



Especialización en Gestión Cultural

Guías A y B

Elaboración del Trabajo Final Integrador.



FACULTAD
DE CIENCIAS
ECONÓMICAS



Escuela de
Graduados
FCE - UNC



UNC
Universidad
Nacional
de Córdoba



“CIRCULARTE”. NUEVAS FORMAS DE PROMOCIÓN, FORTALECIMIENTO Y AMPLIACIÓN DE LAS ACTIVIDADES ARTÍSTICAS EN LOS CENTROS CULTURALES INDEPENDIENTES DE LA CIUDAD DE MAR DEL PLATA by Valeria Natalia Antero is licensed under a [Creative Commons Reconocimiento-NoComercial 4.0 Internacional License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).



Estudiante: Valeria Natalia Antero

Fecha de entrega: 31 de octubre de 2022

1. Título del proyecto

“CIRCULARTE”. NUEVAS FORMAS DE PROMOCIÓN, FORTALECIMIENTO Y AMPLIACIÓN DE LAS ACTIVIDADES ARTÍSTICAS EN LOS CENTROS CULTURALES INDEPENDIENTES DE LA CIUDAD DE MAR DEL PLATA.

2. Lineamiento en el que se enmarca

A

3. Presentación breve del proyecto

Este proyecto tiene como objetivo la promoción y el impulso del arte escénico independiente en la ciudad de Mar del Plata, tomando como premisa el fomento de eventos teatrales en los cuales se incluyan otras disciplinas artísticas. La propuesta se basa en brindar la posibilidad a artistas locales, de exhibir, exponer, presentar y representar su arte en los espacios culturales y salas de la ciudad dedicadas al teatro, invitándolos a ser parte del hecho teatral, antes, durante y después de las funciones programadas.

Concretamente, el proyecto plantea crear un equipo de gestión y planificación que logre reunir la danza, artes visuales, digitales y del fuego, música, performance, instalaciones y arte urbano entre otras expresiones, en una modalidad de red; y que los haga converger en tiempo y espacio, excediendo el concepto de acontecimiento teatral limitado a la obra en sí misma. De esta manera, la experiencia de concurrir a una función de teatro se completará con la vivencia de otras expresiones, fortaleciendo los lazos entre artistas y público.

Para su implementación se elaborará una base de datos con todas las obras de teatro que deseen adherirse al proyecto y todos/as los/as artistas de diferentes disciplinas que deseen integrarse. Luego se vincularán aquellas obras que tengan puntos de contacto, posibilidades de relación con las otras artes y viceversa. Los criterios de selección serán la temática que abordan, valores o criterios estéticos similares, la relación de los sentidos o el tono expresivo, entre otros.

La praxis en gestión cultural independiente nos indica que, constantemente, se debe buscar atender a la problemática relacionada con la escasez de recursos sociales y económicos que imposibilitan, a cualquier manifestación artística, sostener y desarrollar la actividad a través de los años. Este proyecto, al mismo tiempo que intentará mejorar la calidad de la propuesta independiente local por medio de una

integración multidisciplinaria, estará planteando nuevas identidades y nuevas formas artísticas, hasta el momento poco exploradas en la ciudad. Se trata de que marplatenses y turistas vivencien experiencias sensoriales, sensitivas que conservan la estética y la historia de aquel “teatro del pueblo” dirigido por Leónidas Barletta¹, quien conformase el primer grupo de teatro independiente, dada su intencionalidad de producir un teatro de arte, diferente y opuesto al teatro comercial. “Barletta consideraba que todos los miembros del grupo podían ser actores, mientras colaborasen además con las tareas propias de la producción teatral: limpieza de la sala, armado de escenografía, confección de vestuarios, etc.” (Instituto Nacional de Estudios de Teatro, s.f.) y que resultan diferentes a cualquier producto de entretenimiento convencional.

4. Diagnóstico y análisis de contexto

4.1 Descripción del contexto

Abordar el contexto territorial y de la comunidad en la que se enmarca este proyecto, requiere conocer aquellas particularidades en las cuales se desarrollan las artes escénicas, tanto a nivel país como en la ciudad, por lo que se vuelve necesario describir la situación histórica y actual del teatro, referenciar algunos de los últimos estudios de consumo cultural y aludir a las diferencias que surgen de producir “teatro independiente” para, sobre esa base, finalmente elaborar un proyecto que incluya a otras disciplinas en los espacios, teatros, salas y centros culturales nucleando a diferentes ramas del arte y potenciando los talentos locales.

Los siguientes datos se han recuperado de los dos últimos informes realizados por el Sistema de Información Cultural de la Argentina (SinCA), cuyos resultados datan del año 2017 y finales de 2020 (período de pandemia covid 19), y son establecidos en base a los parámetros “cultura” y “consumo cultural” desde una perspectiva general, que engloba tanto a producciones oficiales, privadas, comerciales, comunitarias como independientes; no pudiendo ser posible discernir solo en lo que a producciones independientes respecta. De todos modos, se decide incluir estos antecedentes puesto que colaboran con la contextualización federal de la actividad.

Asimismo, y debido a que en la ciudad de Mar del Plata no se ha realizado ningún estudio o investigación de consumo cultural, mencionamos también dos estudios de públicos de artes escénicas independientes, que son pertinentes aunque no se refieran a esta ciudad, ya que la población bajo estudio son personas que hayan asistido a salas independientes.

¹ Leónidas Barletta (1902-1975) fue un escritor, periodista y dramaturgo argentino figura de la izquierda independiente argentina y director del Teatro del Pueblo desde el 20 de marzo de 1931 y hasta su muerte.

Acerca de las prácticas de consumo cultural en el país

Comenzaremos nuestra contextualización con el movimiento económico de la cultura en nuestro país en general, para luego incluir datos específicos sobre actividades artístico-culturales y concluir con el parámetro “teatro independiente”.

En términos generales, los datos proporcionados por el informe del SInCA indican que el dinero que la población destina a la adquisición de bienes y servicios culturales representa el 2,8% del destinado al consumo total en el año 2017. Más tarde, el impacto que tuvo el Covid-19 en las industrias culturales (Cine, Shows en vivo, Teatro y Museos), representó una caída de la producción durante el segundo trimestre de 2020 que fue, en promedio, del 84% (SInCA, 2020, pág. 9). Y, obviamente, esto impactó directamente sobre el consumo. En cambio, luego del 2020, el consumo cultural se incrementó un 6,9%, lo que supone una recuperación parcial de la caída por pandemia (SInCA & INDEC, Cuenta Satélite: SInCA, 2017).

En el siguiente gráfico podemos observar el gasto promedio mensual en cultura, expresados en pesos. Si bien la información data del año 2017, nos proporciona un claro panorama acerca de las tendencias, gustos y preferencias de consumo y nos permite concluir que, fuera de cualquier período de restricción de presencialidad, los parámetros a los que se destina un menor gasto promedio por mes son el teatro, los libros y revistas, y el cine.

