



MEMORIAS DEL DIPLOMADO: GESTIÓN Y
LENGUAJES PARA LA ESCENA 2014

MEMORIAS DEL DIPLOMADO: GESTIÓN Y LENGUAJES PARA LA ESCENA 2014

GERENCIA DE ARTE DRAMÁTICO
INSTITUTO DISTRITAL DE LAS ARTES - IDARTES

CORPORACIÓN CULTURAL TEATRO DEL SUR

ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ

Enrique Peñalosa Londoño
Alcalde Mayor de Bogotá D.C.

María Claudia López Sorzano
Secretaria de Cultura, Recreación y Deporte

INSTITUTO DISTRITAL DE LAS ARTES - IDARTES

Juliana Restrepo Tirado
Directora General

Jaime Cerón Silva
Subdirector de las Artes

Ingrid Liliana Delgado Bohórquez
Subdirectora de Equipamientos Culturales

Liliana Valencia Mejía
Subdirectora Administrativa y financiera

GERENCIA DE ARTE DRAMÁTICO IDARTES

Nathalia Contreras Álvarez
Gerente de Arte Dramático

Lylyan Rojas Álvarez
Michelle Lozano Uribe
Liliana Chicuzaque Segura
Armando Parra Garzón
Equipo misional

Patricia Rivas Rodríguez
Coordinadora administrativa

Javier Piracún Benavides
Javier Mayor Forero
Martha Buitrago Valbuena
Equipo de Apoyo a la supervisión

Teatro R101
Edición y corrección de estilo

Carolina García Contreras
Compilación

Andrés Pascuas Cano
Diseño

Coordinación general del diplomado
Carolina García y Diana Rodríguez

Sistematización y compilación
Diana Rodríguez

Apoyo logístico y académico
Ferny Pinzón

Damos un agradecimiento especial a la organización Teatro del Sur por su apoyo y acompañamiento en este diplomado, fruto del proceso sectorial con jóvenes creadores en 2014.

Perorata: monólogo poco oportuno hecho con cierto apasionamiento y vehemencia / Grupo Drama Magdalena / Archivo particular
Portada

978-958-59430-1-8
ISBN

Buenos y Creativos SAS
www.buenosycreativos.com.co
Impresión

Impreso en Colombia

Gerencia de Arte Dramático – Idartes
Calle 8 n.º 8-52
Teléfono: (571)3795750 ext. 3201
www.idartes.gov.co
artedramatico@idartes.gov.co
Síguenos en:
Facebook: arte dramatico idartes
Twitter: @ArtedramaticoID

CONTENIDO

PÁG.

Presentación Gerencia de Arte Dramático - Idartes	9
Reflexiones iniciales Diana Rodríguez - Corporación Cultural Teatro del Sur	12
MÓDULO I: FORMALIZACIÓN JURÍDICA Y GESTIÓN DE RECURSOS	25
Encaminamiento organizacional, formalización, requisitos e implicaciones. Planes de acción, administración y normatividad contable - Efraín Botero	
Responsabilidad social - Mónica Heincke	
Cooperación Internacional - Gina Rico	
Convocatorias del sector público - Diana Pescador	
Circulación: giras, festivales y presentaciones locales - Martha Sáenz	
MÓDULO II: IMAGEN, COMUNICACIÓN Y MERCADEO	63
Visibilización, mercadeo y posicionamiento. Medios alternativos - William Guevara	
Construcción de imagen. Recursos web, administración de contenidos digitales y redes sociales - Edwin Muñoz	
MÓDULO III: LENGUAJES ESCÉNICOS	81
Lenguajes para la iluminación y composición de atmósferas - Sergio Fabri	
Lenguajes para la escena: Arte de la escena - Juan Carlos Aldana	
Composición sonora y música - Nicolás Montaña	
Conclusiones	118
Índice fotográfico	120



PRESENTACIÓN GERENCIA DE ARTE DRAMÁTICO - IDARTES

Durante los últimos ocho años el sector de jóvenes creadores en arte dramático ha realizado una apuesta por la generación de un espacio de formación permanente que fortalezca escenarios para la creación, circulación, gestión, producción y difusión escénica, con el objetivo de potenciar las propuestas de cada una de las agrupaciones de la ciudad y consolidar así su proyecto teatral.

El sector ha decidido transitar por distintas experiencias formativas que van desde conversatorios, pasando por un semillero de investigación, hasta el desarrollo de una cátedra disciplinar en el año 2013. Las temáticas abordadas en cada uno de estos espacios responden a las necesidades de los grupos y por tanto a una necesidad vital de las agrupaciones por comprender y generar propuestas acordes con los retos del arte escénico contemporáneo.

Para el año 2014 la concertación del sector generó una nueva propuesta formativa: el diplomado Gestión y Lenguajes de la escena para jóvenes creadores, un espacio de interlocución en torno a los planteamientos más recientes de la dimensión organizacional, los medios digitales y el mercadeo, la gestión cultural y la producción escénica de espectáculos teatrales. Retos que debe asumir diariamente el joven creador, en los cuales las crisis y rupturas son tan cotidianas como la creación y transformación de las organizaciones artísticas.

Las preocupaciones de los jóvenes creadores -quienes pensaron desde un principio en las diferentes líneas del diplomado- se centraron en dos campos problemáticos: cómo constituir un campo de producción escénico sólido y cómo sostenerse económicamente sin sacrificar sus apuestas creativas. De allí que el diplomado se pensó desde tres aristas:

Formalización Jurídica y Gestión de Recursos, Imagen, Comunicación y Mercadeo y Lenguajes Escénicos.

Este proceso de formación de 120 horas fue posible gracias a la unión de esfuerzos entre el Instituto Distrital de las Artes y la Corporación Cultural Teatro del Sur, con el aval de la Universidad Pedagógica Nacional. Damos gracias a todas y cada una de las personas que contribuyeron en este proceso y aportaron con su tiempo, dedicación y esfuerzo a que este diplomado fuera posible.



REFLEXIONES INICIALES

La formación integral de artistas escénicos implica abrir nuevos campos de reflexión que resignifiquen sus apuestas organizativas y creativas, además de articular nuevos saberes y formas de accionar en el campo teatral contemporáneo.

Los jóvenes creadores en arte dramático de la ciudad de Bogotá decidimos asumir el reto. Gracias a ello, se ha priorizado la formación dentro del proceso de fortalecimiento del sector, se ha abierto la reflexión en torno a los campos del teatro bogotano que es necesario ampliar, y se han estudiado los retos de la organización, creación, puesta en escena, circulación y sostenimiento de las prácticas teatrales denominadas jóvenes.

El documento que sigue a continuación recoge las propuestas de los maestros y maestras invitadas al diplomado *Gestión y Lenguajes para la Escena*. Estas reflexiones permitirán consolidar un proceso formativo que complementará los saberes empíricos y los saberes construidos desde la academia, a través de un diálogo de saberes que ofrece una mirada refrescante sobre los procesos organizativos teatrales de la ciudad.

El texto está estructurado en tres momentos, con múltiples entradas, por lo que la lectura no debe ser necesariamente lineal. El lector puede entrar al texto por cualquier apartado y desplazarse, desde

allí, a las discusiones o a los ejercicios prácticos, según sus intereses lo orienten. El primer momento hace referencia a los ejes articuladores del proceso de formación de un joven creador; el segundo, a las discusiones temáticas de acuerdo a cada una de las sesiones de trabajo (memoria de la experiencia) y, finalmente, el tercero expone algunas de las reflexiones que deja la experiencia de este diplomado.

Bienvenidos y que disfruten la lectura.

Diana Rodríguez
Corporación Cultural Teatro del Sur



LA PROPUESTA DEL DIPLOMADO

El sector de jóvenes creadores en arte dramático de la ciudad de Bogotá, inquieto por las nuevas formas organizativas y de creación que diariamente retan su quehacer, decide iniciar una reflexión profunda sobre aquellos aspectos que hacen parte de su trabajo cotidiano y que pueden potenciar o entorpecer su apuesta estética. Para ello, consideran de vital importancia abrir un espacio, dentro del componente de formación del sector, que les permita preguntarse y explorar sobre aspectos concretos de la vida administrativa y de la creación desde el sonido, la luz y la escenografía.

A primera vista, estos componentes parecen desarticulados. ¿Qué tienen en común los aspectos contables, el sonido, la luz y la escenografía con la producción escénica? La respuesta, aunque sencilla y aparentemente obvia, se centra en los sueños y en las creaciones de estos jóvenes actores/actrices, directores y dramaturgos de la ciudad de Bogotá, que pretenden fortalecer el movimiento teatral contemporáneo, a la vez que construyen propuestas organizativas sólidas y sostenibles que faciliten la consolidación de sus apuestas estéticas, éticas y políticas.

De allí que el diplomado *Gestión y Lenguajes para la Escena* tuviera como objetivo fortalecer el proceso de formación del sector de jóvenes creadores en arte dramático, a través de un espacio de cualificación en torno al fortalecimiento organizacional y artístico para la escena.

Los objetivos específicos fueron:

- Propiciar un espacio de debate en torno al lugar que ocupa la dimensión organizativa legal, en las agrupaciones teatrales de los jóvenes creadores en Bogotá.
- Identificar el estado de gestión de recursos de las agrupaciones teatrales de los jóvenes creadores.
- Realizar un balance de la producción de eventos teatrales liderados por los jóvenes creadores, con el fin de identificar su impacto en la ciudad.
- Aportar estrategias metodológicas del arte para la escena que potencien las creaciones teatrales de los jóvenes creadores.

Como en todo proceso de formación, es importante desarrollar una metodología que nos permita llevar a cabo nuestros objetivos. Es así como se plantea una estrategia de trabajo proveniente del “Aprendizaje basado en problemas” (ABP), que busca que los y las participantes centren sus reflexiones con base en unas preguntas orientadoras, que les permitan analizar los problemas propios del sector de jóvenes creadores en Bogotá. Así, durante las sesiones de articulación, se evidenciarán alternativas de solución. Para ello, se propusieron las siguientes preguntas iniciales:

¿Qué tipo de propuestas organizativas del teatro joven bogotano logran alcanzar sus objetivos en materia de sostenimiento?

¿Cómo articular las dimensiones organizacionales y creativas del teatro joven bogotano contemporáneo?

¿Qué tipo de estrategias pueden ser susceptibles de ser creadas y/o adaptadas para lograr el anhelado equilibrio entre creación y sostenibilidad teatral?

¿Cómo los jóvenes creadores implementan las estrategias alternativas de visibilización de sus creaciones artísticas?

Como propuesta evaluativa del proceso, se consideraron tres momentos importantes: la perspectiva de los asistentes (autoevaluación), la de sus compañeros (coevaluación) y la del maestro orientador (heteroevaluación). Estos momentos tenían como objetivo fortalecer las agrupaciones de teatro joven bogotano, en términos organizativos, creativos y de investigación.

El sector de jóvenes creadores en arte dramático se piensa de manera permanente. Por ello, el diplomado pretendía el fortalecimiento del sector con el ingreso de nuevas agrupaciones, la reflexión creativa y productiva de materiales (escritos, escenas, ejercicios, etc.) durante el proceso formativo y la discusión propositiva frente a los retos del teatro bogotano.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Dado el carácter formativo del diplomado, se propuso realizar la evaluación del proceso en tres niveles:

- **Autoaprendizaje**

Al finalizar cada eje temático, los asistentes darán cuenta de los aprendizajes propios, así como de los retos que tienen con su organización teatral y con el sector de jóvenes creadores.



- **Aprendizaje**

Durante el desarrollo del diplomado, es vital que el estudiante desarrolle habilidades que le permitan trabajar en equipo y evaluar a sus compañeros, a través de las distintas actividades desarrolladas.

- **Asistencia y participación**

Se exige una asistencia a por lo menos el 80% del diplomado y participación activa en los eventos del diplomado (lecturas, elaboración de documentos escritos, plenarias...).

LOS MÓDULOS

El diplomado estuvo estructurado en tres módulos. El primero, *Formalización Jurídica y Gestión de Recursos*, tuvo como objetivo realizar un acercamiento a los aspectos más importantes en la organización formal de las agrupaciones y el diseño de estrategias que faciliten la permanencia de las mismas en el sector teatral. El segundo, *Imagen, Comunicación y Mercadeo*, pretendió visibilizar y proyectar las apuestas estéticas del sector en los distintos medios comunicativos web. Finalmente el tercero, *Lenguajes Escénicos*, con el cual se cerraba esta panorámica de retos para el teatro joven de la ciudad, se enfocó en pensar el lugar de la luz, la escenografía y la música para la escena.

Si bien el diplomado no pretendía solucionar todas las situaciones a las que se ven enfrentados los jóvenes creadores, sí se concibió como un espacio que permitiera el debate en torno al lugar que ocupa la dimensión organizativa legal en las agrupaciones teatrales de los jóvenes creadores en Bogotá. También quiso identificar el estado de gestión de recursos de dichas agrupaciones; realizar un balance de la producción de eventos teatrales liderados por ellos, con el fin de identificar su impacto en la ciudad, y aportar estrategias metodológicas del arte para la escena que potencien las creaciones teatrales de estos jóvenes creadores.

Cada una de las discusiones, actividades, actos creativos que se dieron en el diplomado se enmarcaron en el contexto político-cultural actual de la ciudad, que requiere de unos teatristas formados integralmente, en palabras de Lluís Bonet (Asamblea General de la Unesco 2003):

Estamos convencidos de que disponer de profesionales, artistas, técnicos, artesanos, funcionarios y políticos bien formados es la mejor garantía para conseguir un desarrollo sostenible de los proyectos y las organizaciones culturales, y un uso racional de los recursos disponibles, por desgracia siempre escaso. Sólo así es posible hacer viable social y económicamente, y propiciar una real participación ciudadana y una buena difusión de la cultura (...). Estamos convencidos de que promover la educación artística y la formación continuada de los actores culturales tienen un rédito asegurado a mediano y largo plazo.

Así bien, este proceso formativo permite un singular diálogo entre las agrupaciones sobre sus intereses creativos, el alcance de los mismos y las necesidades o no de legalizar su agrupación. Igualmente entran en debate las políticas culturales, las implicaciones de las industrias culturales, el uso de los medios web y cómo ello visibiliza las formas de ser y hacer de un sector en permanente cambio y deconstrucción, un sector fuerte, pujante.

Este proceso que iniciamos, lejos de dar certezas, permitió el reconocimiento de los saberes previos, la reflexión sobre las equivocaciones y la superación de prejuicios. Nos permitió comprender que la función no inicia cuando se sube el telón. Para llegar allí, hay un recorrido largo y complejo, que parte de la pregunta sobre el proyecto de vida, hilo conductor que acompañó, desde el primer puerto, toda la vivencia de este diplomado que logró dejar una mirada renovada del teatro bogotano.

PERFIL DE LOS MAESTROS

A continuación, los perfiles de los maestros que participaron en este diplomado:

Efraín Botero

Profesional en Administración de Empresas de la Universidad de Antioquia, con estudios de postgrado en Gerencia para el Desarrollo, experiencia en docencia universitaria y amplia trayectoria en trabajo comunitario, social y de cooperación internacional. Ha estado vinculado con el trabajo social, la investigación y la capacitación de poblaciones marginadas y excluidas, tanto en zonas urbanas como rurales en varias regiones del país. Fue cofundador de una organización social a nivel local y ha trabajado con organizaciones de cooperación internacional como Oxfam, Gran Bretaña, y Tierra de Hombres, Suiza. En la actualidad, es el Coordinador Nacional de Tierra de Hombres en Colombia.

Mónica Heincke

Asesora, facilitadora y capacitadora en gestión estratégica, emprendimiento y sostenibilidad con énfasis en responsabilidad social corporativa (RSC), desarrollo sostenible de comunidades y relaciones multi-sectoriales e interculturales.

