acogen e involucran a los artistas caldeños, que les permiten mostrar su talento y abrir espacios de participación, y a las audiencias, crecer en el disfrute de estas manifestaciones.

Como parte activa de la solución, este ejercicio académico se vincula con la creación de un directorio artístico digital. Concebido como un mini *site* dentro de la página web oficial de la Casa de la Cultura. El directorio incluye una breve reseña de los artistas y la muestra de sus trabajos. De esta manera, los artistas pueden obtener la promoción de sus servicios, el público interesado, un sitio de fácil acceso para contactarlos, y la administración indicadores sólidos en su función de divulgación cultural.

El home de la página web tiene un enlace que en ruta al Directorio, el cual se pretende favorecer al artista y darle mayor visualización a su trabajo.

## Justificación

La Casa de la Cultura del Municipio de Caldas, Antioquia, es el escenario que representa la imagen cultural de la comunidad. En su desempeño, interactúan de manera dinámica y proactiva: planes, programas, proyectos, procesos, redes, organizaciones, instituciones, personas y recursos, de carácter local, regional, nacional e internacional para fortalecer y democratizar el acceso a los procesos de sensibilidad, creatividad, participación, investigación, identidad, formación artística y producción cultural.

Por ello, la creación de un *Directorio Artístico Digital* y de fácil manejo, entra a fortalecer los procesos de dinamización cultural llevados a cabo por esta entidad. Promoviendo aspectos de inclusión artística que permitan a niños, jóvenes, adultos e integrantes de la Administración Municipal, conocer la oferta en este campo y posibilitar la visualización del trabajo realizado por los diferentes artistas caldeños, para logra el objetivo de “abrir espacios de participación, siendo la Cultura el pilar fundamental para la transformación social”. (Plan de Desarrollo sector cultural 2016 – 2019).

La plataforma tiene como fin, facilitar ese proceso de difusión, visibilizando de manera ágil a los artistas y sus productos. El beneficio social y económico de este directorio está dirigido a los artistas, suministrando, al mismo tiempo, herramientas a la Casa de la Cultura, para un mejor cumplimiento de su misión como dinamizadora de la cultura municipal al contribuir en el desarrollo integral de sus pobladores y la formación de un nuevo ciudadano, que se reconozca así mismo e interactúe socialmente, consciente de su realidad y de su entorno.

Por medio de una correcta divulgación, la Casa de la Cultura, proyecta recuperar espacios y mantener la identidad del lugar. El arte y la cultura serán claves para la inclusión de toda la comunidad en los contextos sociales, haciendo un aporte significativo en la construcción de una sociedad pacífica.

## Objetivos

### Objetivo general

- Estructurar una estrategia de difusión digital que permita la visualización e interacción de los artistas caldeños con la comunidad.

### Objetivos específicos

- Diagnosticar las experiencias de difusión que ha implementado el municipio de Caldas para dar a conocer sus artistas.
- Identificar la oferta cultural que tiene el municipio de Caldas en las diferentes artes (música, teatro, artes plásticas, danza, literatura y audiovisuales).
- Categorizar los artistas en cada una de las áreas con su respectiva información.
- Diseñar una estrategia de comunicación digital que permita a los artistas y a la administración municipal, mantener actualizada la oferta.

## **Marco Teórico**

Emprender la construcción de una propuesta de divulgación cultural como lo es el Directorio Artístico Digital, supone la profundización en algunos conceptos, en este caso, se abordaron los siguientes: divulgación cultural, consumo cultural, gestión cultural, el arte y la cultura, multimedia y las Tecnologías de la Información y la Comunicación.

### **Divulgación**

Para Pasquali (1979) la divulgación se define como la “transmisión de mensajes estructurados, pasando por un proceso decodificador del contenido del lenguaje, es decir, las palabras técnicas son redefinidas de una manera comprensible, disponible para cualquier individuo”. Al hablar de cultura, debemos interpretar las palabras de Pasquali, como la posibilidad de transmitir manifestaciones artísticas desde la voluntad de sensibilizar al público con estos mensajes.

En sintonía con esta postura, Lozada (2000) afirma que “que la divulgación es como un trabajo de múltiples disciplinas unidas en un objetivo propio para ser comunicado, haciendo uso de diferentes medios para fluir la información, aplicando conocimiento propio para que, posteriormente, sea contextualizado a un lenguaje simple”.

Cuando esta comunicación “deja de ser exclusividad de una minoría dominada por clases sociales con alto poder y pasa a ser interés general de todas las personas”, Calvo (1983), se habla del surgimiento de la divulgación.

## Consumo cultural

Para entender el significado de consumo cultural, es necesario comenzar por definirlo. Autores como Cromie & Handelman (1999), señalan que el consumo es un proceso derivado de la cultura y la sociedad, con componentes económicos de uso y tiempo, que busca la satisfacción del individuo a través de la compra de bienes y servicios.

Entonces es posible entender el consumo cultural como una práctica relacionada con el acceso que tienen las personas a la cultura. Es decir, las razones por las cuales la gente se acerca a la cultura, ya que, como dice Martín-Barbero, “El consumo no es sólo reproducción de fuerzas, sino también producción de sentidos” Barbero, M. (1991).