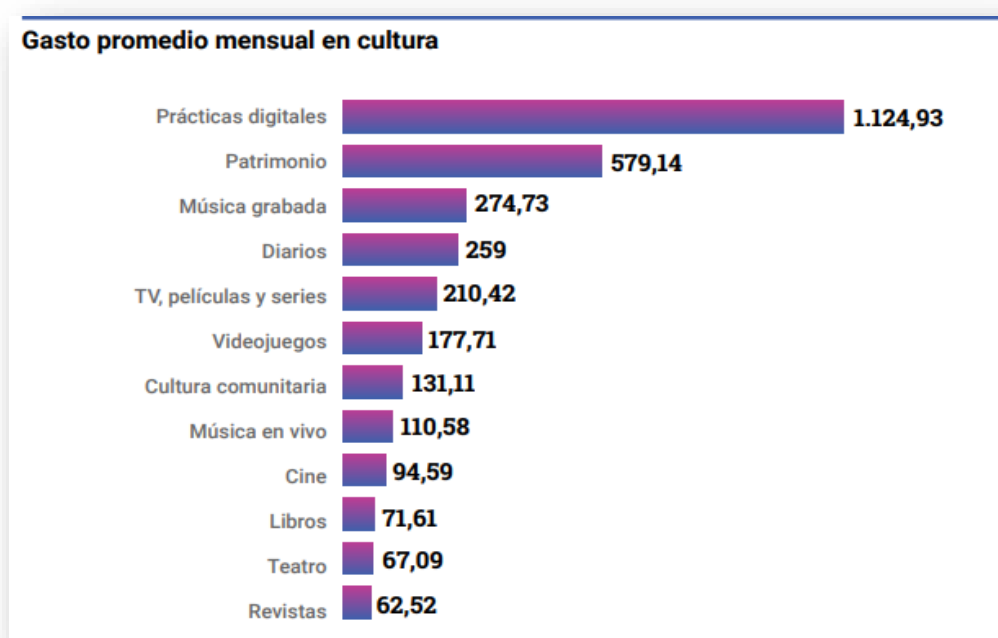


Gráfico 1: Gasto promedio mensual en cultura. Fuente: SInCA.

El mismo informe, en otro apartado, nos indica que la asistencia a obras de teatro es tan solo del 11% de la población encuestada por sobre un 89% que declara no haber asistido a ningún espectáculo teatral en el último año. Mientras que en 2013 el 19% de la población asistió al teatro, en 2017 sólo lo hizo el 11%. Esto representa una reducción de poco más del 40%.

Datos más recientes revelan que de los consumos culturales menos industriales o seriados, el más frecuentado es el circo (el 70% de la población visitó uno al menos una vez), seguido por los carnavales, las ferias y exposiciones artesanales (54%), las peñas musicales (48%) y las fiestas religiosas (35%) (SInCA, 2022).

En cambio, en 2021 otras actividades culturales en general (tv, radio, internet, diarios, cine, literatura, museos, prácticas culturales comunitarias, etc) crecieron un 12,7% respecto de 2020, según los resultados de la Cuenta Satélite de Cultura (CSC) que publican de manera conjunta el INDEC y el SInCA. Además, la cultura aumentó levemente su participación en el total de la economía del 1,7% al 1,8% (SInCA, 2022).

Si bien estos datos nos aportan información precisa acerca de los gustos y preferencias a nivel país, y dan cuenta del pequeño porcentaje que asiste a ver obras, el parámetro *teatro* sigue siendo generalizador y abarca tanto al teatro comercial como independiente. Como mencionamos en párrafos anteriores, no contamos con antecedente de investigación alguno en cuanto a consumo de teatro independiente marplatense, por lo que, a los fines de establecer un panorama general, tomaremos como base (por analogía y semejanza de la problemática y de las características del objeto), el estudio realizado por Sabrina Cassini sobre el perfil de los públicos del circuito independiente de las artes escénicas en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, durante dos ediciones del festival ESCENA² en 2015 y 2016; y la encuesta realizada en 2020, en la ciudad de Buenos Aires, por Alternativa Teatral y la consultora Enfoque con apoyo del Instituto Nacional del Teatro (Alternativa Teatral & Enfoque cosumos culturales, 2020, págs. 51-52).

Según esta encuesta realizada por Alternativa Teatral y la consultora Enfoque, la valoración de las salas independientes de la ciudad de Buenos Aires está más centrada en aspectos artísticos, que en cuestiones prácticas o infraestructurales. Así, en primer lugar, entre los aspectos más valorados de una sala de teatro independiente aparecen los actores, actrices y directores/as que forman parte de las obras, con un 71% de menciones, seguidos de la propuesta de programación, con un 63%. Con un porcentaje menor, en tercer lugar, el 31% hace referencia a la confortabilidad de la sala (Alternativa Teatral & Enfoque cosumos culturales, 2020, págs. 51-52).

Así mismo, al momento de evaluar la oferta de teatro independiente del último año son muy bajas las calificaciones negativas: el 46% la califica como muy buena y el 47% como buena. La valoración de *regular* tiende a aparecer entre un público más exigente, como los encuestados relacionados con el teatro y, en el otro extremo, entre los asistentes esporádicos.

² ESCENA (Espacios Escénicos Autónomos), fundada en 2010, es una organización cultural de espacios escénicos autónomos, no gubernamental que tiene el propósito de resguardar y promover la actividad de las artes escénicas independientes y autogestivas de la ciudad de Buenos Aires.

Profundizando en valoraciones, la encuesta determina:

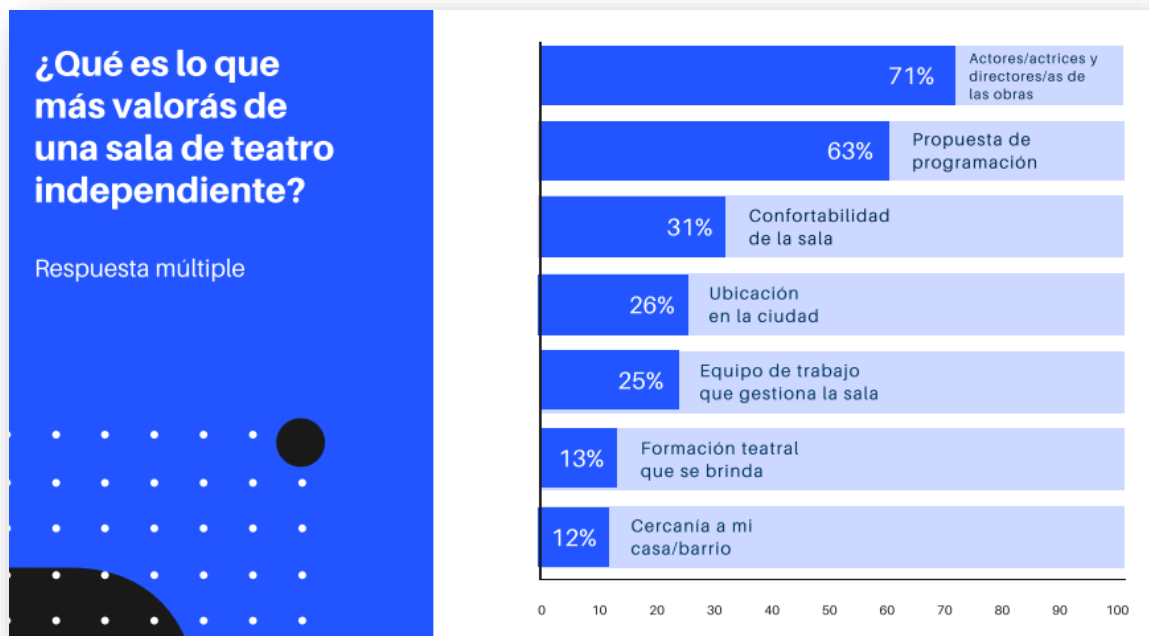


Gráfico 2: ¿Qué es lo que más valorás de una sala de teatro independiente?. Fuente: Encuesta 2020 Alternativa