Gina Rico

Ha trabajado con organismos de cooperación internacional por más de cinco años, especialmente en el campo de derechos humanos. En los últimos tres años, se ha dedicado al fortalecimiento de organizaciones de la sociedad civil en Kenia, Botsuana, Ruanda y la República Dominicana en temas como elaboración, monitoreo, seguimiento y evaluación de proyectos sociales; aplicando metodologías como el marco lógico, gestión basada en resultados, recaudación de fondos, y formato de subvenciones (Unión Europea). Amplia experiencia en el campo de

derechos de las minorías, derechos de la niñez, discriminación racial y herramientas como el teatro para la construcción de paz. Recientemente, está en el Reino Unido desempeñando labores de gestión de proyectos para ONG como Amnistía Internacional, Brigadas de Paz y *Minority Rights Group*.

Diana Pescador

Administradora financiera, especialista en planeación, gestión y control del desarrollo social con estudios en artes escénicas y gerencia de proyectos. Amplia experiencia y conocimiento en gestión cultural, administrativa y de recursos. Manejo de alianzas estratégicas y actividades relacionadas con la supervisión de proyectos. Habilidades personales para trabajar en equipos interdisciplinarios, optimizando las relaciones institucionales y comunicacionales, con enfoque al logro, al servicio y al trabajo enmarcado en principios de responsabilidad social y desarrollo humano.

Martha Sáenz

Licenciada en Español - Inglés con opción en Crítica Literaria de la Universidad Pedagógica Nacional. Ha realizado diversos talleres y seminarios de especialización en docencia para poblaciones vulnerables, en gestión cultural y en producción de eventos. Con la Comunidad de Religiosas del Sagrado Corazón tomó el *Seminario de Formación en Educación Popular* y el *Seminario de Formación en Educación Experimental, EP*. Con la Red de Jóvenes Promotores Culturales -Alteratro cursó los talleres *Gestión y administración de salas y espacios culturales*, *Organización y producción de espectáculos escénicos* y *Organización y realización de giras artísticas*. Tiene experiencia en diseño, organización y ejecución de proyectos sociales y culturales, así como de aquellos en concertación con instituciones estatales. En la actualidad, es la Coordinadora de Eventos Especiales del Festival de Teatro de Bogotá y la Directora del Proyecto Pedagógico del Teatro R101.

William Guevara

Actor, dramaturgo y director del colectivo Púrpura Creativo, con quienes ha tenido en cartelera las obras *Adorada Yllá – un sueño marciano* (Premio de Circulación de Obra Creada 2013), *Bizarro y V/Ben Estrella*, entre otras. Director y editor de Kiosko Teatral.

Edwin Muñoz

Actor Licenciado en Diseño Tecnológico. Magíster Certificado de Reconocimiento de Competencia Profesional en la Unidad de Competencia *Iluminar espacios escénicos* y Módulo Profesional de *Iluminación de espacios escénicos*, correspondientes al Título de Técnico Superior en Imagen. Dispositivo de Evaluación y Reconocimiento de la Competencia. Departamento de Educación, Universidades e Investigación. Gobierno de la Comunidad Autónoma del País Vasco (Estado español). Junio/2010.

Juan Carlos Aldana

Artista colombiano, licenciado en Escenografía del Instituto Nacional de Bellas Artes, México. Magíster Interdisciplinar en Teatro y Artes Vivas de la Universidad Nacional de Colombia.

Nicolás Montaña

Compositor y productor musical en National Geographic Channel y Fox Telecombia. Compositor, arreglista e intérprete en el Teatro Nacional.

Sergio Fabri

Diseñador y operador de Iluminación Escénica. Cuenta con Certificado de Reconocimiento de Competencia Profesional en la Unidad de Competencia. *Iluminar espacios escénicos* y Módulo Profesional de *Iluminación de espacios escénicos*, correspondientes al Título de Técnico Superior en Imagen del Gobierno de la Comunidad Autónoma del País Vasco (Estado español). Participa en otras áreas técnicas como edición de sonido y sonorización, edición y operación de video, diseño, realización y montaje de decorados y atrezzo.





MÓDULO I

FORMALIZACIÓN JURÍDICA Y GESTIÓN DE RECURSOS

Constituirse legalmente, ¿necesidad, obligación o posibilidad?

En el ámbito de las agrupaciones artísticas es común ver una resistencia ante la organización de carácter legal. Expresiones como “no necesitamos ese tipo de legalidad para construir nuestra apuesta estética” o “el dinero y la formalidad arruinan los procesos” son algunos de los argumentos que, junto con el desconocimiento de las normatividades, hacen que los grupos de teatro limiten sus posibilidades administrativas y de recursos, lo que termina por afectar la sostenibilidad del proyecto creativo, de una u otra forma.

El módulo de *Constitución Legal y Gestión de Recursos* tuvo como objetivo principal realizar un acercamiento claro, preciso y sensible a este campo, partiendo de los cuestionamientos, deseos, intenciones y temores de los grupos de jóvenes creadores frente a este tema. Igualmente buscó facilitar una reflexión sobre las organizaciones y brindar elementos de análisis que permitan a las/los participantes analizar y actuar en sus organizaciones culturales, entendiéndolas como sujetos sociales, potenciales de desarrollo.

El módulo fue una exploración sobre el horizonte de posibilidades que tienen las agrupaciones teatrales de jóvenes creadores para financiar, sostener y hacer viables sus propuestas creativas y las implicaciones de orden administrativo, organizativo y de proyecto de vida que éstas tienen. Al final, estos grupos descubrieron que las posibilidades de recursos siempre están, por lo que la decisión central es: ¿Cuál de éstas va en concordancia con mi proyecto teatral?

Las temáticas se centraron en la organización legal y en las estrategias de sostenibilidad que incluyen, entre otros, la proyección nacional e internacional a través de la gestión de recursos.

Se partió del principio de que las organizaciones son sistemas dinámicos y abiertos que facilitan el desarrollo y cumplimiento de metas, lo cual requiere de una organicidad y continuidad en el tiempo, a través de planes del orden legal, jurídico, creativo y sostenible, como parte de un proyecto de vida individual y/o colectivo.

La metodología implementada en este módulo partió del reconocimiento de las prácticas, saberes y experiencias de los grupos. A partir de sus vivencias, se fueron construyendo los saberes que circulaban en el módulo, con la premisa de pertinencia para el campo del arte dramático.

Estrategias como mapas parlantes, diseño de tarjetas de trabajo, normas básicas de elaboración de metaplanes, socialización de experiencias de agrupaciones de larga trayectoria que definen modelos de organización (como la Corporación Colombiana de Teatro y Trementina) y el diseño de ejercicios basados en las agrupaciones asistentes fueron, entre otras, las acciones de trabajo que permitieron un diálogo entre experiencias, ideal para comprender las posibilidades de la formalización y los retos para las organizaciones de orden artístico y cultural.

ENCAMINAMIENTO ORGANIZACIONAL, FORMALIZACIÓN, REQUISITOS E IMPLICACIONES. PLANES DE ACCIÓN, ADMINISTRACIÓN Y NORMATIVIDAD CONTABLE

Por Efraín Botero

Las organizaciones

*Sistema de actividades conscientemente coordinadas
formado por dos o más personas.*

Chester J. Bernard

Las organizaciones sólo existen cuando:

- Hay personas capaces de comunicarse.
- Están dispuestas a actuar conjuntamente.
- Quieren obtener un objetivo común.

¿Cómo pierde sostenibilidad una organización? Cuando depende de una persona. La organización no puede ser una sola persona. Debe ser un conjunto de elementos, personas, ideas y recursos que se relacionan dinámicamente, que realizan una actividad, un servicio, una producción; que buscan alcanzar un objetivo; que operan sobre datos,

energía, materia, información; que proveen también alguna información, materia o energía, convertida en productos, servicios, creaciones, propuestas, alternativas.

Actividad práctica

- Pensar en las instituciones, las entidades, las organizaciones más significativas con las que se ha tenido contacto en la vida.
- Hacer un mapa parlante en el que los integrantes del grupo puedan establecer las tres o cuatro organizaciones con las que han tenido contacto en su vida.
- A partir del mapa parlante, responder los interrogantes planteados por el profesor.

Cuando hablamos de las organizaciones, las concebimos como un sistema abierto que interactúa con el ambiente. La teoría general de los sistemas plantea que todos los sistemas tienen unas entradas, como insumos, ideas y dinero. A partir de ellas, se realiza el procesamiento que tiene, a su vez, poros, salidas. Es decir, que produce algo: ideas, productos. Cada sistema está en medio de un ambiente con el que se relaciona, que lo condiciona pero también es condicionado. Es importante ver el ambiente cultural, social y político que rodea cada organización. Hay algo muy importante que es el proceso de retroalimentación mediante el cual se generan nuevas entradas, gracias a lo que sale de la organización, y que es clave para el buen funcionamiento del sistema como tal. Esto es teoría general de los sistemas, que se puede aplicar a las organizaciones y que es importante para lo que veremos de aquí en adelante.

Actividad práctica

- **Situación:** Según nueva resolución de la DIAN, todas las personas jurídicas deberán ajustarse a las normas internacionales NIF, a partir del 1 de enero de 2015.

Pregunta: ¿Eso le dirá algo a una organización cultural como la de ustedes?

Reflexión: Este es un dato del ambiente económico, político e internacional que rodea la organización. ¿Hay sistemas para revisar ese dato? ¿Quién lo lee? ¿Quién se entera?

- **Situación:** La alcaldía local convoca a todas las organizaciones culturales a participar en el diseño del componente cultural del plan de desarrollo.

Pregunta: ¿Puede esto afectar a las organizaciones culturales?

Reflexión: Es sólo un dato y lo importante es ver cómo el sistema de la organización identifica el dato. ¿Lo procesa? ¿Y lo procesa sólo o lo procesa con otras organizaciones? Analizar la respuesta que da al respecto y el cómo afecta a la organización.

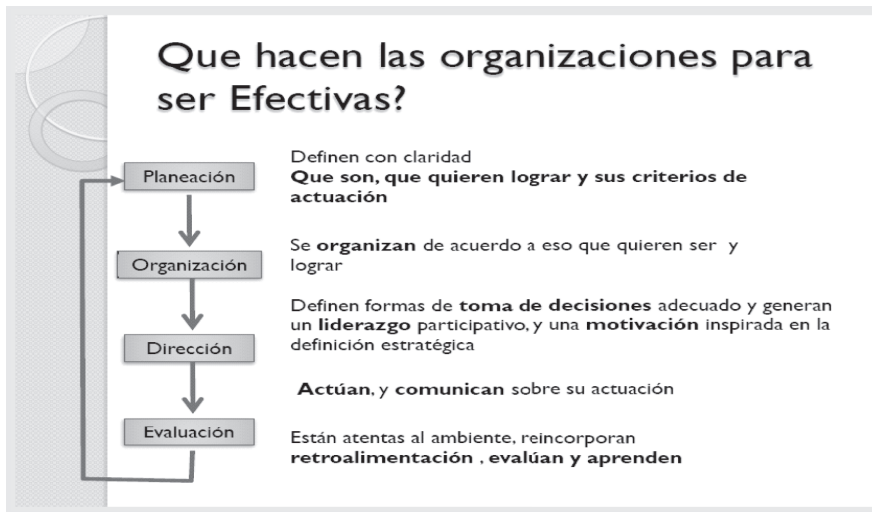
- **Situación:** La Unidad de Atención y Reparación Integral a las Víctimas inicia el proceso de reparación integral a las víctimas en Bogotá.

Pregunta: ¿Qué ocurre si la organización no tiene definido ese enfoque? ¿Qué ocurre en la cotidianidad?

Reflexión: ¿Cualquier puerto es válido para aplicar sin importar qué sea? Muchas organizaciones no tienen claro lo que quieren y se apuntan a todo.

CRITERIOS FUNDAMENTALES PARA LA EFECTIVIDAD DE UNA ORGANIZACIÓN

Existen aspectos diferentes que hacen que las organizaciones sean efectivas:



El proceso administrativo, mencionado anteriormente, está constituido por los siguientes aspectos:

- Planear
- Organizar
- Dirigir, liderar
- Evaluar

FORMAS ORGANIZATIVAS LEGALES

Las empresas con ánimo de lucro son de tipología pública, privada, mixta, por tamaño, por capital, industria, comercial y de servicio. Trabajan a través de acceso a recursos, capital de trabajo y oferta de servicios. Tienen interés en obtener beneficio económico.

Las organizaciones sin ánimo de lucro son creadas y conformadas por personas, grupos, organizaciones o empresas. Tienen fines no económicos, altruistas, sociales, humanitarios o comunitarios. Desarrollan su accionar a través de donaciones y ayudas, tanto privadas como estatales.

FORMAS ORGANIZATIVAS Y DE LEGALIZACIÓN			
EMPRESAS CON ÁNIMO DE LUCRO		EMPRESAS SIN ÁNIMO DE LUCRO / SIN FINES DE LUCRO	
TIPOLOGÍA	Públicas, privadas, mixtas, por tamaño, por capital, industriales, comerciales, de servicios. A través de acceso a recursos / capital de trabajo y oferta de servicios, se busca un beneficio económico.	TIPOLOGÍA	Creadas / conformadas por personas, grupos, organizaciones o empresas. Con fines no-económicos, sino altruistas, sociales, humanitarios o comunitarios. Desarrollan su accionar a través de donaciones y ayudas privadas y estatales.
UNIPERSONAL	De una persona. Responsabilidad ilimitada.	ASOCIACIONES	Conformadas por personas que tienen un vínculo en común y ponen este a disposición de un tercero. Las asociaciones pueden ser mixtas y cuando lo son, se consideran organizaciones solidarias. Pueden ser de primer grado o de segundo grado (agrupan asociaciones varias que tienen un fin similar y actúan como ente organizador y regulador).
RESPONSABILIDAD LTDA.	Requiere 2 y máximo 25 socios. Responsabilidad limitada, hasta por aportes.	CORPORACIONES	Conformadas por un grupo de personas o empresas. Se define su rumbo programático y se consiguen los recursos para llevarlo a cabo.
SOCIEDAD ANÓNIMA	Mínimo 5 dueños. Responsabilidad de los socios hasta el monto de sus acciones.	FUNDACIONES	Creadas por personas, empresas o grupos. Se define claramente la causa y se trabaja en pro de la misma.

Mito

Existe un mito urbano que dice que una organización que sólo necesita una junta directiva pequeña, conformada por un presidente y un secretario, se beneficia más en temas tributarios; mientras que una que tiene una junta directiva con más integrantes -como un tesorero- precisa de revisor fiscal y, por ende, debe pagar más impuestos. ¿Es esto cierto?

Respuesta

No. Las únicas obligadas a tener un revisor fiscal son las fundaciones. En el caso de otras organizaciones, sólo se necesitaría un revisor fiscal si está estipulado en los estatutos. La ley sí exige como mínimo un representante legal. En este caso, se realiza la reflexión acerca de lo importante que es tener un estatuto serio, que no sea bajado de internet. El revisor fiscal es un contador. Si alguien le pide a la organización uno, pero esa función no está dentro de los estatutos, no hay ninguna obligación de presentarlo.

Actividad práctica

Elaboración de un “meta-plan” en equipo, con el fin de crear ideas alrededor de temas organizacionales. Para ello, se entregan cuatro tarjetas de diferentes colores. Las reglas del ejercicio son:

- Escribir con letra grande.
- Una sola idea por tarjeta.
- No deben ser más de tres líneas. Si la idea es muy larga, usar otra tarjeta.

- En cada tarjeta se escriben los aspectos requeridos de acuerdo al color. En términos generales, la idea es realizar un análisis acerca de qué tipo de organización es la que cada uno representa, y si es con fines de lucro o no. En las cuatro tarjetas, debe consignarse la siguiente información: Nombre de la organización y tipo de organización.
- Todos los asistentes realizan el ejercicio y lo confrontan con la explicación anterior y el cuadro de formas organizativas legales.