Se centra en las normas, los valores y los significados. Estos aspectos socioculturales, simbólicos e ideológicos están relacionados con una sociedad dominada por el consumo, como enuncia Dittmar (2008).

Ambos términos se diferencian por el sector y los grupos sociales, estos últimos son definidos por variables que se presentan en todo sector: edad, sexo, región, clase social, lugar de residencia, entre otras.

Entonces podemos entender que el consumo no es tan solo la obtención de un producto, sino también, la producción y conformación de una identidad. Por ello, si una persona puede ver de forma tangible y accesible lo que el mercado cultural ofrece, es más probable que su interés se incremente y decida conocer un poco más sobre los servicios o propuestas que un artista tiene.

## **Gestión cultural**

Podemos entender este término de una forma simple como aquella labor profesional que pone en contacto a la cultura con la sociedad a través de una programación y unos proyectos establecidos.

Esto puede suceder de muchas maneras: fomentando la participación en actividades culturales, gestionando proyectos que nacen desde la iniciativa ciudadana, ayudando a desarrollar las posibilidades culturales de un grupo determinado, etc.

Según la UNESCO en su libro “Formación en gestión cultural y políticas culturales”, la gestión cultural es el término calificado para responder a la interrogante del espacio cada vez más amplio y complejo que ocupa la cultura en nuestra sociedad y que necesita de ciertas capacidades técnicas para llevar adelante proyectos artísticos culturales.

Es así como un mercado competitivo que tiende a exigir una mayor adaptación social y resultados inmediatos funciona solo con un correcto diseño de los proyectos y una adecuada gestión de los recursos, permitiendo convertir las buenas ideas y la creatividad en una verdadera acción cultural. En este sentido, la gestión cultural no está tan alejada del mundo empresarial y económico, por lo que también ha sido denominada Administración Cultural.

De esta forma, el rol del gestor o administrador cultural es facilitar y fortalecer el desarrollo cultural en su calidad de mediador entre las expresiones artísticas y los distintos públicos. Así lo afirma María Paz Soriano (2010) al referirse al tema cultural:

Su objetivo fundamental es crear canales que promuevan la participación de la comunidad en la dinámica cultural territorial, lo que a su vez retroalimenta y

estimula los fenómenos creativos y los hábitos culturales de la comunidad, además de buscar un equilibrio con ciertas lógicas del mercado que le permitan administrar eficientemente su proyecto cultural, algo imprescindible para su crecimiento y desarrollo sustentable en el tiempo.

A partir de esto, podemos describir la gestión cultural como un conjunto de estrategias realizadas y utilizadas para facilitar el acceso al ambiente cultural; es abrir la puerta para que la sociedad se integre a este ambiente, siendo este el puente que une a la sociedad con la cultura.

La gestión cultural, por tanto, puede desarrollarse y llevarse a cabo desde diversos ámbitos, tanto públicos como privados, lucrativos o no lucrativos, desde la “circulación de contenidos artísticos como desde la instalación de capacidades de gestión de los gobiernos locales para una adecuada gestión de los procesos culturales a nivel comunal” (cultura.gob.cl).

En conclusión, la gestión cultural no es más que la utilización eficiente y eficaz de los recursos económicos, humanos y materiales disponibles dentro de una organización, para hacer viable un proyecto, obteniendo el máximo rendimiento y acercándose a sus objetivos.

## **El Arte y la Cultura**

El concepto de arte es entendido como cualquier manifestación humana, producida con un fin estético o comunicativo. Es un medio por el cual se expresan ideas, emociones y visiones, con un fuerte componente cultural que refleja la historia y las percepciones de un lugar a través de una representación.

Por su parte, el concepto de cultura ha surgido en la sociedad humana desde los comienzos de la vida en la tierra y ha ido evolucionando paulatinamente, es decir, ha cambiado el concepto y se han incorporado nuevos significados e ideas al criterio. Un ejemplo de ello es la incorporación de la idea de una "industria cultural", entendida como una posibilidad de negocio, pues el arte se empieza a comercializar y a ser valorado por su representación estética (Adorno, 1988).

Se define entonces al arte y la cultura como la manifestación y representación de una individualidad, para empezar a mostrarse como un signo de exclusividad que genera distinción social, una historia, unas raíces, una identidad.

**Multimedia:**

Lo multimedial se entiende como una tecnología que permite integrar todos los formatos de insumos de información en un mismo soporte digital, incluyendo aquí galerías fotográficas, videos, archivos de audio, entre otros.

Se habla, además, de multimedia interactiva cuando el usuario tiene libre control sobre la presentación de los contenidos, acerca de qué desea ver y cuándo. Esto facilita en gran medida la presentación de los contenidos pues involucra muchos más sentidos en la persona que los ve, incrementa la cultura, favorece la competitividad y, en muchas ocasiones, puede convertirse en un recurso ahorrador del tiempo para los usuarios que visitan el portal. (Wikipedia, definición de multimedia interactiva)

Además, el impacto generado por la utilización de estas herramientas es mucho más grande y masivo cuando las personas tienen la oportunidad de visualizar los contenidos de forma interactiva.