En ese mismo sentido, en el estudio realizado por Cassini (2015-2016) y al analizar las respuestas vinculadas a las motivaciones o razones para asistir a un evento de artes escénicas, los datos muestran una dispersión equilibrada entre tema o contenido en el 50,4% de los casos; comentarios de amigos o conocidos, en el 47,25%, y estilo artístico (estética/poética), en el 44%. A partir de dichos resultados, se concluye que no hay una sola causal dominante que incida en la decisión de concurrir a una obra. En cambio, y acerca del principal factor que impide que asistan con mayor frecuencia a ver teatro, danza o *performance*, el resultado es elocuente: las principales causas enunciadas son la falta de dinero (44%) y, en igual medida, la falta de tiempo (44%). Entre los factores de menor elección se destacan la falta de información (16,5%) y la lejanía con respecto a la sala (12,6%) (Cassini, 2015-2016, pág. 1).

Todos estos indicadores ponen de manifiesto el difícil contexto en el cual se deben desarrollar las actividades artísticas, y en particular las artes escénicas, ámbito en el que situamos nuestro proyecto. A continuación, se ofrece una breve descripción del marco histórico de la ciudad y del modelo de producción particular que modela nuestra propuesta.

Breve reseña del teatro independiente en Mar del Plata

El surgimiento del teatro independiente está ligado a la historia de la ciudad, cuya fundación data del 10 de febrero de 1874, pero no será hasta la llegada del ferrocarril, el 26 de septiembre de 1886, que el pueblo de Mar del Plata se transforma en un centro urbano moderno. Este mundo urbano en formación, atrajo una corriente de población que fue gestando una sociedad permanente, que habitaba todo el año.

Desde fines del siglo pasado y hasta los años 1930, Mar del Plata también fue un balneario de élite. A partir de 1940 y gracias a la sindicalización de los obreros y las políticas sociales, la ciudad se convierte en el sitio preferido de veraneantes impulsando su economía desde el aspecto turístico.

Es oportuno mencionar que la actividad teatral de la ciudad transcurría, en su mayoría, en los conocidos clubes sociales y deportivos en los que el baile y teatro generaban el ambiente propicio para la socialización. Estos espacios son los que abrieron sus puertas desinteresadamente, a los primeros elencos locales y albergaron las incipientes manifestaciones artísticas. Por otro lado, la irrupción de la televisión con sus reconocidas figuras del espectáculo, generan en el público (turista y local) esa especial atracción más ligada con los protagonistas que con las obras, por cierto.

Pero, así como en el resto del país, el surgimiento de un teatro del pueblo se diferenció de aquel teatro de producción capitalina con marcadas diferencias desde lo conceptual, de costumbres, militante y hasta de denuncia de sucesos sociales.

En 1954 se crea la Cooperativa y Escuela de teatro ABC, de la mano de José María Orensanz, “cuya definición de la poética de ABC era: difundir en nuestro pueblo los eternos valores de la cultura, los propios y los universales, a través, preferentemente del buen teatro” (Pellettieri, 2005, pág. 94); y más tarde en 1979 se funda la Escuela de Arte Dramático “Angelina Pagano”³ reforzando la labor educativa formal para la ciudad junto a una decena de espacios educativos privados.

Modelo de producción de las artes

El modelo de producción independiente está constituido por grupos de personas comprometidas con una causa o formas de trabajo en común. Su funcionamiento y mantenimiento es autogestionado. En la ciudad hay, actualmente, más de 20 salas y/o centros culturales⁴ dedicadas a programar elencos independientes, con

³La Escuela Municipal de Arte Dramático "Angelina Pagano" es una institución educativa pública y gratuita cuenta con títulos de Profesorado y Tecnicatura en Teatro, de validez nacional.

⁴ Dato obtenido de: www.alternivateatral.com

alrededor de 300 obras en cartel⁵ durante las temporadas estivales, y alrededor de la mitad de ellas continúa realizando funciones durante el invierno.

La impronta distintiva de la gestión de salas y centros culturales dedicados a programar a artistas de la ciudad y los basamentos ideológicos y políticos propios de este modelo, a diferencia del modelo de teatro comercial representado mayoritariamente por las propuestas capitalinas de verano, hacen que podamos brindar espacios de representación para otras disciplinas más relegadas aún en sus posibilidades de programación, ya que éstos no dependen de gerencias privadas u oficiales en cuyo caso resulta menos viable la aplicación de este tipo de proyectos.

En cuanto a la factibilidad de producción con la que cuentan profesionales y amateurs de otras ramas del arte, podemos observar que, si bien la ciudad posee institutos y escuelas de formación con una amplia propuesta educativa, luego del egreso las posibilidades verdaderamente probables de exposición/representación con las que puedan verse beneficiadas las artes plásticas, fotografía, escultura, música, instalaciones, danzas, etc; se limitan a poco más de una docena de espacios. Entre ellos podemos mencionar, por ejemplo, aquellos que son de administración estatal: el Museo Municipal de Arte Juan Carlos Castagnino, la Villa Victoria y Teatro Colón de la órbita municipal; y el Centro Provincial de las Artes (Teatro Auditorium) y Museo MAR, estos últimos del ámbito provincial. Al ser espacios de gestión pública, las producciones locales se encuentran imposibilitadas de acceder a ser programadas allí, debido a la cantidad de requisitos que deben reunir y al formato y criterios de selección de obras. El resto de los espacios solo incluyen en sus planes eventos de fotografía y/o pintura, o bandas o grupos de música.

4.2 FODA

Fortalezas

- Primer proyecto de este tipo y con esta metodología, en la ciudad.
- Bajo presupuesto para puesta en marcha del proyecto.
- Propuesta aplicable a diferentes espacios y distintas disciplinas.
- Pequeña inversión de

Debilidades

- Falta de experiencia, de parte del equipo, en este nuevo proyecto.
- Escasa vinculación entre artistas imposibilitando potenciar sus presentaciones.

⁵ Dato suministrado por el Ente Municipal de Turismo sobre cantidad de obras de teatro independiente inscriptas a los Premios Estrella de Mar, en temporada 2020.

dinero por parte de los artistas.

- Numerosa cantidad de artistas

FODA

Oportunidades

- Mas de 20 salas y centros culturales con espacio físico disponible.
- Necesidad del sector de contar con espacios como el propuesto.
- Posibilidad de expandir el proyecto a salas comerciales.
- Posibilidad de que el proyecto se establezca como pauta necesaria de funcionamiento de salas debido a la inexistencia en el sector.
- Empresas privadas aportantes a otros proyectos culturales.
- La ciudad es un punto turístico y de entretenimiento popular.
- Alto nivel de profesionalización de artistas.
- Estrecho vínculo con periodistas culturales de la ciudad.