A tener en cuenta:

Si se piensa contratar y acceder a subvenciones, es importante estudiar la posibilidad de ser persona jurídica y, así mismo, entender cuáles son las implicaciones:

- Elaboración de actas, estatutos y documentos de normatividad interna para su registro y protocolización.
- No copiar los estatutos, elaborarlos.
- Llevar una contabilidad según las normas y leyes colombianas.
- Elaboración y presentación de estados financieros básicos.
- La organización se convierte en agente retenedor de impuestos.
- Presentar informes tributarios.
- Aplicar los excedentes de recursos de acuerdo con la ley.
- Actualización de los registros legales.
- Actuar de acuerdo a las reglas del juego de los estatutos. En el estatuto debe quedar escrito sólo lo que la organización es capaz de cumplir.

- Establecer órganos de verificación y control, así como la estructura de funcionamiento en lo técnico, administrativo y de gestión. Si no hay una buena planificación, la organización puede fracasar.
- Cuando se es persona jurídica, se debe tener clara la categoría de todos los socios que prestan servicios al interior de la persona jurídica. La ley establece, por ejemplo, la posibilidad de voluntariado o contratos de servicio.
- Según el objeto, revisar otro tipo de permisos que se deban tramitar, de acuerdo a otros entes de vigilancia.

Desde el aspecto contable y administrativo, existen también implicaciones básicas:

- En lo administrativo, no es necesario crear grandes estructuras, pero sí se deben crear sistemas de control interno, aquellos que sirven para establecer las reglas del juego y los parámetros de funcionamiento: reglamento y políticas de los gastos.
- Una vez definida la naturaleza de la organización, es importante hacer un proyecto de la implementación. Es decir, la planificación de mecanismos de trabajo para generar una responsabilidad colectiva.

Implicaciones tributarias:

- Si la organización tiene un NIT entonces debe hacer retención. La DIAN publica una tabla cada año, donde brinda unos porcentajes de acuerdo a los servicios o compras.
- Los medios exógenos anuales. Se realiza una base de datos en la que aparece el nombre de la persona, cuál es el objeto de la contratación y cuánto se le retiene; una tabla organizada que muestra to-

das las operaciones con terceros. Se envía a la DIAN en un formato que ella brinda y, después de una consolidación que la DIAN hace, ellos deciden si se hace la retención.

- Existen sistemas contables, algunos con una versión sencilla, en los que se debe registrar todo de manera juiciosa. Es más fácil entregar los datos. Incluso, ahora, se pueden subir por internet a la página.
- En cuanto a la realización de un contrato, en él se establecen el monto, el objeto del contrato, las obligaciones de las partes, el periodo de tiempo y la firma.
- Si no se cumple con las implicaciones, se reciben sanciones. Dependiendo de la gravedad, el administrador tendría que responder incluso con cárcel. Si no hay administrador, será el representante legal el que tendrá que asumir las responsabilidades por incumplimiento.

LA GESTIÓN

La gestión es una acción ligada a un grupo de personas que forman parte de una organización y que están unidas por objetivo común. Es necesario que no se piense en ella sólo como la dirección, contabilidad o a la gerencia de alguien. Precisa del trabajo en equipo y las personas están adheridas a objetivos, motivaciones y capacidades. Implica el aprovechamiento de las capacidades y recursos para lograr dos cosas importantes:

- Mejorar el funcionamiento de la organización, logrando que los objetivos de la misma se puedan desarrollar a cabalidad.

- Hacer adecuada la satisfacción de las personas por medio de la gestión, ya que tiene implicaciones en los proyectos de vida.

Actividad práctica

Para la discusión:

- En cada organización, ¿son necesarios los cambios estratégicos, o no?
- ¿Quién es el encargado de la gestión?
- ¿Quién debería participar en un proceso de gestión?

Elementos de un plan estratégico

- Punto de partida: expectativas y necesidades. Observación de lo que se espera de la organización y cuáles son las necesidades reales del entorno. Se debe partir de una necesidad para demandar un servicio. Creación del equipo.
- Dónde estamos: análisis estratégico interno y externo y pruebas diagnóstico. Para este análisis, se usan diferentes métodos. Por ejemplo, el árbol de problemas o la matriz DOFA, que hace un análisis interno acerca de las debilidades y fortalezas, así como un análisis externo para encontrar las oportunidades y amenazas.
- Quiénes somos: Misión, nuestro quehacer institucional.
- A dónde queremos ir: visión de la organización.
- Con qué criterios: valores que promovemos.
- A dónde queremos llegar: estrategias y objetivos del plan.
- Cómo avanzamos: planes de acción.
- Cómo valoramos los avances: sistemas de seguimiento y participación.

Conversatorio

Invitadas: Gloria Ospina, dueña del café cultural “Trementina”, y Patricia Briseño, gestora en la Corporación Colombiana de Teatro.

No todas las experiencias son iguales, pero todas pueden llegar a ser exitosas

Café Trementina

La base de un proyecto es la pasión con que se hacen las cosas.

Si la organización tiene claro lo que quiere, no va a desgastar energía y tiempo en otros proyectos que la desvían de sus propósitos.

Trementina, a diferencia de otros proyectos, tomó la decisión de no asociarse con el Estado. Funcionan de manera autónoma e independiente.

Si un proyecto es bueno, es honesto y se hace con pasión, funciona.

El aprendizaje en el campo de la gestión se gana gracias a las experiencias y las equivocaciones en cada proyecto que se emprende.

Corporación Colombiana de Teatro

Los proyectos que prosperan son el producto de un trabajo en equipo.

Después de años de trabajo, de experiencias y “accidentes” en ambientes políticos, la Corporación toma la decisión de ser un proyecto de teatro independiente.

Dentro de la corporación, decidieron crear un grupo de gestión, liderado por mujeres.

Evalúan el perfil de cada uno de sus integrantes para desempeñar funciones creativas y de gestión.

Se presentan actualmente por año a 35 concursos y becas, no solo en Colombia sino en otros países, y tienen cooperación con Noruega y con Suiza.

Es bueno que quien haga gestión también esté vinculado en el proceso creativo.

Para volar hay que arriesgarse

Cuando se hizo mayor, su padre le dijo
“Hijo mío, no todos nacemos con alas. Si bien
es cierto que no tienes obligación de volar,
creo que sería una pena que te limitaras a caminar
teniendo las alas que el buen Dios te ha dado”.

(...)

“No puedo volar. Lo he probado y ¡mira el golpe que me he dado!

No soy como tú. Mis alas sólo son de adorno”.

“Hijo mío”, dijo el padre. “Para volar, hay que crear el espacio de aire libre necesario para que las alas se desplieguen. Es como tirarse en paracaídas: necesitas cierta altura antes de saltar. Para volar hay que empezar asumiendo riesgos. Si no quieres, lo mejor quizá será resignarse y seguir caminando para siempre”.

Jorge Bucay. *Déjame que te cuente* (2005). Barcelona: RBA Integral.





RESPONSABILIDAD SOCIAL

Por Mónica Heincke

Ser responsable, hacerse responsable

Hablar en primera instancia de responsabilidad social implica hacer referencia a una serie de compromisos que, como sociedad civil, tenemos para con los otros. Es decir que este campo no se refiere solamente a recibir recursos, sino a aprovecharlos y darles un uso adecuado y provechoso frente a las necesidades artísticas y culturales de nuestras comunidades, específicamente en el campo teatral.

Para entender la responsabilidad social, se plantean cuatro puntos que la definen:

- El comportamiento, no sólo de la ética, sino de las leyes y los estándares internacionales.
- Relación, hablando concretamente de los grupos de interés. Con esto queremos decir que hay que ubicar hacia qué sector o comunidad las organizaciones se quieren dirigir; por ejemplo, empresas, público general, etc.
- Gestión integrada en toda la organización y su cadena de valor, antes, durante y después.

- El impacto, la contribución de cada organización. Se habla de la sostenibilidad, tomando los aspectos económico, social y ambiental para presentes y futuras generaciones. A nivel de impacto es muy importante también ponerse en los zapatos del otro e imaginar de qué forma un proyecto podría ayudar o afectar a determinadas personas, sectores o zonas geográficas.

Aspectos importantes a la hora de pensar en la responsabilidad social y la formulación de proyectos:

- ¿Cómo se aborda al otro? Hay que ponerse en los zapatos del otro para entender su necesidad y poder hablarle en el mismo lenguaje.
- La evolución de la responsabilidad social de las empresas.
- La motivación.

Actividad práctica

Los estudiantes deben hacer un minuto de silencio para escribir y responder los diferentes interrogantes que se plantean:

- ¿Cómo es mi responsabilidad social como persona?
- ¿Cómo es nuestra responsabilidad social como empresa o como organización?
- ¿Cómo nos relacionamos nosotros con la responsabilidad social del otro?

Se propone a los estudiantes que comiencen a pensar como una empresa, pues la explicación que van a entregar acerca de la responsabilidad social está basada específicamente en las herramientas de gestión empresariales.

Condiciones para una responsabilidad social efectiva:

1. Prácticas laborales que están en la legislación y contenidos de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), donde se habla de los estándares y las prácticas que se deben tener. Si se quiere ser una organización responsable, es necesario respetar las prácticas mínimas laborales de los demás. De lo contrario, la organización no puede funcionar.
2. Derechos Humanos y Derecho Internacional Humanitario. Un análisis de cómo las organizaciones deben respetar los derechos civiles, políticos y todo lo que tiene que ver con los derechos humanos de los otros. Aspectos que van desde el comportamiento y de cómo éste afecta el entorno. Ante este postulado surge la pregunta: ¿Somos coherentes con nuestra práctica y el cuidado del medio ambiente?
3. La comunicación y el relacionamiento. Se trata de la comunicación dentro del equipo, la cual debe ser honesta y sin agresiones para garantizar el bienestar dentro de la organización. Existe una gran cantidad de problemas, en diferentes empresas, debido a la mala comunicación, no sólo dentro de la empresa sino también a nivel de la organización con los demás. Se estudiarán las maneras de hablarle a un estado, de qué forma le hablo a una comunidad o a otra empresa.
4. La gobernanza, la ética y los valores. Se refiere a la forma en que se gobierna la organización y se toman las decisiones. Estudia quién es la junta directiva de la organización y si la organización es justa en su toma de decisiones o no.

5. La cadena de valor se refiere a todo lo que está implícito desde el inicio hasta el final de la actividad, como los equipos, las luces, el vestuario y los proveedores.
6. La inversión social y el desarrollo sostenible local define lo que la organización hace, si le está aportando a la comunidad y al desarrollo sostenible.

TEMAS DE RSS



Marco de gestión básico

Planeación. Es muy importante tener clara la visión de la organización a futuro y, basándose en eso, definir cuáles son los principios y los valores. Cuando se mencionan los principios, se refiere a cómo se va a lograr lo que la organización quiere y cuáles son los roles de la misma. Hacer un marco de gestión visibiliza cómo está la organización. Para esto, es necesario plantear unos criterios básicos que permitan realizar un diagnóstico general de la organización.

Puntos de interés

Materialidad. Cuando hablamos de materialidad, nos referimos a los materiales que son claves para la organización: conocimientos, recursos humanos y experiencias obtenidas.



La estrategia. Se puede diseñar a través del diagnóstico estratégico, que tiene en cuenta desempeño, materialidad, riesgo y oportunidad.

Los indicadores de medición. Es importante la medición en lo social y lo cultural para tener presente si está funcionando, o no, y lo que se está haciendo para mejorar.

La implementación. Se trata de involucrar a otras posibles personas que tienen conocimientos acordes con lo que la organización necesita crear.

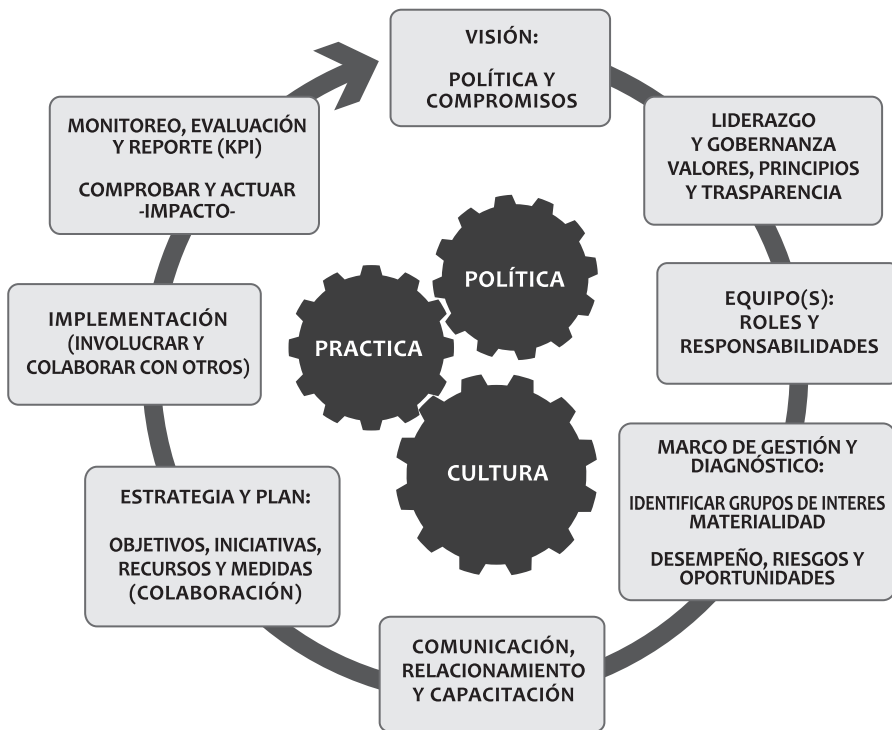
El monitoreo.

Actividad práctica

Se plantea una situación en la que unas personas del gobierno están en el ascensor hablando de un proyecto que tienen para una comunidad. La idea es que cinco estudiantes, que se han ofrecido para participar en la actividad, tengan la oportunidad de subir al ascensor una vez, escuchar la conversación y hacer una supuesta propuesta para dicho gobierno, representando a su organización.

Una vez que han pasado todos los estudiantes, se concluye que siempre puede haber una oportunidad para gestionar y que, en todo momento, es necesario estar preparados, pues no se sabe cuándo puede llegar. Si no se usan las palabras apropiadas o si la organización no está segura de lo que tiene y de lo que puede ofrecer, los momentos de gestión y las posibilidades pueden desaparecer.

MARCO DE GESTIÓN DE RSS





COOPERACIÓN INTERNACIONAL

Por Gina Rico

La importancia de mirar el contexto

Sociedades destruidas, miles de muertos, refugiados y economías en quiebra fueron algunos de los resultados de las dos guerras mundiales, lo cual llevó a la humanidad a cuestionarse sobre el anhelado deseo de progreso y desarrollo a cualquier precio.

El tiempo de posguerra implicó el compromiso de las naciones en el desarrollo tanto de las naciones europeas en reconstrucción, como las de otros continentes históricamente sumidos en la pobreza, el colonialismo y la explotación de recursos naturales, entre otros.

Con este antecedente y de acuerdo con el Programa de Naciones Unidas para el desarrollo: “La cooperación internacional es la relación que se establece entre dos o más países, organismos u organizaciones de la sociedad civil, con el objetivo de alcanzar metas de desarrollo consensuadas”.

En el marco de la cooperación internacional y los derechos humanos (DDHH) encontramos algunos objetivos:

- Erradicar la pobreza extrema y el hambre.
- Lograr la educación básica universal.
- Promover la equidad de género y la autonomía de la mujer.
- Reducir la mortalidad infantil.
- Mejorar la salud sexual y reproductiva.
- Combatir el VIH SIDA, la malaria y el dengue.
- Garantizar la sostenibilidad ambiental.
- Fomentar una asociación mundial para el desarrollo.

Agentes de cooperación internacional

- Agencias de Cooperación Internacional.
- Agencias de las Naciones Unidas.
- Universidades (becas, viajes, premios, pasantías).
- Ministerio de Relaciones Exteriores.
- Embajadas.

Principales donantes: Suecia (SIDA), Estados Unidos (USAID), Canadá (CIDA), el Banco Mundial, Reino Unido (DIF, British Council), Alemania, Japón y la Unión Europea.