Por ello en este Directorio Artístico digital, se planea tener galería fotográfica, una breve biografía de los que lo conforman y videos, que permitan a los interesados visualizar el trabajo artístico, haciendo más amena la navegación.

### **Las Tic**

**Tecnología:** Aplicación de los conocimientos científicos para facilitar la realización de las actividades humanas. Supone la creación de productos, instrumentos, lenguajes y métodos al servicio de las personas.

**Información:** Datos que tienen significado para determinados colectivos. La información resulta fundamental para las personas, ya que a partir del proceso cognitivo de la información que obtenemos continuamente con nuestros sentidos vamos tomando las decisiones que dan lugar a todas nuestras acciones.

**Comunicación:** Transmisión de mensajes entre personas. Como seres sociales las personas, además de recibir información de los demás, necesitamos comunicarnos para saber más de ellos, expresar nuestros pensamientos, sentimientos y deseos, coordinar los comportamientos de los grupos en convivencia, etc.

**Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC):** Cuando unimos estas tres palabras hacemos referencia al conjunto de avances tecnológicos que nos proporcionan la informática, las telecomunicaciones y las tecnologías audiovisuales, que comprenden los desarrollos relacionados con los ordenadores, Internet, la telefonía, los "*mass media*", las aplicaciones multimedia y la realidad virtual. Estas tecnologías básicamente nos proporcionan información, herramientas para su proceso y canales de comunicación.

## Metodología

### Diseño de la investigación

La metodología utilizada para este trabajo de grado es cualitativa con un alcance descriptivo, que permite analizar a profundidad la situación que se presenta entre el sector público – en este caso la Casa de la Cultura de Caldas- y la población de artistas que residen en este municipio.

### Instrumentos de recolección de la información:

- **Entrevistas informales:** su objetivo es indagar sobre la percepción que tienen los artistas frente al proceso de promoción que adelanta la Casa de la Cultura.
- **Sondeo:** se realiza para conocer la imagen que tienen los artistas frente a la Casa de la Cultura y si participarían con la institución en actividades.
- **Base de datos de artistas:** actualización necesaria para saber qué información está vigente
- **Entrevista para construcción de portafolio:** Esta matriz se diseñó con el fin de formular una estructura básica para obtener la información del directorio.
- **Análisis de redes sociales:** Impacto que tienen los artistas en las redes y conocimiento de su trabajo.

## Resultados

Durante la realización de este proyecto fue posible identificar un panorama general que presenta el municipio y su movida cultural. A continuación, se muestran los resultados obtenidos al realizar las estrategias planteadas para el cumplimiento de los objetivos presentados en este trabajo.

La Tabla 1 presenta los canales

**Tabla 1. Canales de promoción de artistas durante las Fiestas de Aguacero**

Canales	Fiestas del Aguacero			
	2014	2015	2016	2017
Afiche Promocional	X	X	X	X
Uso de las Carteleras Municipales		X	X	X
Difusión por Redes Sociales		X	X	X
Programación Impresa	X	X	X	X
Página Web				X
Emisoras		X	X	X
Vídeo Institucional				X
Voz a Voz	X	X	X	X

Fuente: Construcción propia

Con el fin de diagnosticar los medios de difusión usados por la Casa Municipal de la Cultura para promover el trabajo de los artistas caldeños, se realizó un análisis de las estrategias de comunicación usadas en un evento específico. En este caso se tomó como referente las Fiestas del Aguacero, celebración anual del municipio que cuenta con una amplia variedad de actividades artísticas y culturales repartidas en aproximadamente 10 o 12 días.

Estas fiestas, además de buscar entretener al público, tienen como objetivo involucrar a los artistas con su participación, ofreciendo espacios que facilitan la muestra y consumo de su trabajo.

No obstante, y pese a que existe una difusión masiva de la programación, la información es muy general y varias de las actividades o participantes pueden pasar desapercibidos; por ellos los artistas buscan de una forma independiente su promoción.

Para la identificación de la oferta cultural que tiene el municipio, se realizó un análisis de la base de datos que tiene la Casa de la Cultura. Allí, se encuentra la información categorizada de acuerdo con su área artística, dividida en: literatura, artes plásticas, música, danza, teatro y audiovisuales.

Cada rama, contaba con nombre (persona, colectivo o grupo), y números de contacto, sin embargo, por su falta de actualización, hay información que ya no es correcta, está incompleta, el artista ya no ejerce o desapareció del mercado.

También, para el cumplimiento de este objetivo, se hizo un análisis del archivo, con el fin de encontrar que artistas habían participado en alguna actividad realizada por el municipio, quienes han enviado material a la institución para dar a conocer su trabajo y quienes han sido tenidos en cuenta para participar en los diferentes eventos.

Con la recolección de esta información se logró entonces identificar cuales artistas aún se encuentran vigentes y residen actualmente en el municipio, obteniendo una nueva base de datos actualizada.

Para realizar la categorización de los artistas fue necesario contactarlos y hacer un sondeo con los datos requeridos.