Amenazas

- Resistencia de los artistas en innovar o modificar la lógica de sus presentaciones
- Escaso/nulo interés de medios locales en un nuevo proyecto/formato.
- Desconocimiento del público de cualquier otro tipo de oferta cultural que se aparte de la oferta habitual/tradicional.
- Locales y turistas desconocen las propuestas independientes.
- Ideario popular relacionado a la supuesta baja calidad de las obras.
- Inexistencia de empresarios/productores teatrales que solventen económicamente.

5. Fundamentación

Primeramente, y como premisa general, acordaremos que el objetivo de este proyecto cultural es difundir, promover, conservar e impulsar manifestaciones culturales de todo tipo para que las mismas comunidades que las producen las conozcan, las aprecien, las preserven y las difundan. Tratándose de propuestas alternativas como lo son las que considera este trabajo, los beneficios, más que económicos, tienen que ver con la promoción cultural, y con la posibilidad de hacer llegar estas expresiones al público y dar oportunidades a nuevos talentos del mundo del arte.

En este sentido, y con la finalidad de promover y potenciar dichos beneficios, es necesario elaborar una propuesta adecuada en tanto proyecto de gestión cultural que abarque a varias disciplinas con punto de partida en el teatro, considerando las particularidades de la actividad artística independiente, que a lo largo de su historia, debió sortear todo tipo de obstáculos de carácter organizativo, económicos, de afluencia de público, edilicios, de conformación y continuidad de los grupos, y hasta políticos e ideológicos. Teniendo en cuenta las características del contexto en el cual se desarrolla la actividad, pondremos énfasis en inclinar la balanza desde las debilidades hacia las “oportunidades” que nos brinda el medio. Es necesario (y urgente) planificar estrategias que modifiquen la lógica de la concurrencia a estos espacios, *abrir el juego* de alguna manera. Incluir a otros/as artistas dentro de una misma experiencia escénica generará una suerte de sinergia creativa entre artífices, al mismo tiempo que contribuirá a aumentar el capital cultural y los lazos sociales de la comunidad.

La realidad es que cada obra de teatro, que se programa en un determinado espacio, convoca a su público a ese convivio que inicia, transcurre y finaliza con un objetivo puntual: vivenciar la obra en sí misma. Pero no se proyecta hacia otras experiencias. Lo mismo sucede con las otras disciplinas artísticas (danza, música, plástica, performance, arte urbano, etc), en donde cada uno de los hechos artísticos se dan de forma aislada unos de otros y sin una organización y, posterior planificación, que les garantice una mínima proyección en el tiempo y la posibilidad de fortalecimiento que brinda la práctica colectiva. A esta situación se le suma la dificultad para tener continuidad en las instancias de exhibición/exposición por falta de estructura estable, tanto espacial como laboral.

En cambio, la propuesta que se desarrolla aquí pretende multiplicar y potenciar talentos locales, ofreciendo otros espacios de exhibición, de representación, de expresión y de práctica cultural compartida, compensando las faltas, por medio de un proyecto que integre a los artistas y genere una red de solidaridades entre colegas profesionales y amateurs.

De aquí la relevancia de este trabajo que intentará visibilizar todas las manifestaciones artísticas independientes, teniendo al teatro local como factor que

nuclea las actividades. El proyecto “CirculArte” propone realizar eventos permanentes, previos a cada obra de teatro, con el espíritu de los festivales de arte, con enfoque de diversidad artística y en la exploración de hallar una forma diferente de expresar ideas, creencias y tradiciones en torno al teatro local. Cada función se transformará en una experiencia enriquecedora tanto para asistentes como para artistas.

6. Propuesta de innovación

El carácter innovador de este proyecto está basado cabalmente en sus objetivos de difundir, promover, conservar e impulsar manifestaciones culturales propias de la ciudad, integrándolas en un mismo tiempo y espacio, logrando potenciar los vínculos comunidad-artista y las infinitas posibilidades expresivas que podrán surgir a partir del intercambio multidisciplinar. Este escenario particular y no explorado aún en Mar del Plata, representa una propuesta de valor diferente a lo realizado hasta el momento.

Al mismo tiempo, resulta novedosa la progresión y el desarrollo de etapas o momentos del proyecto, pensados ya desde la génesis para ser aplicadas al ejercicio del arte independiente teniendo en cuenta sus características y particularidades. Luego, el método de recolección de datos que conformará, a su vez, una base de datos de artistas locales, también se constituye en una herramienta que no solo permitirá concretar este proyecto, sino que también expondrá la conformación actual de la actividad artística de la ciudad. Aunque no es el objeto específico de esta propuesta, realizar un estudio cuantitativo, los datos sobre cantidad de personas, grupos y disciplinas en las que se especializan los artistas locales podrán ser utilizadas para originar un mapa artístico profesional de la ciudad, inexistente hasta el momento.

Por otro lado, la implementación de este proyecto se aparta de los formatos de gestión convencionales debido a que en la ciudad no existen grupos que gestionen actividades artísticas independientes en diferentes salas y las hagan circular por todos esos espacios de forma alternada. Por lo general, quienes administran esos sitios, definen y concretan una determinada grilla de programación mensual o de temporada que no varía aún ni bajo la cancelación de la puesta en escena de una obra. En cambio “CirculArte” propone romper con la estructura de programación cerrada, pre-pautando opciones de programación que les garantiza la puesta en escena tanto a los espacios como a los artistas.

Y, por último, pero no menos importante, la propuesta contribuye a lograr que estas manifestaciones culturales sean conocidas y apreciadas por la comunidad local y, como en un círculo de reciprocidad positiva, que al mismo tiempo preserven al público y los motiven a concurrir a salas que no frecuentan habitualmente.

7. Objetivo General

Fortalecer el modelo de gestión cultural independiente de Mar del Plata mediante el desarrollo de una propuesta de actividades artísticas diversas, realizadas en vinculación con el teatro independiente en la ciudad.

8. Objetivos Específicos

1. Gestionar la circulación de arte por los diferentes espacios, salas y centros culturales de la ciudad, a través de la conformación de un equipo de producción cultural independiente que programe actividades artísticas diversas en torno a las funciones de teatro de la cartelera local, incorporando a otras disciplinas artísticas a su programación.
2. Reconocer y relevar, tanto la oferta teatral independiente como también otras expresiones artísticas, y establecer los puntos de diálogo y contacto entre ellas.
3. Desarrollar propuestas integrales de confluencia de obras de teatro y artes visuales, y/o performance y /o ejecuciones musicales y /o baile, a través del modelo de gestión cultural independiente, que genere una sinergia que mejore la calidad de la propuesta independiente local.

9. Descripción completa del proyecto

En esta instancia se plantean tres grandes momentos consecuentes con el inicio de este proyecto, teniendo en cuenta que la fase de “construcción de la propuesta” se implementará por única vez, pero los dos momentos restantes se ejecutarán en cada función programada.