La cooperación internacional en Colombia

Si bien Colombia puede ser catalogada como un país “atractivo para la inversión”, hay algunas razones que hacen que los organismos de

cooperación internacional miren con preocupación y de manera permanente a nuestro país:

- El único conflicto armado del hemisferio occidental.
- Segundo país del mundo en cifra de desplazamiento forzado.
- Intereses económicos.
- Temas globales (medio ambiente, seguridad alimentaria, etc.).

La cooperación internacional en Colombia se coordina con la Cancillería y, en materia de fondos para la cultura, con el Ministerio de Cultura, la Dirección de Asuntos Culturales de la Cancillería y la Agencia Presidencial de Cooperación Internacional.

¿Cómo acceder a la cooperación internacional?

Dentro de los requerimientos básicos para trabajar con la cooperación internacional, es importante saber que ésta apoya proyectos, no solicitudes de dinero. Entonces es necesario estar constituido legalmente como una agrupación para poder acceder a alianzas y, así mismo, tener referencias de otras organizaciones que ya han trabajado en cooperación internacional.

La entidad que ejecuta debe poseer capacidad técnica, financiera y operativa para llevar a cabo los proyectos y para la captación de los conocimientos que se generen durante y después de la cooperación internacional.

El donante proporciona la pauta sobre los formularios y formatos de presentación. La formulación de proyectos es muy importante. Debe tener una consistencia lógica y mostrar que las actividades planteadas

sí permiten cumplir con las expectativas y que éstas contribuyen a lograr el objetivo de manera efectiva.

Para llevar a cabo la cooperación internacional es necesario enfocarse en el marco lógico y planificar muy bien todos los proyectos abordados. Para hacerlo de forma estratégica, basta con expresar lo que se quiere y definir la manera en que se va a lograr.

Abordando el tema del marco lógico, se debería pensar en presente y en futuro. Dentro del presente, se identifican los personajes, los rostros humanos y el problema a abordar. Dentro del futuro, se visualizan los resultados, los objetivos y las actividades.

¿Cuáles son los pasos a seguir?

¿Por qué es importante esta metodología, a la hora de formular proyectos para la cooperación internacional?

- Facilita la formulación y gestión de programas y proyectos.
- Fortalece la preparación en la ejecución.
- Resume el resultado previsto del programa o proyecto.
- Permite el seguimiento gerencial de ejecución.
- Facilita la evaluación de resultados y de impacto.
- Comunica información esencial relativa al proyecto.
- Brinda estructura al proceso de planificación del proyecto.

Estas herramientas no son un método de evaluación ni uno de programación, no son autosuficientes para una buena gestión, tampoco son un dogma. Es verdad que facilitan la ejecución de proyectos y procesos, pero no son suficientes. Es necesario realizar un trabajo investigativo

profundo y exhaustivo. La cooperación internacional y la formulación de proyectos han permitido dinamizar organizaciones y movilizarlas a nivel global; también, generan impacto social y transforman vidas. Además, crean redes de trabajo y movilizan fondos. Formular un proyecto es:

- Una ilusión.
- La capacidad de construir una idea y volverla realidad.
- Si es de cooperación internacional, el proyecto tiene la capacidad de transformar el mundo de todos a quienes toca.

Para tener en cuenta:





CONVOCATORIAS DEL SECTOR PÚBLICO

Por Diana Pescador

Construyendo relaciones con el Estado

*Si tienes claro el norte de tu organización,
esto facilitará la relación con el Estado.*

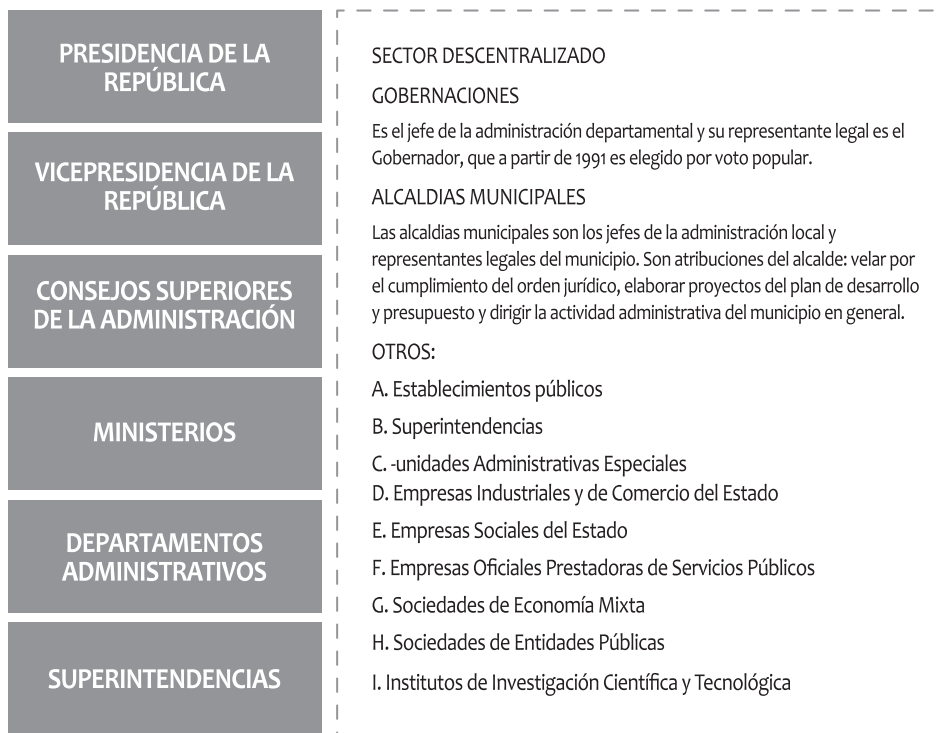
En Colombia, el Estado se define como social de derecho. Eso implica, en primer lugar, un estado de tipo democrático que vela por el reconocimiento de los derechos individuales y colectivos que permiten mantener el nivel de vida necesario para participar activamente en la sociedad. En segundo lugar, interviene en los campos económicos, sociales y culturales, desde una perspectiva social.

Para contratar con el Estado colombiano es fundamental tener en cuenta:

- Su estructura orgánica.
- Los requisitos que solicita cada entidad del mismo.
- Conocer la normatividad vigente de contratación pública.
- Tener coherencia, concordancia y compromiso.

En cuanto a los organismos de control es muy importante conocerlos a la hora de abordar propuestas y aplicar convocatorias. Tienen unos requerimientos bastante estrictos y, aunque pueda resultar complicado, en este momento, el Estado le compete a las organizaciones y hay que conocerlo. Los importantes son la Contraloría, que controla en demasía a las entidades distritales; y el Consejo distrital, que se encarga de la definición y aprobación de decretos.

NIVEL NACIONAL



Concurso, cotización, propuesta, competencia

En el tema de las convocatorias, las palabras estímulos, apoyos y licitaciones son importantes.

Los estímulos permiten acceder a recursos financieros y en especie. Su fin es apoyar el desarrollo de un proyecto. Pueden participar personas naturales, agrupaciones que no están constituidas y personas jurídicas relacionadas con el sector cultural. Se legaliza a través de una resolución, un documento público que tiene ciertas consideraciones y pacta las responsabilidades y deberes entre el estado y quien recibe el estímulo.

Los apoyos son estrategias de fomento para las entidades sin ánimo de lucro. En el distrito, reciben el nombre de Apoyos concertados. Las propuestas deben tener un impacto social y cuantitativo y responder a las líneas de acción de la entidad pública, es decir al plan de desarrollo. Nunca se recibe el 100% del apoyo, por lo que es necesario conseguir otros recursos. Una vez seleccionado el ganador, se hace una contratación. Si por alguna razón no puede ser ejecutado el proyecto, es mejor renunciar.

Las licitaciones son convocatorias que llaman a ofertar. Lo importante es el servicio que el grupo ofrece. Una vez se ha ganado la licitación, se firma un contrato de prestación de servicios.



CIRCULACIÓN: GIRAS, FESTIVALES Y PRESENTACIONES LOCALES

Por Martha Sáenz

Construyendo relaciones con el Estado

Presentarse en diversos teatros extiende la vida del proyecto y permite proyectar el trabajo en otros contextos y para diferentes públicos de los concebidos originalmente, además de ser una forma para la compañía de darse a conocer, adquirir reputación, fortalecer su imagen y enriquecer su currícula.

León

Este ítem -denominado giras, festivales y presentaciones locales- plantea una reflexión sobre las actividades de planeación, organización y realización necesarias a la hora de pensar en la circulación de las creaciones artísticas.

Un proyecto creativo es la suma de muchos esfuerzos e ideas que lo llevan a hacerse realidad: mesas creativas, largas horas de ensayo, diseño de escenografía, vestuario, plano de luces... Sin embargo, ¿qué ocurre cuando la creación entra en su fase de circulación?

Pensar en una gira, asistir a un festival y/o realizar una temporada en la ciudad donde se trabaja requiere de un trabajo previo de planificación, dividido en tres momentos clave:

Planeación

- Durante la etapa de producción del proyecto creativo, se proponen alternativas técnicas para el montaje y desmontaje que faciliten el desplazamiento por dentro y fuera de la ciudad, o hacia otros países.
- Estudiar la disponibilidad de tiempo de los artistas, técnicos y productores para las funciones programadas.
- Considerar los gastos de la organización de la gira, temporada o asistencia a festivales; tales como llamadas, envío de materiales, traslados de escenografía, pasaportes, etc.
- Diseño de la campaña de promoción y difusión.
- Los asuntos legales, como permisos, autorizaciones, registros, etc.

Organización

- Conocer los requerimientos técnicos y las necesidades operativas del grupo.
- Definir las características de las presentaciones y actividades de la residencia que ofrece el grupo.
- Conocer las características generales y las condiciones técnicas de los espacios propuestos por el presentador para las presentaciones y las actividades de la residencia.
- Intercambiar información para ajustar lo necesario entre el grupo y cada presentador.

- Gestionar la firma de los contratos entre el presentador y el grupo.
- Tramitar visas, pasaportes, permisos y registros, cuando se requieran.
- Gestionar los transportes y traslados.
- Coordinar la logística general y específica de la sede: hoteles, alimentos, teatros y transporte local.

Evaluación

Elaborar un informe de toda la experiencia, teniendo en cuenta lo siguiente:

- Referirse a cada uno de los aspectos contenidos durante la planeación, organización y realización de la gira, asistencia a festival y/o temporada.
- Elaborar un formato que califique numéricamente cada uno de los ítems anteriores.
- Llevar durante todo el proceso una bitácora que permita describir, paso a paso, el desarrollo de la gira, asistencia a festival y/o temporada.
- Destacar los aciertos, dificultades y recomendaciones para futuras experiencias.

Actividad práctica

- Diseñar una estrategia para la circulación de una producción artística.



SIN ESCAMAS

'UNA VEZ PENSÉ QUE SE HABÍA AHOGADO.
PERO NO, AHÍ ESTABA, CONTENIENDO...'

MÓDULO II

IMAGEN, COMUNICACIÓN Y MERCADEO

Hacer visible una tarea creativa

Las agrupaciones de teatro joven de Bogotá han iniciado un camino interesante, lleno de retos y arduas tareas: hacerse visible en un campo de larga tradición en la ciudad, lo que implica una gran responsabilidad, pues la generación de alternativas novedosas y efectivas para la concreción de los retos que dejó el módulo anterior está en sus manos. Y no es suficiente organizarse legalmente, ahora la tarea es saber cómo formar público, su público.

El módulo *Imagen, comunicación y mercadeo* tuvo como objetivo acercar a los/as jóvenes creadores/as al mundo de la imagen, al uso de las TIC y de los medios publicitarios alternativos. A través de la experiencia directa, del diseño de campañas, imágenes y de una mirada histórica del teatro en los medios comunicativos, se construyó un lugar para la reflexión, para la acción y creación sencilla pero no menos impactante de lugares para visibilizarse como sector con sus creaciones teatrales.

Las temáticas se centraron en la creación de proyectos publicitarios de impacto en redes sociales principalmente, en medios alternativos y el uso efectivo de los medios de comunicación más tradicionales.

La metodología utilizada por los maestros de este módulo se centró en los intereses y necesidades de los grupos, a través de la acción directa. Y es que, para hacerse visible, el primer paso es reconocerse entre el grupo de pares y, desde allí, construir acciones colectivas. Pero, sobre todo, lograr arriesgarse, no temer a la innovación ni al uso de toda clase de recursos, por más sencillos que parezcan.



VISIBILIZACIÓN, MERCADEO Y POSICIONAMIENTO. MEDIOS ALTERNATIVOS

Por William Guevara

El arte de hacernos visibles

Reconocer las virtudes y debilidades del sector de jóvenes creadores, así como las estrategias a las que recurren para presentarse ante el gremio, los espectadores y los clientes, es el centro de la propuesta del módulo de William. De allí que empiece revisando la importancia que, desde las agrupaciones, se le da a la imagen, al diseño y a la planificación de campañas de promoción en las acciones teatrales generadas.

Esta revisión pone de manifiesto las distintas estrategias de posicionamiento en el panorama teatral bogotano y colombiano, teniendo en cuenta para ello las diversas posibilidades que los medios alternativos facilitan para las promociones de bajo costo y alta eficacia.

El punto de partida son las siguientes preguntas:

- ¿Qué es lo que piensa cuando escucha las palabras: visualizar y posicionar?
- ¿Sobre qué intereses se mueven esas palabras en los grupos?

Muchas veces existen grandes creadores pero nadie ve lo que hacen, porque no hay visibilización. Es importante lograr que no sólo los otros artistas puedan verlo sino también el público.

- ¿Cuál es el interés de visibilizarnos frente al sector teatral y frente al público?
- ¿Sí existe tal interés?

Algunas de las respuestas pueden ser:

- Para que la gente del sector y el público los vean.
- Para que los acompañen en sus procesos. Buscar asociaciones.
- Para que tengan público.
- Para que los reconozcan como artistas.
- Para fortalecerse y poder autosostenerse.
- Para expandirse de manera local, distrital, nacional e internacional.
- Un vehículo para la visibilización, en el estilo de cada grupo.
- Para generar alianzas con otras organizaciones, que no sean solo artísticas.
- Para generar alianzas con artistas de otras disciplinas y establecer uniones que abran paso a la investigación (construcción conjunta del equipo de trabajo del diplomado).

Durante las distintas sesiones del diplomado se ha resaltado la importancia del trabajo en conjunto, de un horizonte común, de la delegación de las distintas responsabilidades de acuerdo a los intereses y habilidades de sus integrantes. Estos aspectos, entre otros, le permiten a las organizaciones una estabilidad y la continuidad de su proyecto creativo. Una organización fuerte y sólida se hace visible en el medio, de manera más efectiva y duradera. No se trata de fórmulas mágicas, la visibilización es el resultado de un proyecto construido desde la pa-

sión, la organización, el trabajo de buena calidad y la aceptación de las caídas como parte del aprendizaje.

Los grupos, con el pasar del tiempo, consiguen reforzar su “punto de vista” y logran la creación de estrategias para llegar a ser visibles y posicionarse como una agrupación interesante para el espectador que, con el pasar de los años, ha creado sus propios lenguajes. El grupo debe confiar en su intuición y en el sentido común. A veces las entidades pedagógicas encierran a los estudiantes en unos criterios, sin permitir que los artistas puedan ver que hay más por explorar. En los momentos de dificultad y escasez, la creatividad florece. El trabajo y la creatividad son herramientas que permiten una buena visibilización y posicionamiento de la compañía.

Actividad práctica

Se plantean a los estudiantes tres preguntas para que las mediten y, si desean, compartan su respuesta.

- ¿Cómo me veo como organización artística?
- ¿Cómo creo que me ven como organización?
- ¿Cómo quiero que me vean como organización?

¿Qué pensar a la hora de hacerse visible?

Inicialmente se analiza el posicionamiento, en las redes, de varias organizaciones teatrales. Una vez realizado esto, es importante visualizar cómo cada compañía está usando los diferentes lenguajes para llegar al público. ¿Cuál es el tipo de lenguaje que debo usar para poder acercarme al público? En este punto es de vital importancia considerar ¿qué producto artístico tengo? y ¿a quién se lo debo mostrar?