## Imagen 1. Información Directorio Artístico

### Música

- Nombre y logo (si tiene)
- Reseña o descripción
- Integrantes
- Contacto

### Artes plásticas

- Nombre
- Reseña o descripción
- Reconocimientos o participación en eventos
- Contacto
- Portafolio

### Danza

- Nombre
- Reseña o descripción
- Participaciones y reconocimientos
- Contacto

### Literatura

- Nombre
- Breve biografía
- Obras destacadas y premios
- Participación en eventos
- Contacto

### Teatro

- Nombre
- Reseña o descripción
- Participaciones y reconocimientos
- Contacto

### Audiovisual

- Nombre
- Reseña o descripción
- Participaciones
- Reconocimientos
- Contacto

Fuente: Construcción propia

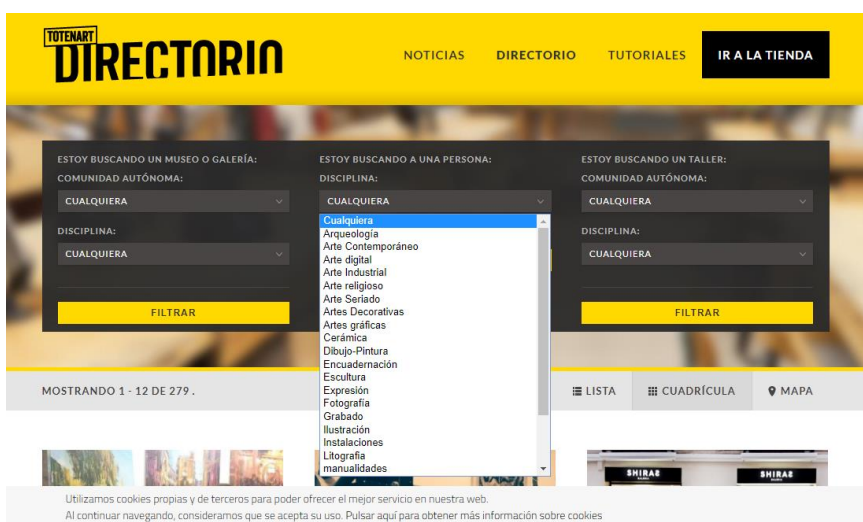
Finalmente, para diseñar la estrategia de comunicación digital que permitirá a los artistas y a la administración municipal mantener actualizada la oferta, se realizó una búsqueda en internet con el fin de identificar páginas web que tuvieran, dentro de su contenido, una sección donde el usuario pueda encontrar los artistas clasificados por áreas (música, artes, teatro...), imágenes, descripción, trayectoria, reconocimientos, y otra información adicional.

Los sitios cuentan algunos con filtros de búsqueda, para facilitar la navegación del usuario y lograr que rápidamente encontraran el artista que requerían con sus respectivas características.

Ya con esto, fue posible realizar un benchmarking, tomando como referencia, aquellos *websites* más llamativos y de fácil navegación, con el fin de obtener una idea de plataforma para el montaje del directorio artístico municipal.

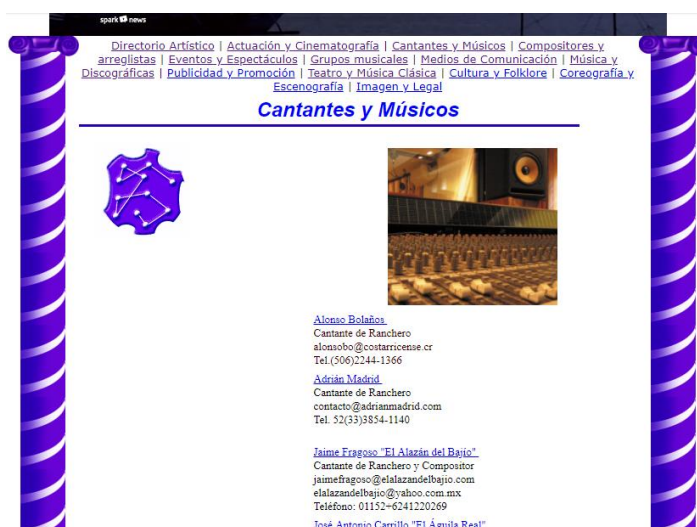
Las páginas visitadas y tomadas de referencia son halladas por búsquedas en internet, ninguna Casa de la Cultura, ha montado una plataforma así dentro de su sitio web.

Imagen 2. Totenart Directorio



Fuente: <https://totenart.com>

Imagen 3. Directorio Artístico Galeón



Fuente: <https://directorioartistico.galeon.com>

## Imagen 4. Directorio Danza

Buscar por nombre

Folklore Colombiano  
Ballet y Danza contemporánea  
Urbana - Jazz  
Salsa  
Otros

↓ Directorios  
Entidades Artísticas  
Entidades Culturales  
Escenotecnia

↓ Festivales  
Festivales Regionales  
Festivales Nacionales  
Festivales Internacionales

José de Jesús Prada Vesga

Luis Miguel Ramos

Angélica María Daza Mora

Luis Oswaldo Serrano Ardila

Christian Quijano

Jose León Chaparro

Fuente: <http://www.redanza.org>

## Imagen 5. Perfil Artista

Perfil Artístico

Magíster en Gestión de la Tecnología educativa, Especialista en Administración de la informática Educativa de la UDES, Licenciado en Educación Básica primaria de la Universidad Javeriana con diplomado en didáctica para la enseñanza de la danza en la Universidad del Tolima, ha participado en talleres como: Bailes cantados del Magdalena Medio; capacitación aeróbica para dirección de actividad física; Componentes Conceptual, Administrativo, Pedagógico y comunitario del PEI, Modelos Escuela Nueva; Uso productivo de la Internet (corporación COLDI); Informática Básica y avanzada (SENA); Masoterapia y Estética corporal. En el 2006 le fue otorgado el primer lugar como director artístico en la modalidad Compañías de Danza por la corporación artística "Proyecta tu Cuerpo".