1° momento: Construcción de la propuesta

- Este primer momento implica conformar un equipo de trabajo con el cual se seleccionarán las obras que articularán con las otras actividades artísticas teniendo en cuenta sus ejes en común y la temática que abordan, a fin de lograr una estética semejante cuyo mensaje sea comprendido como un “todo” y no como manifestaciones de sentido disímiles.
- En segunda instancia la tarea será relevar las propuestas de teatro existentes, contactar a sus directores/productores, comunicar el proyecto.
- Constituir la base de datos de las obras en torno a las cuales se integrarán las otras expresiones artísticas.
- A partir de ello, analizar por un lado las características de las obras de teatro que sean compatibles con las propuestas de los artistas plásticos, músicos

etc. convocados; y por otro lado diseñar la exhibición/ejecución de lo específico de estas expresiones en relación con las obras de teatro seleccionadas.

- Se realizará la convocatoria a los artistas locales y se les informará el cronograma de presentaciones.
- Al mismo tiempo se contactará a empresas para canje publicitario.
- Apertura de cuentas en redes sociales facebook e instagram y casilla de correo del proyecto.
- Búsqueda de presupuesto y adquisición de atriles para la exposición de fotografía y/o artes plásticas y de equipo de sonido para la música y la danza.
- Se realizará la apertura de una cuenta en una plataforma de crowdfunding.
- Impresión de cartelería promocional de sponsors.

2° Momento: Realización de los eventos

- Confirmación de asistencia de los artistas participantes del proyecto "CirculArte".
- Recopilación de información de los elementos que van a exhibir los participantes del evento.
- Recepción de las obras el día anterior a la función.
- Prueba de sonido, ensayo con los músicos, bailarines.
- Prensa y difusión en medios locales y en las redes tanto de los artistas como del proyecto.
- Montaje de las obras y adecuación del espacio físico.
- Preparación y prueba de sonido.
- Prensa y difusión en redes sociales.
- Breve encuesta a la salida del espectáculo, al público, para recabar información acerca de la experiencia.
- Desmontaje y retiro de elementos propios del proyecto.

3° Momento: Evaluación de la experiencia









- Realización de informe de recaudación.
- Evaluación de las encuestas y resultados con el objetivo de introducir ajustes, mejoras al proyecto.
- Reunión de evaluación de la jornada y posibles mejoras al proyecto.

10. Definición de actividades

	Actividades sin desglosar en etapas	Equipamiento y materiales requeridos	Equipo de trabajo necesario	Costo
	Conformación del equipo de trabajo, distribución de roles y	Refrigerios para la reunión	Todo el equipo	\$1000

OE1	acuerdo de objetivos.			
	2. Elección de herramienta para la inscripción de artistas al proyecto. Relevamiento, cargar la base y planificar como llevarlo adelante en las mejores condiciones posibles.	Teléfono celular de integrante del equipo, con conexión a internet	Una persona	\$ 2.000
	3. Clasificación de los resultados de la inscripción.	Papelería y teléfono celular	Todo el equipo	\$1.000
OE2	1. Conformación de base de salas y centros disponibles, contacto y visita.	Teléfono celular Traslados	Todo el equipo	\$20.000
	2. Acordar criterios para elección de una obra y otra actividad o disciplina que resulten vinculables y con criterio estético entre sí.	Refrigerios para la reunión	Todo el equipo	\$1000
	3. Diseñar la exhibición/ ejecución de lo específico de estas expresiones en relación con las obras de teatro seleccionadas.	Refrigerios para la reunión	Todo el equipo	\$1000
OE3	1. Diseñar la exhibición y pautar la programación según un cronograma.	Refrigerios para la reunión	Todo el equipo	\$1000
	2. Gestión y puesta en práctica de herramienta de recaudación de fondos para artistas invitados.	Teléfono celular	Una persona del equipo	\$1000
	3. Puesta en práctica del proyecto según la programación convenida. -Evaluación y propuesta de mejoras al proyecto.	Traslados	Una o dos personas del equipo por cada sala	\$30.000 atrilas \$25.000 parlante \$20.000 traslados

11. Calendario de ejecución

Actividades	Desglose de acciones	Octub '22	Novie m '22	Diciem '22	Enero '23	Febr '23	Marzo '23
OE1 Actividad 1	-Reunión con el equipo. -Acuerdo de criterios. -Conclusión del trabajo.						
OE1 Actividad 2	-Evaluación de herramientas. -Selección del método. -Creación de formulario de google. -Puesta en práctica.						
OE1 Actividad 3	-Reunión con el equipo. -Clasificación. -Conclusión del trabajo.						
OE2 Actividad 1	-Investigar en internet. -Realizar listado de salas. -Contacto y visita a salas.						
OE2 Actividad 2	-Análisis de resultados del relevamiento de artistas -Clasificación de obras y artistas según criterios estéticos.						
OE3 Actividad 3	-Cruce de datos y conformación de grilla a programar. -Realización de listado de posibles reemplazos de la grilla establecida.						
OE3 Actividad 1	-Acordar la programación y la exhibición tanto con artistas como con las salas.						
OE3 Actividad 2	-Apertura y puesta en funcionamiento de						

	perfil en plataforma de crowdfunding.						
OE3 Actividad 3	<ul style="list-style-type: none"> -Montaje y desmontaje de elementos escenográficos y de sonido. -Recaudación y distribución de ingresos. - Evaluación del evento. -Propuesta de mejoras. 						

12. Diseño y gestión una estrategia y plan de comunicación

A fin de garantizar el éxito del proyecto, es necesario implementar una estrategia general de comunicación que incluya anunciar e instalar la propuesta innovadora en la ciudad y darla a conocer al público específico. Dentro de esta estrategia general, se prevé el siguiente plan de comunicación:

Plan de comunicación
<p>Objetivo de la comunicación:</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Promocionar la oferta de un nuevo servicio de exposición/representación llamado “CirculArte”, dirigido a los/as artistas de la ciudad de Mar del Plata, de modo tal que se obtengan un mínimo de 100 adhesiones al proyecto durante la primera convocatoria. ❖ Obtener seguidores para el proyecto en diferentes redes sociales. ❖ Establecer relaciones estratégicas con referentes locales que publiciten los eventos. ❖ Conformar alianzas con colectivos afines para que nos ayuden a promover y difundir los eventos ❖ Generar convenios con empresas privadas que financien la iniciativa.
<p>Público objetivo: Residentes de la ciudad de Mar del Plata, mayores de edad, que se dediquen a actividades artísticas, cualquiera sea la disciplina que ejerzan (teatro, música, danza, arte plástico, fotografía, etc), ya sea de forma individual o en grupos, y que estén interesados en formar parte de un evento que convoca a diferentes artistas en un mismo espacio con la finalidad de difundir su arte.</p>
<p>Tiempo de ejecución: La ejecución del cronograma contempla las fases de desarrollo de las actividades como así también una proyección en el tiempo de la primera temporada de verano de puesta en práctica, a modo de ejemplo (octubre a</p>

marzo del año siguiente).

En concreto, para el plan de comunicación se prevé una primera etapa de difusión en salas y en medios locales para dar a conocer el proyecto. Esta fase puede durar 1 mes durante octubre 2023 y será la etapa en la cual se invertirán más recursos.