Es necesario acoplar un lenguaje propio para llegar a la audiencia que se quiere. Así será posible construir un diálogo, no sólo en la escena, sino en la gestión y la visibilización. La forma como el grupo comunica debe tener cierta formalidad y, al mismo tiempo, estar impregnada de un encanto propio, donde el receptor sienta que está tratando con seres humanos con una identidad propia.

Ese tan mencionado lenguaje, que se logra por medio de palabras e imágenes, puede ser transmitido por medio de las redes sociales, pensando en éstas como herramientas, plataformas de comunicación y fuentes de información inmediata. El ejercicio de la recordación debe ser constante para lograr seducir al público.

Es importante recurrir a este trabajo con los medios alternativos, pues en los medios tradicionales suele ser más complicado y no representa algo concreto. En la web es esencial vender lo que la gente debe saber sobre la organización. Estos aspectos son:

- Valores y atributos del producto artístico.
- Valores generales, junto con otros proyectos.
- Objetivos.
- Productos o acciones: vender boletas, estrategias de venta.
- Recordación e impacto.

Es importante que la organización piense que:

- El perfil de *Facebook* es una forma de vender.
- Una buena publicidad debe ir en pareja con un buen trabajo escénico.
- Antes se usaban otro tipo de lenguajes, como el “voz a voz”. Ahora hay muchas más herramientas.

Hay un inicio, un nudo y un desenlace, en el uso de las redes sociales para hacer una campaña de posicionamiento. Allí, la agrupación da cuenta del proceso, genera expectativa y, después de las funciones, agradece al público por asistir.

En el trabajo de programación que se publica en el perfil de cada grupo, hay que tener en cuenta:

- Selección del contenido.
- Diseñar el contenido.
- Programar la socialización del contenido.
- Encontrar las frases del tema que se va a hablar.
- Escoger fotografías.
- Cuál es el estilo que se va a usar.
- Cuál es el contenido que va a hacer particular el diálogo que se tiene con el público.
- Una campaña de expectativa que dé cuenta de un proceso, de una temporada, etc.
- Importante la imagen: tener una buena presentación de los productos.
- Buenas fotos.
- Videos.
- Frases.
- Enlaces, blogs. ¿Compartir cosas de otros?
- Cosas consecuentes con el objetivo del grupo.
- ¿Lo que quiero entregar está fundamentado?
- Creación de un código con el público.

Actividad práctica

Se propone un ejercicio de aplicación de las temáticas vistas, en el que cada integrante debe crear una campaña de publicidad para la obra *Hamlet* de William Shakespeare.

Medios convencionales

Son aquellos que pueden ayudar a crear registros de acciones que quedan en el tiempo, y también es necesario establecer diálogo con ellos. Si bien no es lo más efectivo para atraer audiencia, enriquece las hojas de vida de cada agrupación para los festivales internacionales; entre ellos se mencionan periódicos, TV, radio y revistas.

Para conectar con ellos, hay que entregar:

- Boletín de prensa en Word o PDF.
- Nombre de la obra o acción.
- Fotos de la obra o acción.
- Presentación corta.
- Sinopsis corta y atractiva.
- Coordenadas.
- Datos de contacto.
- Anexar fotos en alta resolución.
- Link del reel de la obra o acción.

¿Y los posibles clientes?

Cada agrupación debe buscar su cliente objetivo y, una vez lo encuentre, debe elegir un lenguaje teniendo en cuenta a quién se dirige, sea una empresa, una entidad educativa o una rueda de negocios. También es importante llevar la obra adecuada. Para esto, el grupo elabora un dossier que contiene:

- Nombre del grupo.
- Nombre del proyecto.
- Breve presentación.
- Detección del público objetivo.
- Objetivo principal.
- Objetivos específicos.
- Desarrollo de la acción: ¿Cómo se va a desarrollar la función?
- Metodología.
- Valor de la obra o acción. Claridad en el precio y en la negociación.
- Historial de la obra o acción.
- Material audiovisual.

Una buena realización del dossier puede posicionar a la agrupación, además de sumar experiencias y oportunidades laborales. Después de haberlo enviado es necesario hacer un seguimiento: llamadas, mensajes o invitaciones, teniendo en cuenta no agredir al otro o jugar con su tiempo. La paciencia es importante. Cuando hay amor por lo que se hace, nunca se renuncia.

En el caso de las ruedas de negocios sobre arte, se reúnen varios compradores interesados en producciones artísticas y las agrupaciones presentan sus productos. No es el mismo dossier para empresas. En este caso, es importante el video de la obra ya que, por lo general, no se entrega tanta papelería. En otros casos, se entrega una llave USB en la tarjeta de presentación. En la rueda de negocios hay aproximadamente 15 minutos para presentar al grupo de forma concisa y efectiva. El dominio de otro idioma es importante, la presentación personal y la amabilidad representan la imagen viva de un proyecto.



CONSTRUCCIÓN DE IMAGEN. RECURSOS WEB, ADMINISTRACIÓN DE CONTENIDOS DIGITALES Y REDES SOCIALES

Por Edwin Muñoz

La imagen teatral

¿Qué caracteriza una organización?, ¿qué importancia tiene para el campo teatral una imagen que lo defina? Estas son algunas de las preguntas que rondan cuando una agrupación está construyendo su identidad en el campo teatral. Un color, una textura, los medios por donde circulará son determinantes en el proceso de consolidación de una propuesta estética. Por ello, es importante tener en cuenta a la hora de pensar, diseñar y visibilizar la imagen corporativa:

- Sigla. Cuando el nombre es muy largo.
- Nombres descriptivos. Usado por las instituciones estatales y más formales.
- Aliteración o rima. Elaboración de juegos de palabras con sonoridad.

- Sugestivo. Genera una idea abstracta de lo que se hace.
- Neologismo. Generación de nuevas palabras.
- Palabra extranjera. Común en los países latinos.
- Nombres fundadores.
- Geografía.
- Personificación.

Actividad práctica

Se propone un ejercicio en el que cada uno debe pensar en un nombre para una agrupación y un logotipo, que es uno de los pasos finales en la construcción de la imagen de una organización.

Aspectos a tener en cuenta cuando se realiza una imagen corporativa:

- Mecanismos lingüísticos: descriptivos, atributos de la institución.
- Simbólicos: alusión a una imagen literaria.
- Patronímicos: alusión a lugar o área de gran influencia.
- Contracciones: construcción artificial mediante iniciales o fragmentos de palabras.

Métodos creativos:

- Analogía: relación entre nombre y entidad.
- Extrañeza: sorpresa, contraste, incoherencia, esnobismo.
- Contrarios a los caracteres directos, analógicos o descriptivos.
- Evocación: situación emotiva creada en el producto.
- Amplificación: superlativo, evocadores de gigantismo.
- Combinatoria: combinación de nombres, letras, números.

Actividad práctica

Consulta de páginas que facilitan el diseño:

- www.logobreeze.com
- www.logotipogratis.com

Formatos para guardar los logotipos

DENOMINACIÓN	CARACTERÍSTICAS
ADOBE ILLUSTRATOR	Guarda imágenes vectorizadas, que se pueden ampliar y permiten modificaciones. Es el más usado.
SVG	Imágenes vectorizadas.
Imágenes GIF	Pesan poco, pero son de mala calidad.
Imágenes JPEG	La imagen tiene más colores.
PNG	Funciona para enviar imágenes sin fondo.

El sistema de posicionamiento tiene tres grandes pilares:

- Infraestructura. Plataformas buenas para que la página no se caiga.
- Contenido relevante.
- Que se constituya en autoridad del tema.

Para desarrollar una estrategia de SEO (Optimización en motores de búsqueda):

Fase I: Audiencia y palabras clave.

- Definición de la audiencia y de los usuarios.
- Identificar los tipos de clientes.
- Identificar los momentos del cliente.

Actividad práctica

- Cada estudiante piensa cuál es su cliente objetivo y las características de la población que le interesa a la organización.
- Hacer un listado de posibles búsquedas y palabras clave.

Fase II: Optimización del sitio web.

Muchas veces, las personas sólo se preocupan porque la página se vea bonita, pero la optimización de la web es necesaria para generar eficacia y que los motores de búsqueda arrojen fácilmente la información de la página.

Fase III: Fortalecimiento de la autoridad y la relevancia.

Es un proceso que depende del trabajo que se haga en Internet y de la forma como la agrupación comparte su página en las redes sociales. Links, blogs, periódicos, revistas y directorios digitales creados por la organización, que ayudan a tener visibilidad en Internet y a que la organización se convierta en autoridad en los temas que le interesan. En el caso de la relevancia, es efectivo generar interacciones sociales. Hay que ser estratégico en los pequeños textos que se elaboran para remitir a una página web.

Fase IV. Medición de resultados.

Existen indicadores clave en estas herramientas:

- Tráfico orgánico.
- Tráfico orgánico por palabras clave.
- Posicionamiento de las palabras clave.

La importancia de los contenidos en el mercado

Un concepto básico para el marketing de contenidos es *Storytelling*, una estrategia de marketing que consiste en contar una historia alrededor de una marca o producto, lo que logra la empatía del público objetivo. Un ejemplo de esto está en la publicidad de Davivienda, donde las personas están más acostumbrados a escuchar historias que datos densos. Otro concepto básico es el mismo marketing de contenidos, la distribución de información relevante para los usuarios, con el objetivo de atraerlos hacia la empresa y conectar con ellos. Para lograrlo, es esencial publicar con frecuencia cosas interesantes en *Facebook*. Compartir videos, lecturas, información.

Actividad práctica

Revisar y analizar la página www.turistic.co, el nuevo centro de innovación para el turismo en Colombia, donde la organización TURISTIC hace un video a partir de siluetas cortadas con papel.

Tips claves para el mercadeo

¿Qué busca el usuario?

- Tangibilidad. Lo que se puede ver (diseño e imagen).
- Credibilidad. Veracidad, confianza generada y honradez.
- Confiabilidad. Poder cumplir las promesas de forma exacta y confiable.
- Accesibilidad. Que no resulte difícil entrar en contacto con la empresa.

¿Cómo hacer efectiva la producción de contenidos?

Contenido

Gestión y recolección de contenido relevante.
Publicación de contenidos.
Dinamización de contenidos.
Viralización de contenidos.

Conversación

Información personalizada a usuarios.
Soporte para resolución de dudas y preguntas.
Comunicación con los usuarios.

Influenciadores

Identificación de los influenciadores.
Desarrollo de un programa específico.

Reputación online

Detección y gestión de comentarios negativos.
Viralización de comentarios positivos.

Analítica e informes

Medición del tráfico en los distintos canales.
Medición del grado de interactividad.
Medición del tráfico generado en la web.
Realización de informes.





MÓDULO III

LENGUAJES PARA LA ESCENA

La puesta en escena, la conjunción del acto creativo

*Es el cuerpo-ser del artista el que se prolonga en sus obras,
sean plásticas, sonoras, teatrales o dancísticas.
El cuerpo como -taller central- donde confluyen
y de donde fluyen todas la energías de la creación.*

Álvaro Restrepo

El diplomado *Gestión y Lenguajes para la escena* ha sido un viaje hacia el interior de las agrupaciones de teatro joven de Bogotá. Ha cuestionado su proyecto de vida y la coherencia de este con su mundo organizativo, de producción, visibilización y mercadeo. Estos conceptos, a primera vista, no tienen que ver con su mundo creativo. Sin embargo, día tras día, hemos construido un punto de encuentro entre la creación y estos temas, lo que nos ha permitido comprender la importancia de tener un horizonte claro, unos objetivos sólidos y un grupo que respalde y lleve a puerto estas inquietudes.

Nada es seguro, no hay recetas, sólo indicios de cómo recorrer estos caminos y, en ese trasegar, nos encontramos con el tercer módulo, el cual conjuga los saberes de las anteriores sesiones, pone a prueba nuestra creatividad y reta nuestros sentidos. Así bien, en palabras del maestro Álvaro Restrepo, el cuerpo se convierte en el *taller central*. Allí, las experiencias cobran sentido y lo inconexo simplemente se reconoce como un nuevo lenguaje. Ahora, conceptos como organización, cooperación, gestión de recursos, visibilización y medios web nutren y enriquecen las apuestas teatrales de Bogotá, desde una mirada crítica y reflexiva, pero ante todo creativa.

El tercer módulo, *Lenguajes para la escena*, se orienta hacia las diversas posibilidades que se gestan -desde la luz, la escenografía y el sonido- para los actos creativos de las agrupaciones del sector de jóvenes creadores participantes del diplomado. Este trabajo, sin duda, potenciará el teatro bogotano.

LENGUAJES PARA LA ILUMINACIÓN Y COMPOSICIÓN DE ATMÓSFERAS

Apuntes sobre las clases de Sergio Fabri

El trabajo de la iluminación en la escena busca crear sentido. Aun cuando se pueda tener una gran cantidad de recursos, si no hay sentido, no funciona. Directores como Bertold Brecht abordaron el tema de la luz y se plantearon la importancia de la misma en la escena.

Sergio Fabri

La experiencia

Como vamos a referirnos aquí a unos actos cuya realización o consumación se da en el transcurso del tiempo, es necesario que consideremos este parámetro temporal como un eje sobre el que se mueven los otros elementos que vamos a analizar.

Podemos hacer un ejercicio retrospectivo, rememorando una experiencia próxima que hayamos tenido relacionada con un acto estético cualquiera para ver, claramente, cada eslabón de la cadena de sucesos.

La experiencia de presenciar un acto estético no es un hecho aislado, inmutable y suspendido en el lugar y en el tiempo. Cada circunstancia es una condición de la siguiente, una sucesión concatenada de acontecimientos relacionados entre sí.

- La predisposición del sujeto perceptor: su día, su ánimo, su entorno, sus expectativas, su bagaje experiencial, etc.
- La predisposición del sujeto actor: su día, su ánimo, su entorno (tanto el previsto como el imprevisto), sus expectativas, su bagaje experiencial, etc.
- La predisposición del espacio: el edificio, las condiciones materiales adaptadas al efecto (permanentes y temporales o incidentales), los imponderables, los elementos dispuestos para contextualizar el acto concreto, los objetos dispuestos para ser utilizados, etc.
- El desarrollo del acto: guion y desarrollo del mismo, acción y reacción de los sujetos, sus roles, influencias internas y externas imprevistas, creación del clima, conducción y reconducción, etc.
- La interpretación y reinterpretación. El sabor que queda. Conexión y depósito en el imaginario.

Podemos extraer, en bloques genéricos, las partes que intervienen en la construcción de la experiencia, para considerar particularmente los roles, las funciones, las características, las propiedades y las materias específicas:

- Sujetos
- Objetos
- Espacio
- Mensaje estético
- El tiempo

Espero que este viaje los motive a indagar en sus propios gustos y deseos, y que los impulse a buscar explicaciones del mundo que vemos y construimos a diario. Si salimos de estas reuniones con una mirada ligeramente modificada de las cosas, habremos logrado el objetivo de interactuar entre nuestros deseos. Muchas gracias por confiar en este proceso. Hay muchas ganas y tiempo puesto en ello.

Primera parada. Casa de la Cultura de Engativá

¿Qué es la luz?

Cuando se habla de la luz, se habla de un fenómeno de naturaleza dual, ya que no es puramente energía ni partícula, sino que contiene un poco de las dos. La luz se puede transmitir en cualquier condición y espacio, incluso si éste está vacío; cambia de acuerdo al lugar y a su desplazamiento. La luz tiene longitudes, frecuencias y amplitudes que son medibles por medio de nanómetros, y que se pueden evidenciar por medio de filtros que permiten ver los comportamientos de los colores. La luz se propaga en todas las direcciones posibles, en forma de ondas perpendiculares a la dirección del desplazamiento.

En cuanto a los colores, éstos son determinados por unidades culturales, pero los filtros logran limitar esos conceptos y unificarlos. En cuanto a los cuerpos iluminados; absorben, reflejan y generan sombra también. La luz genera calor, las fuentes de calor de la luz tienen que ver con las formas de emisión de la misma. Existen muchas teorías acerca de esos tipos de emisión pero no están comprobadas, tan sólo sirven como referencia. La luz se propaga indefinidamente hasta que toca un cuerpo. Este último es el aspecto que le importa a la escena.