Actualmente es Docente y también director del grupo de Danza de la Institución Educativa Las Puentes de Zapatoca, Coreógrafo de revistas para interclases, Profesor de aeróbicos y bailoterapia, fundador y Director de La Compañía de Danza Jipijapa.

Nombres y Apellidos	Seudónimo	Año de inicio de la actividad artística	Estado
Luis Oswaldo Serrano Ardila		2005	Activo

Ubicación

- Dirección: Carrera 9 N° 18 - 50
- Teléfono:
- Móvil: 3005326066
- Email: [oswaldo1502@yahoo.com](mailto:oswaldo1502@yahoo.com)
- Página web: [www.facebook.com/danzajipijapazapatoca/](http://www.facebook.com/danzajipijapazapatoca/)

Fuente: <http://www.redanza.org>

Tabla 2. Benchmarking páginas web

Sitio web de referencia	División por categoría	Filtros de búsqueda	Fotografías	Descripción del artista	Contacto	Redirección a otras páginas
www.redanza.org	X	X	X	X	X	X
directorioartistico.galeon.com	X				X	
totenart.com	X	X	X	X	X	X
crisolartedirectorioartistico.blogspot.com			X	X	X	X
ticoindex.com	X				X	

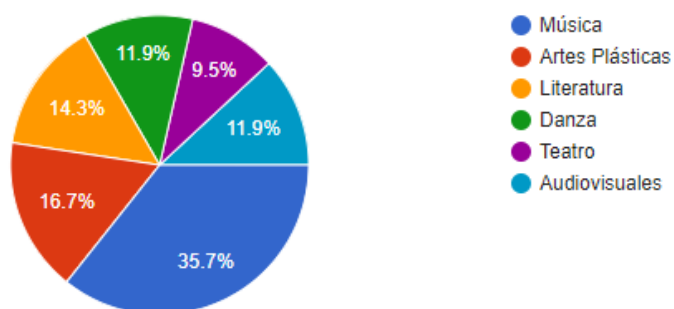
Fuente: Construcción propia

Adicionalmente, se realizó otro sondeo para identificar la percepción de los artistas caldeños, frente al panorama cultural que atraviesa el municipio, y saber así, que tan apoyados se sienten, cual es la imagen que tienen de las instituciones públicas y que tan viable ven la realización de un directorio artístico local.

Gráfica 1. Cuestionario artistas caldeños

¿Cuál es el área artística a la que pertenece?

42 respuestas



Según el cuestionario realizado a algunos artistas caldeños, el área de música es la que cuenta con un mayor número de integrantes, seguido de artes plásticas, literatura, danza, audiovisuales y finalmente teatro.

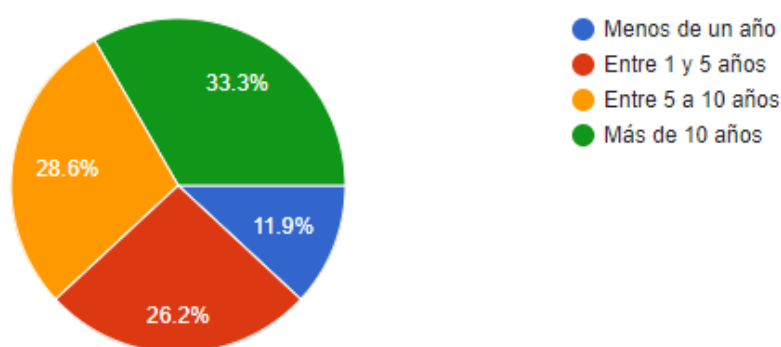
Es decir, gran parte de los artistas del municipio en su mayoría son músicos, marcando así tendencia en esta área.

Por otro lado, el teatro no es un fuerte dentro del municipio, no son muchas las personas que hacen parte de este arte y pese a que anualmente se celebra el Festival de Teatro Cielo Roto, esta área siempre está representada por los mismos colectivos, la Compañía Artística Polichinela y los grupos de formación y proyección de teatro de la Casa de la Cultura.

**Gráfica 2. Cuestionario artistas caldeños**

¿Desde hace cuánto tiempo hace parte de la escena artística del municipio?