Luego, durante el transcurso de la temporada se continuará activo en redes sociales y, de manera presencial, publicitando en las salas programas.

Piezas comunicativas:

Se diseñará una pieza gráfica en papel, destinada a ser publicada en todas las salas que adhieran al proyecto, a fin de despertar el interés de los artistas. El *flyer* también contará con una breve descripción de los objetivos del proyecto y las redes sociales de contacto.



Ilustración 1:Flyer promocional para salas. Fuente: elaboración propia.

La siguiente pieza estará destinada, por un lado, a las redes sociales del proyecto con el fin de promocionar y motivar la inscripción. Se incluirán *keywords* y toda estrategia de promoción.

Por otro lado, este mismo diseño se utilizará para ser publicada en el canal local "79" cuya programación está basada en brindar la información del clima en la ciudad cada 20 minutos, con cámaras en vivo en varios puntos de la ciudad. En los intervalos se emite publicidad local. La razón por la cual se elige este canal es porque, al ser muy utilizado en comercios gastronómicos, tiendas locales,

consultorios y clínicas, como también aeropuerto y terminal de ómnibus, la publicidad abarcará un área de visibilización mayor.



Ilustración 2: Post para instagram. Fuente: elaboración propia.

Asimismo, se imprimirá un banner de lona que publicita el proyecto, con el objeto de ser colocado en las salas en cada una de las funciones. Esto colaborará en la instalación de la marca "CirculArte" en la ciudad, en un primer momento, y posteriormente ayudará a su consolidación.



Ilustración 3 Banner promocional para salas. Fuente: elaboración propia.



Además, se elaborará una carpeta con una breve propuesta escrita de apoyo financiero, para ser presentado ante empresas que puedan resultar posibles aliados económicos estratégicos. En ella se describe el proyecto completo, incluyendo a los integrantes y sus roles y una propuesta de publicidad.

ACERCA DEL PROYECTO

Este proyecto tiene como objetivo la promoción y el impulso del arte escénico independiente, tomando como premisa el fomento de eventos teatrales en los cuales se incluyan otras disciplinas artísticas. La propuesta se basa en brindar la posibilidad a artistas locales, de exhibir, exponer, presentar y representar su arte en los espacios culturales y salas de la ciudad dedicados al teatro.

Concretamente, el proyecto plantea crear un equipo de gestión y planificación que logre reunir la danza, artes visuales, digitales y del fuego, música, performance, instalaciones y arte urbano entre otros; y que los haga converger en tiempo y espacio, excediendo el concepto de acontecimiento teatral limitado a la obra en sí misma. De esta manera, la experiencia de concurrir a una función de teatro se completará con la vivencia de otras expresiones, fortaleciendo los lazos entre artistas y público.

¿qué ofrecemos?

Publicidad en nuestras redes sociales

Afiches de su empresa en cada evento

Mención de su empresa al finalizar cada función

Nuestro Equipo

Valeria Antero
Coordinadora General

Cecilia Danore
Asuntos Financieros

Noelia Hernández
Prensa y Comunicación

Daniel Montesaro
Asuntos Técnicos

Contáctenos

Teléfono
+54 9 223-5366521

Email
CIRCULARTEMDP@GMAIL.COM

IG: CIRCULARTEMDP F: CIRCULARTEMDP

Ilustración 4: Hoja 1 a 5 de carpeta de propuesta de financiamiento. Fuente: elaboración propia.

13. Diseño y gestión de los aspectos económicos del proyecto

Estrategia de Gestión de Recursos Financieros

Teniendo en cuenta que este proyecto se enmarca en un ámbito en el cual se vincula la gestión independiente junto con la privada y la estatal, la búsqueda de financiamiento se dará dentro de un modelo mixto.

Las características diferenciales en las que se basa la estrategia de gestión de los recursos financieros prevista guardan relación con el hecho de que este proyecto es de orden local y se integra con artistas locales con experiencia en el rubro. Esta particularidad favorece la generación de una red de contactos con empresas privadas para las cuales trabajan formalmente, o que aportaron dinero en proyectos artísticos anteriores por ellos gestionados, con quienes se pueden establecer nuevos convenios de publicidad. También existe un vínculo estrecho con los periodistas culturales de la ciudad, circunstancia que puede redundar en un acceso a la promoción de los eventos y, por lo tanto, en una reducción de los costos publicitarios.

Por otro lado, se solicitará a la Secretaría de Cultura del municipio de General Pueyrredón, una ayuda de financiamiento para producción haciendo hincapié en lo novedoso de la propuesta para la ciudad y, a su vez, se realizará la postulación para obtener fondos federales para proyectos de esta índole como los que otorga el programa “Gestionar futuro”⁶.

Asumiendo, asimismo, que el “autofinanciamiento” es otro de los modelos que la gestión independiente aplica permanentemente, elaborando planes que contienen acciones concretas tanto de aportes voluntarios del público como de recursos propios, se incursionará en esta alternativa. La percepción que tienen los destinatarios sobre los grupos de artistas de la ciudad, aumenta las posibilidades de ejecutar proyectos de financiamiento con resultados positivos. Se abrirá una cuenta de crowdfunding⁷ en la cual el público asistente, antes o después de ver la obra, como también público en general desde cualquier punto y por medio de internet, pueda realizar donaciones que, en este caso, estarán destinadas únicamente a los artistas de las diversas disciplinas. Lo recaudado será destinado, en partes iguales, a los artistas que participan del proyecto el día de la función, como retribución por su presentación. En cuanto a la venta de entradas para las obras de teatro, se realizará por los medios que los grupos acostumbran (boleterías de los teatros, venta a domicilio, etc). Una vez finalizadas las presentaciones se les solicitará el 20% de lo recaudado, como aporte a la continuidad del proyecto “CirculArte”.

⁶ El programa Gestionar Futuro, del Ministerio de Cultura de la Nación, implementado a través de la Secretaría de Gestión Cultural, está dirigido a gestores y gestoras culturales y brinda apoyo económico a proyectos que fortalezcan el entramado cultural en cada región del país. Extraído de: <https://www.argentina.gob.ar/>

⁷ Crowdfunding: micromecenazgo en castellano, es una fuente de financiación en la que el capital se obtiene a través de pequeñas aportaciones individuales. Es una forma de financiación colectiva a la que se suele recurrir para financiar proyectos novedosos de diversa índole, que suelen tener un impacto positivo a nivel social o ambiental. Extraído de: <https://www.conavalsi.com/blog/crowdfunding>

Mapa posible de financiamiento



Presupuesto⁸

Rubro	Detalle	Costo
1. HONORARIOS		
1.1 Coordinador general	1 persona	\$20.000
1.2 integrantes del equipo	3 personas	\$45.000
2. MONTAJE		
2.1 Costo de montaje y desmontaje	2 personas para instalación y retiro de escenografía, cartelería.	\$5000
2.2 Aporte a limpieza de espacio	Una persona y productos de limpieza	\$5000
3. TÉCNICA		
3.1 Equipo de sonido	parlante y cables	\$25.000
3.2 Escenografía, utilería, decoración	atriles, manteles, telas, descartables etc	\$30.000
3.3 Iluminación	2 alargues	\$5.000
3.4 Gastos de alquiler de espacio	para reuniones de equipo	\$8.000
4. GASTOS DE		

⁸ Cabe aclarar que esta previsión de costos se realizó durante el momento de la elaboración del proyecto y no contempla futuros aumentos por índices inflacionarios.