En cuanto al ambiente, la luz es emitida y muchas veces es necesario poner suelos y fondos de tonalidades que mejoran o apoyan la reflexión de la luz. El espectro electromagnético es la luz blanca. En el espectro, se pueden describir una serie de colores que van del violeta al rojo. También están los ultravioletas y los infrarrojos, que son los que no se perciben visualmente.

La reflexión de la luz, de la que se hablaba anteriormente, puede ser selectiva; interactúa con lo que interesa en la escena: suelos, colores, telas, vestuarios. Se le puede llamar acromática, en el caso de las luces negras, grises y blancas, y cromática, en el caso de los colores concretos que, claramente, no se reflejan por igual. Lo que interesa por ahora es la absorción y la transmisión. En el caso de las luminarias (referido al artefacto), hablamos de transmisión. El uso de tules genera diferentes efectos que afectan el trayecto de la luz. Es importante tener en cuenta los elementos escénicos visuales -vestuario, escenografía, utilería- que interactúan con la luz. Algunos la absorben y otros, la reflejan.

Las medidas principales de la luz son cuatro:

- El flujo luminoso, cuya unidad de medida es el lumen y está contenido en el bombillo.
- La intensidad, que no se refiere específicamente al bombillo sino a lo que sucede después; es decir, a la lente y al carácter que tiene, que proporciona una medida en candelas (CD). La fuente se emite y la lente modifica el haz de luz para concentrar y distribuir.
- La luminancia. Cuánto se ilumina una superficie. Se mide en *loops*, es el flujo luminoso que recibe una superficie y su área.

La reflexión, la difusión. Los fenómenos que tienen que ver con la producción de la luz y la emisión del haz son propiedades de la luz que no se pueden controlar. Sin embargo, existen algunas propiedades que sí se pueden controlar y que cumplen, por supuesto, una función escénica. Se debe contemplar la luz directa y la luz indirecta como una posibilidad de control. La luz directa es la que emite la luminaria y la indirecta la que reflejan los cuerpos, los actores, los espacios en sí mismos o los paneles. Las características que se pueden manejar de la luz directa son:

- La intensidad se maneja por medio de equipos que alimentan las luminarias.
- La distribución, la ubicación en diferentes lugares.
- El color.
- El movimiento.

Principios al hacer un proyecto

Desde el punto de vista práctico, elaborar un proyecto de luces significa definir los criterios que regirán el diseño, elegir los tipos de equipos que se utilizarán, decidir su posición y su dirección, elegir los colores y establecer todo esto en un plano del escenario en donde esté incluida la implantación de los decorados.

La elección de la posición y, en consecuencia, de la direccionalidad de los equipos es fundamental. En efecto, de esto dependerá el carácter de la imagen que obtendremos. Imaginemos a un actor al centro del escenario y analicemos las imágenes que lograremos iluminándolo con un proyector. Coloquémoslo en todas las posiciones y orientémoslo

en todas las angulaciones posibles, poniendo atención sobre todo en tres variables: el efecto sobre el actor, el área del escenario que iluminaremos y las sombras que se crearán.

Luz frontal. Comencemos por una luz que proviene de lo alto, con un haz luminoso que cae verticalmente, sobre la cabeza del actor. Los ojos se verán oscuros, la nariz estará muy iluminada y la boca quedará oscura. La sombra que produce el cuerpo del actor es muy pequeña y el área del escenario iluminada es muy limitada. Tales características pertenecen a un tipo de luz muy selectiva, que golpea el cuerpo y el rostro del actor de un modo muy abrupto y que permite una visibilidad reducida, sobre todo por el hecho de que los ojos y la boca quedan en la sombra.

Ahora, coloquemos el proyector de frente al actor y a una cierta altura: los ojos y la boca estarán mucho más visibles, pero el área que pretendemos iluminar se extiende notablemente detrás del cuerpo del actor. También la sombra en el piso se vuelve mucho más larga y más presente.

Si bajamos un poco el proyector (hasta llegar a la altura de los ojos del actor) veremos el rostro completamente iluminado pero un poco aplanado. En este caso, la luz ilumina el escenario en profundidad, la sombra es muy larga y se proyecta sobre parte de la escenografía.

Hablando en términos generales de la luz frontal, podemos decir que cuanto más bajo se posiciona el proyector, mayor aplanamiento existe de la imagen. Así, existe una máxima visibilidad y una mínima posibilidad de seleccionar el espacio por medio de la luz.

Luz lateral. Si colocamos el proyector al lado del actor, veremos que su cuerpo y su rostro se verán más marcados y tridimensionales. Esto depende del hecho de que -mirando desde el punto de vista del público- únicamente un lado del actor está iluminado. Cuanto más se baja el proyector, más aumenta la visibilidad y la modulación del rostro. Naturalmente, aumentan tanto el área del escenario iluminado como las dimensiones de la sombra.

Si utilizamos dos proyectores para iluminar al actor (uno a cada lado) de todos modos existirá una zona de sombra en el centro del rostro, con el inconveniente añadido de producir dos sombras sobre el piso.

Bajando los dos proyectores hasta colocarlos en posición horizontal a los ojos del actor, se obtiene un corredor de luz que atraviesa todo el escenario. En general, se puede decir que bajando la fuente de luz lateralmente aumenta la visibilidad y la tridimensionalidad del actor, pero se alarga la sombra y se pierde gran parte de la posibilidad de seleccionar el espacio.

Contraluz. Una luz que llega de lo alto y por detrás del actor no nos permite ver su rostro, pero nos ayuda mucho a dar profundidad a todo el ambiente y permite separar al actor de los decorados, evidenciándolo. Esto, gracias a un perfil muy luminoso que se crea alrededor de la cabeza y de la espalda del actor.

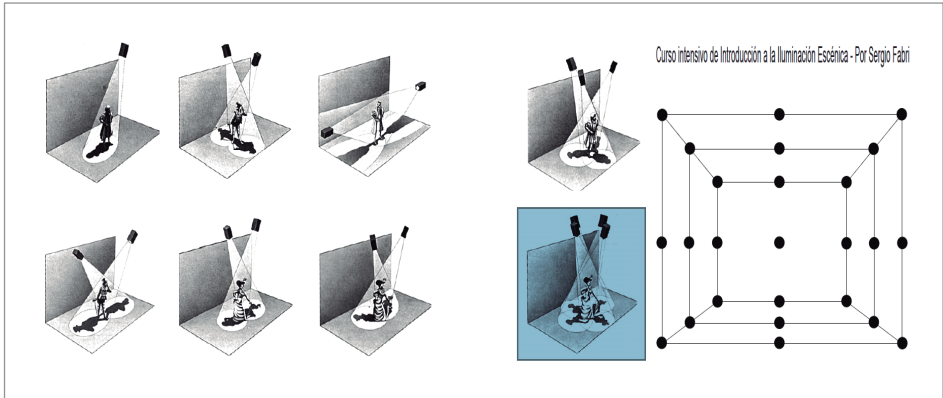
Nadiral (candileja). Una luz frontal desde abajo crea una sombra del actor muy grande y evidente. Naturalmente, si se usa sola produce una imagen muy dramática y poco natural. Usada a baja intensidad, como complemento de una luz que llega desde arriba, puede ser útil para aclarar las sombras bajo los ojos y la nariz del actor y para suavizar los contrastes.

El análisis de las posiciones y de las angulaciones posibles nos dice que no existe una posición ideal que satisfaga simultáneamente nuestras exigencias. Las posiciones funcionan muy bien para la visibilidad, pero tienden a aplanar la imagen. Las posiciones laterales logran lo contrario (dan tridimensionalidad, pero poca visibilidad). Las angulaciones altas dan menos visibilidad, pero permiten restringir el área de la escenografía iluminada y producen pequeñas sombras, al contrario de las angulaciones bajas, y así sucesivamente. Entonces, se trata de encontrar las posiciones y las angulaciones que resulten adecuadas, basándonos en las necesidades dramáticas y en los objetos que queremos privilegiar.

Si tomamos como ejemplo el tipo de iluminación de la naturaleza, nos daremos cuenta de que ésta es reproducible en escena, si seguimos alguna sistematización que podamos abstraer de su observación detenida.

Por lo demás, se trata siempre de probar las posibilidades hasta que logremos un resultado que nos satisfaga a nivel expresivo. Iremos probando individualmente y en grupo las diferentes posiciones que se nos ocurran, por ejemplo, utilizando los recursos de menor a mayor hasta completar la imagen definitiva. De esta manera, podremos ir armando la estructura general, para luego certificar y unificar el resultado total.

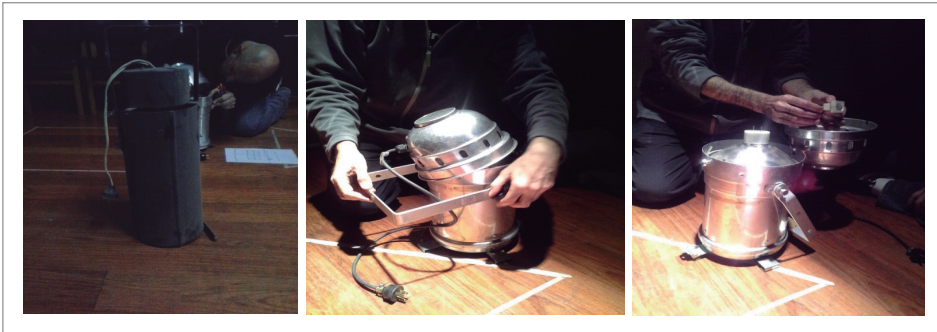
Posiciones relativas de la luz. Caja escénica



Actividad práctica

Se pide a los estudiantes que, basados en su modelo de caja escénica, intenten dibujar la distribución de la parrilla de luces en el escenario. Una vez realizado ese dibujo, se revisan algunas de las luminarias que posee la Casa de la Cultura. La luminaria está pintada de negro, lo que hace que no se produzcan fantasmas. Otra de las luminarias es plateada y esa sí manifiesta escapes de luz o fantasmas. Las pérdidas o escapes de luz se arreglan con un filtro. Otra es una lata pintada de negro, atada a un cable por seguridad.

Al desmontar una luz, podremos ver un auténtico PAR y sus partes. El bombillo es como el de un carro. Dentro del PAR, hay una lámpara que es exactamente la misma de los planos convexos PC de 500 vatios General Electric 500 PAR 64 MFL. Algunas de estas luces se pueden girar para que la luz se proyecte vertical u horizontalmente.



La lente de la luminaria cumple con la función de difuminar y modificar el haz de luz. Dependiendo de la luminaria, la lente va a ser diferente.

En cuanto a las sombras, se usan los panoramas o cicloramas para proyectarlas o crearlas. Y en cuanto a la luminaria, generalmente se usa un Fresnel, cuya luz es difusa al igual que las sombras.

Segunda parada. Galería Café Trementina

¿Cómo crear ambientes?

La puesta en escena de una idea se plantea a partir de los intereses del equipo creativo. Es un ejercicio que requiere pensar múltiples opciones y conocer las posibilidades reales y potenciales de un lugar.

Los dimmers tienen dos medidas -amperios o vatios- que indican la cantidad de carga que se puede poner. Existen muchas salas en las que, por desconocimiento, al dimmer lo ven como una multi toma pero, en realidad, es un gestor, un administrador de corriente que tiene unos valores y unas cantidades inamovibles. Lo que hacen algunos técnicos es forzar la situación y provocar que se quemé el cableado interno. (Sergio Fabri)

Actividad práctica

- Explorar las condiciones de la sala Trementina.
- Reflexionar sobre sus posibilidades
- Diseñar una acción práctica.



La luz del sol es sugerente con respecto a las sombras y a la luz escénica. Busca presentar y manifestar la realidad de otra manera. En la sala de Trementina, se realizan diferentes pruebas, se insiste en que la falta de material no es excusa para no crear cosas, se recalca en la importancia de recoger bien los cables y cuidar los equipos de cada sala, cosa que es agradecida por los técnicos del lugar.

Memoria de la experiencia

Realizamos pruebas con una luz suelta y una actriz, con el fin de explorar posiciones diagonales. Primero, generamos sombras con un lateral alto. Al desplazarlo para un lado, generamos un contraluz lateral. Cuando la actriz se mueve, vemos que es un auténtico cenital. La sombra tiene mucho para decir, según su posición. Se pueden generar recortes y contraluces. La actriz se queda en una sola posición, mientras que la luz se mueve, lo que produce diferentes significados. Luego probamos también cómo funciona la luz frontal con un contraluz. A la hora de dirigir las luces, el técnico pone las bambalinas, lo que potencia el contraluz. Otro de los elementos que se usa es el humo, que funciona como un elemento traslúcido al contrastar con la luz.



Es importante jugar con la luz, con el fin de explorar y tomar decisiones que produzcan sorpresas en el público.

Se usan “pestañas” para cortar los haces de luz que se pueden generar y que sobran. Existen lugares donde hay unas barras para contener las luces, o trípodes para soportarlas.

Si nos encontramos en un lugar pequeño, podemos buscar recursos lumínicos, como pequeñas luminarias o candilejas. La idea es ver qué hay en cada sala, dirigir las luces y probar las posibilidades de la posición y el desplazamiento. En Trementina, funciona usar mucho más las candilejas, pues el techo es muy bajo para colgar luminarias. Es importante calcular el diámetro para ver cuánto abre el haz de luz. Algunas luces tienen diafragmas que agrandan o acortan la emisión de luz.

Resultados del proceso de exploración:

- *Imagen estática de un asesinato.* En esta composición, los estudiantes juegan específicamente con sombras y contraluces frontales.
- *Viaje con la luz.* Este grupo hace una composición visual a partir de diferentes focos creados con la luz. El uso de los apagones permite apreciar posturas corporales y estados del protagonista.
- *Instrucciones para volar.* En este cuadro, se crea el efecto de vuelo y de suspensión en el aire por medio de la luz. Se logra esto cortando la luz y reduciéndola para iluminar el torso, la cabeza



y los brazos del personaje. Por otra parte, se usa el contraluz para proyectar imágenes de aviones volando, en la pared. Aparece un nuevo elemento para la composición: el sonido.

- **Sombras.** Se realiza un cuadro en el que se cuenta una historia por medio del uso de las sombras.

Tercera parada. Teatro de Villa Mayor

Recordando con la luz

La puesta en escena evoca sentimientos, recuerdos e imágenes que -a través de la luz, el movimiento y el sonido- permiten crear argumentos, homenajes...



Recordando a Gustavo Cerati

Memoria de la experiencia

Si se pone un objeto, una persona o se debe marcar algo específico, es importante la perfección para que no se delate el efecto. Se repasan las luces en el teatro: frontales, contraluz, calles, fresneles que son calles altas y contralaterales, entre otras. Este es necesario para que el grupo sepa cómo puede resignificar cada composición creada en Trementina. El Teatro Villa Mayor tiene 48 dimmers guardadas, que no se usan aún...

La idea es que cada grupo cree el plano de las luces que va a necesitar para la puesta en escena. A continuación hacemos el montaje de luces correspondiente a cada cuadro y se presentan dos grupos: *Viaje con la luz* e *Instrucciones para volar*.

Cuarta parada. Teatro La Barraca

Explorando el espacio de un joven creador

Aportes del texto “Una idea de color en la iluminación escénica” de Sergio Fabri.

“Dado el uso y finalidad del concepto de color en nuestro campo, debemos destacar de esta experiencia visual -necesariamente- su contenido ambiguo e implicancia relativa en el terreno de la percepción aunque, en el plano científico de la física, el fenómeno del color pueda medirse y explicarse de una manera diferente.

Al abordar el tema del color, nos encontramos con un elemento informativo que se puede describir -siguiendo la idea de Umberto Eco- como una entidad abstracta. Una convención cultural que difiere en el espacio y en el tiempo, cuya relatividad es dada por los grupos humanos y el significado que cada grupo le ha asignado”.