42 respuestas



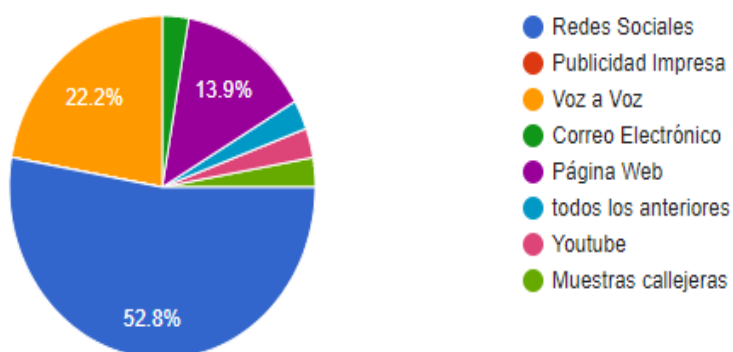
Fuente: Autoría propia

Como se puede observar en la gráfica, muchos de los artistas llevan más de 10 años haciendo parte de la escena del municipio, contando con un amplio recorrido en su área. También es posible observar que hay muy pocos artistas nuevos o personas que se han vinculado hace menos de un año a la movida cultural, este fenómeno se destacó, sobre todo, en el área audiovisual, un arte que apenas está cogiendo fuerza entre los caldeños.

**Gráfica 3. Cuestionario artistas caldeños**

¿Qué medios utiliza para dar a conocer su trabajo?

36 respuestas

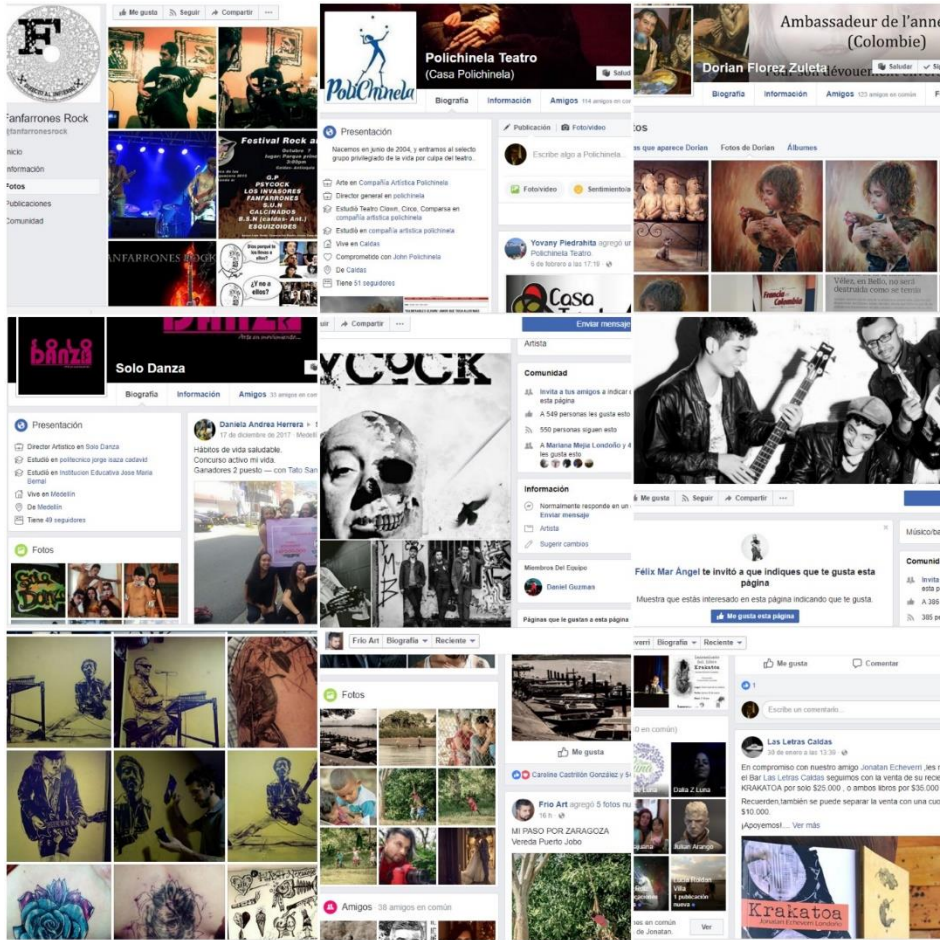


Fuente: Autoría propia

Las redes sociales han sido la principal herramienta para la difusión del trabajo realizado por los artistas. A través de ellas, los músicos, artistas plásticos, teatreros y demás, crean páginas para promocionarse y mostrarse.

Los canales de difusión de menor uso son el correo electrónico, la publicidad impresa y las páginas web oficiales que únicamente las tienen los artistas de mayor recorrido, quienes, además, tienen los recursos para pagar por el montaje de una plataforma oficial.

Imagen 6. Redes de artistas

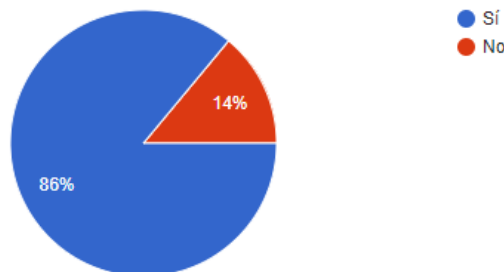


Fuente: Construcción propia

Gráfica 4. Cuestionario artistas caldeños

¿Ha participado en eventos dentro del municipio donde ha tenido la oportunidad de mostrar su trabajo?

43 respuestas



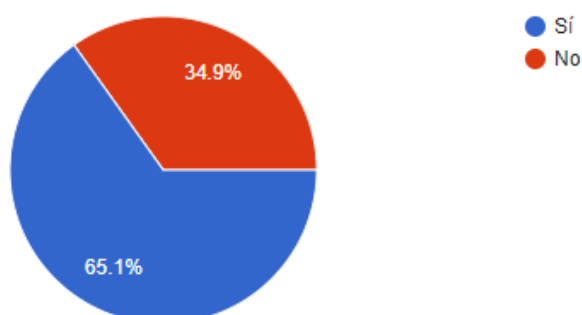
Fuente: autoría propia

En su mayoría, los artistas han participado en eventos realizados en el municipio, (sin ser necesariamente organizados por la administración), tales como conciertos, bazares y muestras artísticas. El porcentaje que no ha participado, son quienes apenas comienzan su carrera artística y no han tenido la oportunidad o simplemente no se han interesado por mostrarse en el entorno local.

**Gráfica 5. Cuestionario artistas caldeños**

¿Alguna vez ha participado en un evento organizado por la administración municipal?

43 respuestas

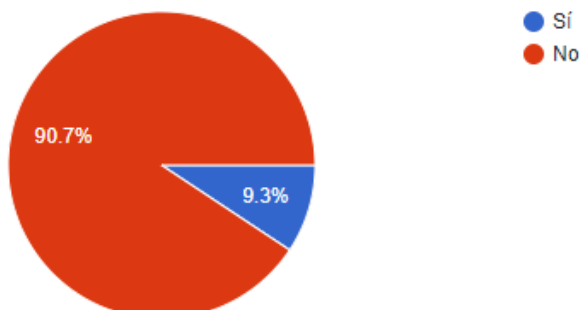


La administración municipal ha abierto espacios para que los artistas locales muestren su trabajo y participen de las actividades que desde allí se realizan (Semana de la Juventud, Fiestas del Aguacero, Festival de Teatro, Parquearte, entre otras). Aunque muchos han hecho parte de estos eventos, cada vez es menos el interés que muestran frente a las convocatorias.

### Gráfica 6. Cuestionario artistas caldeños

¿Siente que el apoyo brindado a los artistas es suficiente?

43 respuestas

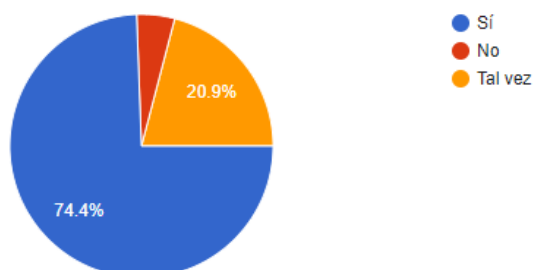


Un aspecto preocupante, es la imagen que tienen los caldeños de una organización pública, en este caso la Casa de la Cultura, quienes expresan desde su punto de vista, la falta de apoyo que existe para los artistas. Esta opinión se presenta especialmente en quienes son independientes de la institución y no tienen ningún tipo de vinculación con ella. Para ellos se reducen las posibilidades de participación, y aunque a veces sí son tenidos en cuenta, no tienen las mismas oportunidades ni ventajas que pueden presentar aquellos pertenecientes a los grupos de proyección o escuelas artísticas de la administración.

### Gráfica 7. Cuestionario artistas caldeños

¿Cree que es buena idea tener un directorio abierto al público con la oferta artística que hay en el municipio?

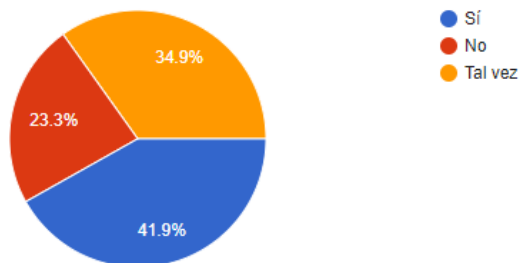
43 respuestas



### Gráfica 8. Cuestionario artistas caldeños

¿Le gustaría hacer parte de ese directorio?

43 respuestas



No obstante, los artistas apoyan la idea de generar estrategias para mejorar la relación entre la institución y la comunidad; por ello, la creación de un directorio artístico, visible en una plataforma institucional, llamó la atención de muchos al verlo como una forma de lograr mayor visualización de su trabajo y así mismo, conseguir más espacios de participación.

Aunque la idea del directorio era llamativa, a la hora de preguntar si haría parte de este, varios de los participantes accedieron de inmediato, otros se mostraron indecisos o les era indiferente y otros no estaban interesados. La característica del último grupo, son personas que cuentan con un amplio recorrido artístico y son ya reconocidos en su área.

## Conclusiones

De acuerdo con los sondeos realizados, la imagen de la Casa Municipal de la Cultura y de la Administración en general, no es muy favorecedora. Por ello, hay que plantear estrategias efectivas que recuperen esa relación entre la institución y la comunidad.