(...)

Teorías del color

“Citando y descontextualizando a Eco, tomaremos prestadas sus palabras para decir que si sostenemos que los modelos estructurales son puras falsificaciones operativas, es porque creemos que la realidad es más rica y contradictoria de lo que indican los modelos estructurales.

Dimensiones y acotaciones varias

Cuando habitualmente oímos hablar de cualidades del color, enseguida surgen enumeraciones diversas con sus respectivas recetas de interpretación. Un color se define o se describe por posición/oposición con otro, es decir que se interpreta en contexto. *‘Oposición que se regula por una diferencia: ésta es la estructura elemental de toda posible comunicación’.*

Sólo así es posible determinar dentro de un conjunto coordinado de colores si un matiz es más claro o más oscuro que otro (variable de luminosidad). Luego, ante una cantidad de matices de una misma familia de color, es posible ordenarlos de menor a mayor luminosidad y allí sí encontraremos el color típico que destaca en contexto por su brillo, y podremos decir que por ser el matiz más vibrante del conjunto, ese es el de mayor intensidad cromática o el más brillante. Tal vez podríamos hablar -mejor- de *intensidad cromática*.

El profesor Carlos Alfredo Ara Monti insiste en la propuesta de Josef Albers y se refiere al brillo como la *especificidad* del color. Poniéndolo en ejemplo, en una gama de rojos, “*el más rojo*” no es el más “*saturado*”, sino el más brillante de esa gama escogida. Y en materia de iluminación se puede medir industrialmente con códigos y unidades *ad hoc*.

Cuando ciertas teorías mencionan la *saturación* -como una cualidad del color- es de suponer que intentan referir al matiz más brillante dentro de una gama determinada de un color. La imprecisión de este término radica en que el significado de *pleno*, o *lleno de algo*, no resulta aplicable al color en cuestión: por un lado, porque enseguida surge la pregunta ¿lleno de qué?; y en segundo lugar, porque también surge la pregunta ¿saturado en relación a qué?

Aplicación

Al establecer el concepto de cada escena individual, iremos construyendo un sistema que se desarrolla entre unos extremos, y que sólo resultará definido en la visión de conjunto. Y añadimos que en toda construcción visual es necesario recordar que -siempre- el resultado total de la luz no es la suma individual de las apariencias, sino el de su interacción en el conjunto.

La valoración de las características de los espacios en los que trabajaremos, así como los diferentes materiales y acabados que se han de utilizar, nos permitirá verificar sus índices de absorción y reflexión, y más de una vez nos resultará útil efectuar pruebas de color antes de decidir los materiales definitivos.

Si en la organización visual han de lucir haces de luz, tendremos en cuenta para la percepción de los colores a elegir que el soporte material que permite su visualización serán partículas, de las que nos valdremos para enseñar las formas escogidas en nuestro diseño”.

(...)

El calor y el frío

“Citando un ejemplo, en contra de la vulgar idea -y muy difundida- podemos decir que los colores no son, *per se*, ni cálidos ni fríos. En todo caso, como decíamos antes, las relaciones se construyen por posición/oposición. Y si hablamos de naranja y azul (como casos extremos) en esa situación estamos ante un contraste. Por lo que un color naranja opuesto a un rojo lucirá como más ‘frío’, sin embargo en la clasificación vulgar de fríos y cálidos seguiría apareciendo dentro de los cálidos.

El carácter de frío o cálido es un concepto subjetivo de interpretación, por lo que no puede objetivarse de manera mensurable, y menos aún como una tabla inamovible. A la vez que lleva a la confusión, pues refiere a un concepto térmico inapropiado en este sentido, ya que las asociaciones relativas a su percepción son siempre personales e individuales. [No olvidemos que el azul del fuego es la parte más caliente de la llama].

En cuanto a la significación o evocación de los colores -nombrados de esa manera- Eco no se ha cansado de sostener que son unidades culturales propias de cada grupo y definidas por el universo propio de cada individuo según su acervo cultural y experiencial, motivo por el cual resulta inapropiado reducir las infinitas significaciones que pueden dispararnos cada una de las longitudes de onda del espectro visible (encerradas en escasas unidades a las que llamamos color rojo, azul, verde, etc.) a unas ideas puestas en palabras que igualmente resultan vagas y erróneas, por lo antes dicho”.

Memoria de la experiencia

Se realizan pruebas con los filtros, en los que sube o se disminuye la temperatura. A continuación, estudiamos los neutralizadores que sirven para reducir la intensidad de la luminaria, eliminar el brillo y el color naranja de los cuerpos, en caso de trabajar con contrastes altos en espectáculos de danza. Siguen los difusores, una herramienta muy valiosa para esconder las sombras y difuminarlas. Algunos se parecen mucho al papel mantequilla. La clave de los filtros es que no se pueden pegar dobles, las luces tienen porta filtros que se ponen separados. También están los gobos, unos círculos de metal que se ponen en las elipsoidales y que proyectan figuras. Aunque hay catálogos de gobos,

también se pueden fabricar. En este caso, es importante ser creativos y entender que la creatividad potencia la escena y ahorra recursos. Lo más caro de una producción son los filtros. Existe una variedad tal que puede hacer que una puesta en escena luzca realmente de calidad.

Nunca hay que olvidar que la base de la creación, en cuanto a la luz, es la realización de pruebas sobre superficies, escenarios y actores. Hacer maquetas facilita el trabajo.

Se pueden generar contrastes con dos colores parecidos. En las obras se instauran también códigos con la luz, sin necesidad de agobiar al espectador con una variedad de colores que no crean sentido. El espectáculo es un mensaje con función estética. Debe convencer al espectador confrontándolo, con sus propios valores y creencias.

LENGUAJES PARA LA ESCENA. ARTE DE LA ESCENA

Por Juan Carlos Aldana

Actividad práctica

Escena I

Explanada delante del Palacio Real de Elsingor. Noche oscura.

FRANCISCO, BERNARDO (2)

BERNARDO.- *¿Quién está ahí?*

FRANCISCO.- *No, respóndame él a mí. Deténgase y diga quién es.*

BERNARDO.- *Viva el Rey.*

FRANCISCO.- *¿Es Bernardo?*

BERNARDO.- *El mismo.*

FRANCISCO.- *Tú eres el más puntual en venir a la hora.*

BERNARDO.- *Las doce han dado ya; bien puedes ir a recogerte.*

FRANCISCO.- *Te doy mil gracias por la mudanza. Hace un frío que penetra y yo estoy delicado del pecho.*

BERNARDO.- *¿Has hecho tu guardia tranquilamente?*

FRANCISCO.- *Ni un ratón se ha movido (3).*

BERNARDO.- *Muy bien. Buenas noches. Si encuentras a Horacio y Marcelo, mis compañeros de guardia, díles que vengan presto.*

FRANCISCO.- *Me parece que los oigo. Alto ahí. ¡Eh! ¿Quién va?*

(Hamlet)

A partir de la lectura, teniendo en cuenta el sentido de la recordación -que es necesario para el trabajo de la escenografía-, se plantean los siguientes interrogantes y análisis para hacer una recomposición de las escenas:

- ¿Dónde están? –En la explanada.
- ¿Qué hora es? –Ya han dado las 12 de la noche.
- ¿Cuál es el clima? –Es frío, con neblina.
- ¿De qué hablan los personajes? –Se plantea una cosmogonía, un comportamiento de Dinamarca y la clase de personas que la habitan.
- ¿Qué tipo de relación tienen los personajes de la escena?
- ¿Qué edad tienen los personajes?
- ¿Qué le cuenta el espectro a Hamlet?

Ponerse en la piel del otro, dejar de ser por un momento el personaje y ver más allá, es el reto que propone este apartado. El joven actor/director debe pensar ahora como escenógrafo, proponer acciones que generen el resultado esperado, “abrir el texto”, una labor de continuidad, de múltiples revisiones, de fijarse en cada detalle...

Actividad práctica

- Escribir palabras que les haya suscitado la lectura en cuanto a ambiente y espacio. Con este ejercicio, el grupo aborda el texto desde la mirada del escenógrafo.
- Ahora cada uno debe plasmar, en un dibujo abstracto, esas escenas que se leyeron. Resignificar el texto desde el dibujo, sin que sea descriptivo.

- Para presentarlo, debe ubicar un punto estratégico del salón o del edificio.



“Estas ubicaciones espaciales de los cuadros, comprometen la corporalidad del espectador; lo llevan a diferentes interpretaciones en las que él también es partícipe” (Memoria de la experiencia).

Entrar y componer (Memoria de la experiencia)

Una forma de entrar en el espacio escénico y componerlo es desde la corporalidad. Para esto, se lleva a cabo un ejercicio en el que los estudiantes deben crear y escribir una planimetría de acciones coreográficas. Una vez realizada, se la entregan a otro estudiante. Cada uno debe interpretar y ejecutar la coreografía que le corresponde.

A continuación un ejemplo de coreografía escrito por una estudiante:

- El hombre se para con una pierna estirada y la otra doblada.
- La mujer camina sensualmente hacia él con las manos en la cintura.
- La mujer camina alrededor del hombre sensualmente.
- Se toman de la mano y caminan adelante y atrás.
- La mujer cruza sus piernas con el hombre.
- Finaliza levantando su pierna. El hombre la toma.

Actividad práctica

El siguiente ejercicio planteado se titula “Escrituras Performáticas” y tiene que ver con *Hamlet*, en su sentido más profundo. Se trata de escribir algo que siempre han querido decir y no lo han dicho. Algo secreto.

Cuando hayan terminado, deben seleccionar sólo 15 palabras, las más importantes de lo que escribieron y descartar las demás. El profesor indica otras selecciones, hasta que finalmente quede una sola palabra. No es necesario que las palabras seleccionadas tengan algún sentido. Deben ser socializadas.

Actividad práctica

Espacialidades sonoras

Describir un sonido, no música, sino sonido. Cuando ya lo han escrito, se lo entregan a otro compañero. Se reúnen en grupos, socializan los sonidos que recibieron. La tarea es crear un ensamble sonoro, en cualquier espacio del edificio, usando los recursos que deseen. Cuando esté terminada la composición, cada grupo hará una breve presentación.

Reflexiones de la experiencia

Todas las experiencias acumuladas en el módulo apuntan a un trabajo interdisciplinar y a la generación de un diálogo entre la palabra y la imagen. El uso del cuerpo a partir de ejercicios de sinergia saca a los intérpretes de sus códigos cotidianos, en términos de lo performático. En cada trabajo realizado, se abordan procesos de sensación como primera parte de acercamiento para la construcción de nuevos lenguajes

y lecturas. Se sale del cuerpo del actor-actriz para entrar al cuerpo total, el del artista integral que aprecia y aborda todas sus posibilidades creativas. Las materialidades de la escena son dramaturgias: dramaturgias sonoras, corporales, plásticas, escultóricas, arquitectónicas y textuales. Estas materialidades posibilitan el tránsito por varios lenguajes, de manera integral, e invitan a abordar el proceso de montaje como un laboratorio que brinda múltiples posibilidades de creación.

Construyendo en conjunto

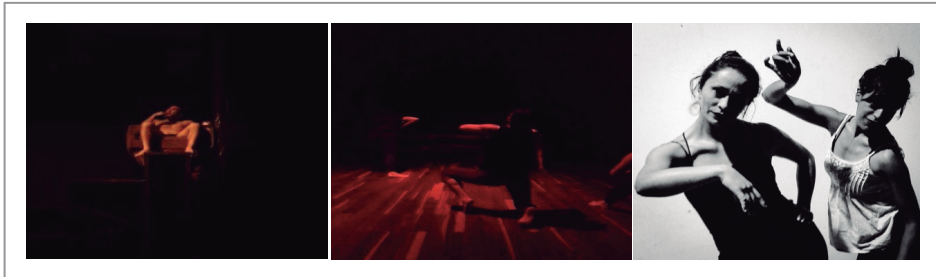
Actividad de articulación

Se busca que los aprendizajes del módulo de la luz en la escena se vinculen de manera activa con el de escenografía. Los maestros Aldana y Fabri son testigos activos de esta creación.

Orientaciones

- El grupo debe escoger un fragmento de la danza creada a partir de las acciones coreográficas y utilizarlo.
- El grupo debe escoger un fragmento del ensamble sonoro que creó y utilizarlo en algún momento de la puesta en escena.
- Debe incluir una de las frases de recuerdos.
- En la composición debe haber también una situación extraña, realizando una abstracción del ejercicio de los objetos que interactuaban con un objeto extraño.
- El grupo debe escoger una palabra del ejercicio de las escrituras performáticas, que será el subtexto de la composición, su base.

- Intervención del espacio y particularidades del espacio.
- Se presentará el ejercicio en el teatro de la universidad.
- Las palabras que resultaron a partir de la lectura de *Hamlet*, sin pensar en su relación con la obra, serán la atmósfera de la composición.
- La acción debe durar dos minutos y repetirse seis veces.
- Restablecer la relación con el público.
- Se da una hora para la preparación del ejercicio.



COMPOSICIÓN SONORA Y MUSICAL

Apuntes sobre las clases de Nicolás Montaña

El sonido y la música son el mejor amigo del director porque influyen en el espectador de manera secreta.

Francis Ford Coppola

Sólo para ubicarse

Cuando se ve una obra de teatro, la prioridad es lo visual. Sin embargo, el sonido puede cambiar todo cuanto se quiera mostrar o decir de una escena.

Todas las disciplinas deben estar inmersas en el universo de la obra, y es por eso que se hace necesario conocer y no descuidar las herramientas. Todas las artes tienen un lugar de conexión y todos los artistas deberían conocer los conceptos para comunicarse y volverse más íntegros. Un creador que tiene un mayor conocimiento musical, se vuelve mejor escucha. Nuestra educación está un poco más sectorizada en el campo artístico, es por eso que ahora es importante conocer y aliarse con las otras artes para explorar, crear y trascender.

Actividad práctica

- Escoger una imagen para llevarla a la clase.
- De acuerdo con unas pistas seleccionadas, se debe musicalizar la imagen escogida.

Algunos antecedentes

Desde Egipto se empiezan a realizar estudios sobre la música y sus efectos sobre los seres humanos. Esos estudios han arrojado resultados como los de la musicoterapia y otras disciplinas que unen la música con la psiquis del hombre. En términos de la imagen, la música genera efectos en el espectador.

La música oriental es diferente. Tienen intervalos melódicos mucho más cortos que los de Occidente. Para Oriente, entre un tono y otro hay 16 notas. No se establece un sistema armónico de consonancias y disonancias. Se habla exactamente de la música tradicional oriental, pues la música que ya está occidentalizada si es armónica.

Actividad práctica

- Escuchar el movimiento “Oh Fortuna” de la obra *Carmina Burana*, de Carl Orff. Escribir tres sensaciones que le genere.
- ¿Qué elemento o característica de la pieza musical le produce esas sensaciones?
- Variación. Música electrónica.
- ¿Qué hace que estas melodías sean distantes la una de la otra?

Es importante hacer una investigación profunda de la música para la imagen. El público está lleno de una serie de apreciaciones producto del consumismo, de sus contextos culturales y del uso inconsciente de los códigos. Entre todas estas asociaciones y el cliché hay una línea muy delgada. Auditivamente, no somos conscientes de lo que hemos hecho.

De acuerdo con Nicolás Montaña, la música para la imagen tienen tres tipos de evocaciones, que inciden en la manera en que es interpretada una pieza musical:

- Evocación de emocionalidad.
- Evocación de tiempo.
- Evocación de espacialidad.

La imagen puede cambiar la asociación del espectador. Hay un elemento muy usado por la ópera y el cine: el *leitmotiv*. Es decir, un pasaje melódico que se repite en asociación con algo. Un *leitmotiv* muy usado y famoso es el de la película *Tiburón*. Una vez que el código queda instaurado, en el transcurso de la película la gente ya entiende que, cuando aparece el sonido, es porque el tiburón se acerca.