La propuesta del directorio artístico es llamativa, sin embargo, debe reforzarse con otros componentes para que sea una plataforma efectiva, que se mantenga actualizada y cumpla verdaderamente su objetivo.

Por parte de la administración, existen factores como la falta de presupuesto y la rotación en los puestos de trabajo que limitan las acciones que se pueden hacer por los artistas.

En el caso de los artistas, hay varios que no son constantes y generan desinterés por su trabajo. También existe falta de innovación en sus productos, es decir, si un artista se siente cómodo con lo que hace, no quiere salir de su zona de confort y se encasilla solamente en una forma de hacer las cosas, volviéndose monótono y provocando estancamiento.

Aunque existen muchas convocatorias dirigidas a los artistas, son muy pocos los que se enteran de ellas, o se les hace difícil acceder a las mismas por los requerimientos que exigen.

Los espacios que ofrece el municipio para la participación artística son muy limitados y terminan participando en repetidas ocasiones los mismos de siempre. Esta problemática causa desmotivación en los demás al sentirse excluidos o no tenidos en cuenta a la hora de la realización de eventos.

Muchos músicos sienten que por pertenecer a un género poco comercial o diferente se les han cerrado puertas y su trabajo no es tan valorado. Los espacios que se ofrecen para las músicas alternativas son limitados y normalmente realizar eventos de este tipo genera cierta “polémica” al tener muchas restricciones y poco apoyo.

Los grupos de proyección de la Casa Municipal de la Cultura no presentan las mismas limitaciones que un artista independiente, ellos al estar vinculados con la institución se les hace más fácil conseguir espacios de participación.

## Recomendaciones

La Casa de la Cultura podría ofrecer a los artistas locales, talleres donde se trabaje todo el tema de gestión cultural, así, quienes trabajan de forma independiente puedan desenvolverse de manera autónoma en el mundo del arte y hacer de esta su forma de sustento.

Mantener siempre el contacto entre la institución y la comunidad artística es importante, por eso, la creación de un grupo de WhatsApp, es un buen canal para hacer llegar información oportuna sobre convocatorias, eventos y mantener una retroalimentación entre las partes.

Dar más oportunidades de participación a artistas que todavía no han hecho parte de las actividades realizadas en el transcurso del año programadas por la administración municipal.

## Referencias

- Adorno, R. (1988). Historia, Sujeto Social y Discurso Poético en la Colonia. *Revista de Crítica Literaria Latinoamericana*, 14(28), 55-68.
- Barbero, M. (1991). *Recepción, uso de medios y consumo cultural*. Recuperado de: [https://nexosconexos.files.wordpress.com/2011/10/barbero\\_recepcic3b3nuso.pdf](https://nexosconexos.files.wordpress.com/2011/10/barbero_recepcic3b3nuso.pdf)
- Banco Interamericano de Desarrollo – Unesco. (1983). *El valor de la cultura*. Documento de posición para el Foro Desarrollo y Cultura. París.
- Calvo, Manuel. (1983) *Manual de Periodismo Científico*. España: Editorial Bosh.
- Casa de la Cultura. (2013). Plan decenal de cultura, municipio de Caldas, Antioquia 2014-2023. Medellín: Administración Municipal y Casa de la Cultura.
- Cromie, M & Handelman, R. (1999), *Culture, Communication and National Identity*. Canada: University of Toronto Press.
- Dittmar, H. (2008). Consumer culture, identity and well-being: The search of the “good life” and the “body perfect”. Nueva York: Psychology Press.
- Herrera, Felipe. (1989). *El escenario latinoamericano y el desafío cultural*. Bogotá: Gente Nueva
- Lozada, I. (2000): “Divulgación Científica”. Recuperado de: <http://www.divulgacion.ccg.unam.mx/panel/8/divulgaci%C3%B3n-cient%C3%ADfica>
- Ministerio de Cultura. (2001). Plan nacional de cultura. Bogotá: Mincultura.
- Ministerios de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. (2016). Plan de Participación Ciudadana. Bogotá: MinTIC.
- Observatorio Cultural del Proyecto Atalaya. (2014). Manual Atalaya. Apoyo a la gestión cultural. España: Consejería de Economía, Innovación, Ciencia y Empleo de la Junta de Andalucía.
- Pasquali, A. (1970). *Comprender la comunicación*. Venezuela: Monte Ávila Latinoamericana.
- Plataforma académica para investigación. (2015): Las TIC como apoyo a la educación. Recuperado de: <http://aprendeonline.udea.edu.co/lms/investigacion/mod/page/view.php?id=3118>
- Ruiz, Enrique. (1972). *La descolonización de la cultura*. Barcelona, Planeta.
- Soliano, María P. (2010). Fundamentos de Gestión Empresarial para la Cultura y las Artes. Recuperado de: <https://es.scribd.com/document/319903459/Que-Es-La-Gestion-Cultural>
- Unesco. (2005). Formación en gestión cultural y políticas culturales. España: IBERFORMAT, OEI y Unesco.
- Unesco. (1979). Culturas. Los valores culturales. Dimensión cultural del Desarrollo. España: Unesco.