Es importante empezar a pensar que no existe una música adecuada para algo específico. Hay ciertos tipos de tratamientos musicales que, a nivel físico y auditivo, generan sensaciones determinadas. Por ello, no hay que salirse del código totalmente, porque el espectador no comprendería.

Uno de los aspectos estudiados por Nicolás es el trato del músico con el director de escena. Un músico no le pide al director que hable de mú-

sica como un gran conocedor, sino de conceptos. Lo que un director tiene que preguntarse es ¿para qué la música?

Cuando se habla de música para la imagen, no sólo hay que conformarse con una sensación. Si el creador va a usar códigos, no debería usar los más evidentes, porque si la asociación visual es muy fuerte, el artista puede crear esos códigos siguiendo una serie de parámetros. Un ejemplo de ello es el Circo del Sol, que cambió el código de la música tradicional de circo y el público la aceptó.

La música como argumento puede centrarse en un lugar exacto de una imagen. A veces no usar música puede ser más sano que usarla “porque sí”. La pregunta más importante debe ser **¿para qué voy a usar la música?** Si la respuesta es nula y no se necesita, entonces es mejor no usarla. ¿Qué quiero que la música haga en la imagen? Puede ser potenciar una emoción o salvar la escena. Cualquier tipo de sonido genera evocaciones, las tres evocaciones mencionadas anteriormente pueden generar atmósferas. Sin embargo, no todas las músicas son atmósfera. Existen dos tipos de música en la imagen. ¿Cuáles son?

- La música para ser escuchada. Música recordada en las películas.
- La música para no ser escuchada. Creada para ejercer una influencia inconsciente en el espectador, el espectador no la recuerda, pero siempre estuvo ahí. Va a ser oída pero no escuchada a nivel consciente.

Las dos tienen técnicas claras de creación en cuanto a la imagen. Una es la música que se recuerda; la otra, no. La música para ser escuchada busca generar recordación y está compuesta por melodías repetitivas.

Cuando se habla de la música para la imagen y los tipos de música, la que es escuchada y la no escuchada, existen dos elementos importantes a tener en cuenta: lo diegético y lo no diegético. En la representación, el tiempo y el espacio también pueden ser diegéticos y no diegéticos. Lo diegético, en el tiempo, obedece a la época en la que transcurre el relato propiamente dicho. Lo no diegético es la cantidad de tiempo que se va a usar para contar la obra. En cuanto al espacio, diegético sería el lugar original donde transcurre la historia, lo no diegético es el espacio donde se realiza la creación, en un set o un escenario.

¿Entonces cuál es la diégesis y no diégesis en la música?

Música diegética: está justificada por la imagen, por el relato. Por ejemplo, el personaje enciende el tocadiscos para escucharla.

Música no diegética: es incidental, no se cuestiona. Por ejemplo, muere el personaje y aparece la música para potencializar lo que sucede. Se podría decir que es subliminal.

Cuando uno quiere potenciar una imagen y necesita que la música no sea escuchada, es necesario evitar melodías muy elaboradas o repetitivas (...). Si uno quiere que sea escuchada, el tratamiento es diferente.

Los sonidos incidentales son diferentes de la música incidental. Son aquellos que ayudan a resolver una acción. Por ejemplo, el personaje dispara y alguien produce el sonido desde la tras escena. La música incidental es creada por el director y hace parte de las asociaciones visuales.

Para tener en cuenta:

- La imagen cobra sentidos diferentes cuando se cambia la música.
- Aunque se le da prioridad a lo visual, lo audible es más fuerte.
- No existe una música que no le funcione a una imagen, es más una cuestión de prejuicios establecidos.
- Un error común es tener una música preestablecida. Es importante entender el para qué se quiere y dejarse sorprender por el músico.
- La música tiene una gran influencia sobre el espectador. Por medio de ella, se puede lograr que el espectador vea lo que el director quiere.
- Poco a poco se pueden ir cambiando los códigos, salir de lo cotidiano y evidente para llevarle cosas nuevas al espectador.
- Hay que evitar caer en el cliché de lo obvio. La música se puede centrar en distintos focos de la imagen.
- La música siempre va a generar un sentido y un significado. Lo importante es reconocer cuál es la apropiada para lo que se quiere transmitir.
- Para musicalizar no pienso qué música quiero, sino para qué la quiero.
- Para generar movimiento es necesaria la riqueza rítmica.
- ¿Qué tiene en común la música que ya existe con algo que quiero hacer y que no es tan evidente? Para no usar temas musicales que ya están establecidos.
- Es importante la claridad de los conceptos para comunicarse eficazmente con el músico.

Actividad práctica

Un estudiante hace una rutina de acciones físicas. Debe usar audífonos y oír una melodía, mientras el grupo escucha otros temas que apoyan su secuencia de movimientos. El ejercicio es grabado y se proyecta para reflexionar al respecto.

Reflexión de la acción

El secreto es tener clara la evocación que se quiere conseguir y sincronizar la imagen con acentos del ritmo. Entre más posibilidades tenga el ritmo de sincronizar esos movimientos, más calidad va a tener la creación. El ojo del espectador también genera esas asociaciones rítmicas. Por eso no debería usarse músicaailable ni muy conocida rítmicamente, pues el público hace una asociación directa y espera orgánicamente ver una danza.

Para evocar la emocionalidad, casi siempre se usa la música no diegética, que varía según la emoción que se quiere generar. Sin embargo, es música para ser escuchada y recordada, por lo que la melodía tiene un tratamiento cuidadoso. Las melodías que crean tensión escapan a las consonancias, no son melodías evidentes y están en escalas disonantes, crean una ansiedad física diferente, generada por los registros. Los registros medios son registros que se asumen mucho más fácilmente y son audibles. Los tonos bajos generan ansiedad. Los sonidos estridentes muy agudos son rechazados inmediatamente. Jugar con melodías en lugares extremos siempre va a generar sensaciones como ansiedad, terror, suspenso, angustia y miedo, entre otros.

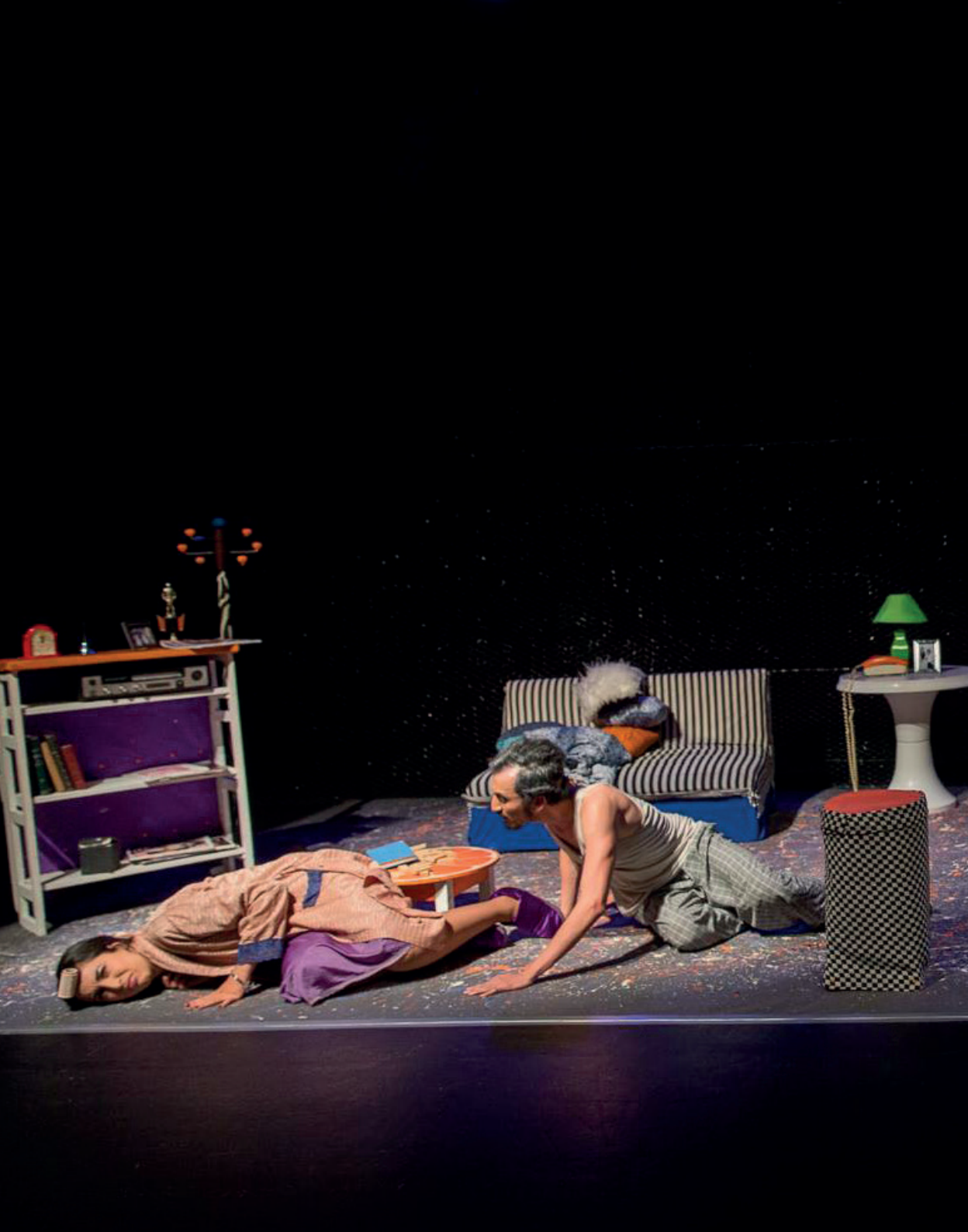
Para evocar un lugar, el elemento más importante es el timbre. Se usan los instrumentos típicos para generar una asociación tímbrica con los lugares: la tímbrica debe evocar la situación geográfica. No importa la composición, lo más importante es el elemento tímbrico. En el tiempo también se puede jugar con los timbres.

Una vez el director tiene claro para qué quiere la música, decide si quiere que sea escuchada o no. La cantidad de matices hace que el espectador se centre en el sonido o en la imagen. Si se quiere generar un momento de impacto, se apoya la imagen con algún matiz. Para que no sea escuchada se mantiene en registros poco extremos, que no sean repetitivos. Cuando hay texto, no se usan instrumentos en registro medio, porque compiten con las voces. La música podría robarse la atención del cerebro del espectador y esto es algo que es importante tener en cuenta.

Si se quiere generar la recordación o caracterización de un personaje, se usan los *leitmotivs*. Se genera la asociación del personaje con una música, durante algunos momentos de la obra. Cuando aparece el personaje, suena la música. Después de la tercera vez, no necesitaría aparecer en la escena para que el público ya haya instaurado el código y haga la asociación. En cuanto a las asociaciones tímbricas, el cerebro del público es capaz de crear asociaciones que no parecían evidentes.

La pregunta no es por qué música, sino ¿qué quiero potenciar de la imagen? La música que es rítmica tiene armonía, pero carece de movimiento, por lo que es excelente para acompañar momentos que no necesitan emocionalidad, pero que aun así necesitan ser acompañados. Todo parte de lo que el creador quiera, sin olvidar que hay que evitar recurrir al cliché básico.

El cliché ocurre cuando se recarga lo evidente con música. Es mejor generar contrastes. Si se conocen los códigos, se pueden llevar a cabo propuestas más creativas. Los códigos han cambiado y lo que se vuelve muy evidente, pierde sentido para el espectador.





CONCLUSIONES

El diplomado de *Gestión y Lenguajes para la escena* deja, entre otros, un sector renovado y fortalecido. Durante el tiempo de encuentro, los jóvenes asistentes generaron lazos creativos y solidarios que facilitan el diálogo entre pares y la construcción de una comunidad teatral basada en el trabajo en equipo y en el respeto por el otro y sus proyectos.

El haber tenido maestras y maestros con amplia experiencia en los campos administrativos y creativos facilitó el intercambio de saberes, pues ellos comprendían las dudas e inquietudes, al igual que los proyectos naciesen de algunas agrupaciones. Estos docentes estuvieron alguna vez en el mismo lugar y miran, con ojos desprevenidos, los retos de ser un joven creador en Bogotá.

El trabajo práctico, presente en todas las sesiones, facilitó la comprensión de las diversas temáticas y facilitó el “lanzarse” a construir propuestas, reorganizar las ya existentes y escuchar otras vivencias y maneras de resolver asuntos que a todos nos causan conflicto.

Durante los últimos años, la labor del sector de jóvenes creadores, en el componente de formación, ha generado una perspectiva amplia sobre todos aquellos campos en los que es necesario formarse de manera más completa e integral. Nunca es suficiente y no hemos llegado al final del camino.

Esta experiencia de diplomado exigió compromiso y constancia por parte de cada uno de los participantes. El trabajo sistemático logró articular cada uno de los componentes y evidenciar la importancia de la formación del artista contemporáneo, que ya no puede limitarse al hecho escénico ni administrativo, pues ahora es la suma de estos y otros lenguajes que diariamente lo retan y lo llevan a comprender que no hay recetas preestablecidas, que cada proceso tiene sus tiempos y maneras de resolver y que, gracias a ello, la categoría grupo cobra mucha vigencia, ya que desde allí se pueden potenciar individualidades en pro de un trabajo colectivo.

Finalmente, gracias al apoyo de la Gerencia de Arte Dramático, la Universidad Pedagógica, el Teatro Teatrova, el Café Galería Trementina, el Teatro de Villa Mayor, la Casa de la Cultura de Engativá y el Teatro La Barraca, este viaje tuvo posibilidad de ser. Muchos puertos nos acogieron y permitieron que soñáramos con un sector teatral que acoge y puede dialogar entre espacios, generaciones y formas de vivir el teatro, ese universo artístico que diariamente nos invita a aventurarnos con la certeza de que es posible.

Bogotá, 2014.

ÍNDICE DE FOTOGRAFÍAS



- ▶ Perorata: monólogo poco oportuno hecho con cierto apasionamiento y vehemencia
Grupo Drama Magdalena
Archivo particular / Portadas



- ▶ Instrucciones para abrazar el aire
Teatro de la Calle Treinta
Archivo particular
Página 8



- ▶ El espíritu mágico
Grupo Sin compañía
Archivo particular
Página 11



- ▶ Morir
Meridiano 74
Fotografía María Alejandra Barbosa
Página 13



- ▶ The Queen Man
Recoveco Teatro
Fotografía Andrés Murillo
Página 17



- ▶ Club suicida busca
Sociedades Anónimas
Archivo particular
Página 23



- ▶ La metamorfosis o El extraño caso del Señor G
Cria – Espiritrompa
Fotografía Andrea Díaz
Página 24



- ▶ Perorata: monólogo poco oportuno hecho con cierto apasionamiento y vehemencia
Grupo Drama Magdalena
Archivo particular / Página 39



- ▶ En obra
Grupo TOT (Trastorno obsesivo teatral)
Archivo particular
Página 40

ÍNDICE DE FOTOGRAFÍAS



- ▶ Buya Buya Bullerengue
Fundación Artística y Cultural Inti Amaru
Archivo Particular
Página 48



- ▶ La mujer sola
Colectivo Artístico Teatroz
Fotografía Gladys Amparo Palacios
Página 54



- ▶ El prisionero de la segunda avenida
La Llavecita
Fotografía Carlos Mario Lema
Página 58



- ▶ Sin escamas
Asociación teatro de cámara / Estudio de actuación Lucy Martínez
– Rubén Di Pietro
Archivo Particular / Página 62



- ▶ La metamorfosis o El extraño caso del Señor G
Cria – Espiritrompa
Fotografía Andrea Díaz
Página 64



- ▶ La historia del hombre que se convirtió en perro
Colectivo Elíxir Teatro
Archivo particular
Página 72



- ▶ Pez lobo
LSD (La sociedad discreta)
Archivo particular
Página 79



- ▶ La princesa y el enano, teatro para voyeristas y otros pervertidos ópticos
Teatro para Voyeristas
Fotografía William Villalobos
Página 80



- ▶ El prisionero de la segunda avenida
La Llavecita
Fotografía Carlos Mario Lema
Página 116- 117