PRODUCCIÓN		
4.1 Gastos de comunicación	plan de telefonía celular	\$4.000
4.2 Traslados	Remis, taxi, etc.	\$20.000
4.3 Materiales de librería	papelería, librería, etc.	\$15.000
5. PIEZAS GRÁFICAS		
5.1 Diseño piezas gráficas	honorarios a persona del equipo	\$15.000
5.2 Impresión de materiales	Lona banner, afiches, etc.	\$40.000
6. PRENSA Y DIFUSIÓN		
6.1 Publicidad offline y online	publicidad del proyecto y del evento	\$80.000
TOTAL		\$317.000

14. Diseño y gestión del equipo de trabajo

Al tratarse de un proyecto que se desarrollará en el ámbito independiente autogestivo, la conformación del grupo de trabajo y su funcionamiento está pensado en base a criterios de gestión democrática, cooperativa, en la cual todos sus miembros participan activamente en la fijación de sus políticas y en la toma de decisiones.

De todas formas, será necesaria la distribución de las tareas, clasificadas en diferentes roles. Esta asignación se hará en base a la capacitación, formación, y conocimiento de cada uno de los integrantes a partir de lo cual el propio grupo acordará la designación de una persona cuya función será la coordinación del equipo.

En esta primera instancia, el número de integrantes determinado garantiza que se pueda iniciar el proyecto y que se desarrollen las actividades esenciales para su despliegue, pero, a medida que prospere, se prevé la incorporación de más personas al equipo.

La propuesta entonces es la siguiente:



Ilustración 5: Organigrama del proyecto "CirculArte". Fuente: elaboración propia.

15. Desarrollo de los Ejes conceptuales

En el desarrollo del proyecto se trabajará con un conjunto de nociones y ejes conceptuales diversos, que aluden a las distintas dimensiones puestas en juego en la propuesta. Varios de esos conceptos se recuperan de los contenidos y bibliografía abordados en diferentes espacios curriculares de la carrera.

En cuanto a la temática abordada en este proyecto, nos basamos en la noción de "teatro libre" y "teatro independiente" que desarrolla la Prof. Lic. María Fukelman en su tesis doctoral, en la que localiza el surgimiento de este concepto en Europa y que, más adelante, Barletta⁹ y otros escritores propusieron para la escena porteña; ese concepto tiene que ver con un nuevo modo de pararse en el campo teatral y con una postura política tomada por los artistas. Estas nuevas prácticas se distanciaban del teatro que producía el Estado y del realizado por empresarios como

⁹ Leónidas Barletta (Buenos Aires, 1902-1975) fue un escritor, periodista y dramaturgo argentino. Fue una figura de la izquierda independiente argentina. Fue director del Teatro Del Pueblo desde el 20 de marzo de 1931 y hasta su muerte.

mero entretenimiento. A diferencia de estas modalidades, el “teatro libre”¹⁰ instalaba que tenía algo para decir y que quería hacerlo con la mayor verdad posible. En este sentido, rechazaban la figura de los cómicos y ciertos recursos actorales, como el estilo interpretativo, la afectación, la declamación y la exageración. Promovían la moderación de los actores en escena. Además, se oponían a los decorados prototípicos (en general, “cartón pintado”) que se utilizaban en las obras hegemónicas. La práctica teatral era tomada con seriedad, y no como un juego de aficionados (Fukelman, 2017, pág. 64).

En estrecha vinculación con esta concepción, está la de teatro “independiente” que, aunque empleamos en el marco de este trabajo como sinónimo, posee algunas particularidades. Se trata aquí de una modalidad específica de la producción como alternativa a la forma cultural comercial imperante. Así, el término *independiente* no refiere tanto a una estética ni a una situación particular en la historia del arte, sino que principalmente designa una situación en relación con el estado como promotor y sostenimiento del arte y un particular modo de producción. En cuanto a la relación con el estado, la principal definición es por oposición a la *oficial*, es decir, a aquella que se produce bajo condiciones de regulación, financiamiento y gestión por parte del estado. Cada uno de sus integrantes (directores, actores, músicos, vestuaristas, iluminadores, diseñadores y constructores de la escenografía, técnicos, prensa, mantenimiento y limpieza, etc) con su rol específico, su contrato y su correspondiente salario, y con la infraestructura y los recursos necesarios para la producción.

Con respecto al modo de producción independiente, alude a una forma específica de organización del trabajo artístico por fuera de las instituciones oficiales, en donde al no haber roles preestablecidos, estos pueden ser variables y/o menos definidos. En muchos de los grupos independientes estables, los roles son alternativos, es decir, variables entre los miembros de una producción a otra, más allá de que por diversos motivos, puedan darse también algunas cristalizaciones. Es común que suceda que uno de los actores se encargue, además, de la prensa y el vestuario; que el director realice la tarea del técnico en cada función, o que el productor haga las veces de asistente y de boleterero en venta de entradas, por dar algunos ejemplos. En los grupos que se reúnen para abordar de modo independiente una producción en particular, los roles suelen acordarse para ese proyecto, pero las mismas personas, o algunas de ellas, pueden reunirse luego en otro proyecto y desempeñar otras funciones, hasta en simultáneo en más de una obra. Además, los límites están menos definidos, y lo que se reparte y comparte, más que roles en el sentido tradicional, son actividades que pueden distribuirse, superponerse en una misma persona, y/o recaer en varias. Entre estas actividades pueden mencionarse hacer asistencia técnica y/o de dirección, dirigir, producir, bailar o estar en escena, gestionar el financiamiento, encargarse de la difusión, de la venta de entradas anticipadas, del diseño y realización del vestuario, del montaje técnico-escénico

¹⁰ Se hace referencia al “Teatro Libre” como sinónimo de “Teatro Independiente”.

previo a la función, de la selección del vestuario, de la compra de los elementos necesarios, de la rendición de cuentas, de cobrar la entrada, de operar las luces o el sonido. Pero fundamentalmente, y más allá de la más o menos ocasional o permanente división de roles, es recurrente en esta tipología la referencia a que “todos participan en las decisiones”, es decir, que no hay un rol de dirección general que se encuentre por encima del resto en lo que a toma de decisiones refiere (del Mármol y otros, 2014, pág. 8)

Por otra parte, y teniendo en cuenta que este proyecto ofrece una alternativa a la producción cultural comercial proveniente principalmente de la ciudad de Buenos Aires, otro de los ejes conceptuales nodales se sitúa en el campo de las *políticas culturales*¹¹, que deben contemplar la inclusión de la producción local. Producir y autogestionar proyectos culturales locales supone una línea de acción que se desarrollará en el propio territorio y los espacios en los cuales se formaron sus artistas, a la vez que será gestionado y producido por un grupo de profesionales de la ciudad y en total concordancia con lo que expresa Alfons Martinell referenciado en el texto de Ángel Mestres:

Consideramos que una política cultural no puede ponerse en marcha, o no existe realmente, si no es a través de unos agentes o actores concretos, los cuales entran en relación con su realidad territorial y asumen algunas responsabilidades en el conjunto de los objetivos que la propia política les propone. Por dicha razón, los agentes cambian y evolucionan de acuerdo con las variables espacio/territorio-tiempo/evolución-contexto (próximo y global), representando un factor determinante en la consolidación de la intervención social en un campo concreto.” (Martinell, 1999, pág. 1)

En relación con el propósito central que persigue nuestra propuesta (establecerse y consolidarse como un nuevo espacio de gestión) asumimos la concepción de Mariana de Val (2021) quien define a los espacios de circulación alternativa o periférica (centros culturales, galerías, espacios expositivos) y menciona que lo que ocurre en ellos va gestando los nuevos circuitos del mundo del arte, fusionando y retroalimentando los espacios de estructuras mayores. El complejo mundo del arte compuesto por artistas (productores de obras), sitios expositivos (legitimación, difusión y venta) y la crítica de arte (discurso) se va configurando alternativamente en estos espacios de gestión. Allí es clave el rol del gestor cultural, pues en todo tipo o modelo de producción los gestores “diseñan estrategias para trabajar con objetos, discursos, prácticas y con personas. Coordinar y enlazar teorías con prácticas, pensar estrategias y diseñar dispositivos son partes

¹¹ Asumimos en términos generales esta noción de acuerdo al planteo de Néstor García Canclini quien define a las políticas culturales como el “conjunto de intervenciones realizadas por el Estado, las instituciones civiles y grupos comunitarios organizados”.

del campo disciplinar. Pensar los espacios de arte como un lugar para la pregunta, la duda y para promover la diversidad es el desafío” (de Val, 2021, pág. s/n).

En este mismo sentido, Mariana de Val plantea que gestionar en arte implica ser consciente de los difusos límites de las distintas disciplinas y la hibridación de las artes como nuevas formas de construcción de sentido (de Val, 2021, pág. s/n). En la actualidad, las modificaciones que ha sufrido la institución arte, en los modos de organizarse, circular y legitimar la obra, modifican la manera de producir arte. Bajo esta concepción, este proyecto intenta adaptarse a los cambios y despegarse de conservadora e instituida forma de representación, circulación y exhibición del arte o hecho artístico, proponiendo nuevos espacios con variedad de disciplinas cuyo resultado será la construcción de sentido en donde prime la experiencia, diferenciado de aquellos espacios de circulación y representación hegemónica. Al mismo tiempo, intenta eliminar las fronteras entre las disciplinas artísticas, combinar, mezclar para crear nuevas ofertas, servicios y bienes culturales. Estos conceptos, también expresados por Mestres, (Mestres, 2021, pág. 28) son aquellos que dieron origen al proyecto “CirculArte” y resultan ser los objetivos por los que se trabaja. Poder vincular y potenciar artistas con el fin de crear una novedosa propuesta, beneficiosa tanto para los protagonistas como para la comunidad en general.

Gómez de la Iglesia (2021) también hace énfasis en la importancia de aquella construcción de sentido en donde prime la experiencia y los valores apoyados en el concepto de economía creativa, puesto que:

Ante el auge del valor simbólico de la cultura, también tenemos la oportunidad de enriquecerla conceptualmente, y en la práctica, buceando en el diálogo con otras disciplinas, con personas diversas que ven la realidad de manera diversa, recogiendo preocupaciones y respuestas diversas, reelaborándolas...para liderar una necesaria estrategia de cambio cultural, de nuevos valores y de experiencias ciudadanas. Para generar una economía de la experiencia sustentada en nuevas prácticas y valores donde la creatividad resulta central para pasar de unos territorios caracterizados por los sectores de mayor peso productivo (industria, servicios...) hacia otros caracterizados por la creatividad impregnando todos los sectores. (Gómez de la Iglesia, 2021, pág. 7)

Este concepto da cuenta, en gran medida, de los objetivos del proyecto que apuntan a poner en diálogo y en la práctica aquellas disciplinas artísticas locales a la vez que se plantea una nueva y poco explorada experiencia teatral, propendiendo a reforzar los valores culturales de Mar del Plata.

Otros conceptos transversales en nuestro proyecto son el de “comunicación” (y en particular en el ámbito de lo institucional), los procesos de construcción de sentido y el de “hegemonía”. Si bien, el ejercicio de la Comunicación Institucional resulta ser fundamental para favorecer el acceso a las artes, las disciplinas artísticas y prácticas emergentes, hay que tener presente que todo acto comunicativo ofrece posibilidades de circulación del sentido, que van invistiendo de significado lo que se dice. La construcción de sentido que surge del diálogo entre quien produce una imagen/texto y quien la reconoce a través de una práctica hermenéutica, pone en relieve el carácter permanentemente abierto que posee la obra, y que no puede sino completarse en su recepción, su interpretación. Del vínculo comunicativo se deriva un particular proceso de producción de sentido, “en el que la acción de componer una imagen deriva luego en la puesta en funcionamiento de las competencias de reconocimiento de quien la mira” (Gago & Beccaria, 2013, págs. 1-2). Ahora bien, esta comunión de partes en pos del sentido mutuo, no ocurre sino dentro de nuestro sistema cultural ya institucionalizado, situado en una hegemonía cultural entendida como la fórmula Antonio Gramsci y que Balmaceda referencia:

Una clase impone al resto de la sociedad un sistema de significados propios, un conjunto de significados acerca de cómo es y cómo se debe estar en el mundo. Esta clase dominante impone su hegemonía buscando conseguir y perpetuar un estado de homogeneidad en el pensamiento y en la acción. La hegemonía cultural sucede mediante los siguientes mecanismos: el sistema educativo, la religión y creencias, los medios de comunicación. (Balmaceda, 2021, pág. 4)

Durante este proceso se van a generar conflictos y rupturas al interior de la sociedad. Así, los sujetos pueden resignificar prácticas y sentidos en torno a la hegemonía que se le intenta imponer.

En la misma línea de nociones generales que enmarcan este trabajo, se encuentra la de una gestión orientada hacia una democracia cultural de los individuos, ampliación, estimulación y desarrollo de la vida cultural de la población local. Según conceptualiza Mestres, la cultura tiene un papel multidimensional en el desarrollo de la sociedad porque es considerada una herramienta de desarrollo comunitario y cohesión social. “Por eso resulta esencial que los nuevos profesionales de la gestión de la cultura articulen y promuevan desde su quehacer a mejorar el acceso cultural de los individuos, fortaleciendo la economía local desde lo creativo, patrimonial y artístico, ayudando con esto a democratizar la Cultura como factor de cohesión social” (Mestres, 2021, pág. 14).

Asimismo, Silvina Freiberg (2021) refuerza ese rol cohesivo que mencionara Mestres, acuñando el concepto de regeneración del tejido social. Este concepto es clave en la fundamentación de esta propuesta ya que con un proyecto cultural

aportamos espacios de intercambio cuyo vehículo de acción es el ejercicio de la cultura entendido como puntos de regeneración del tejido social, en pos del beneficio de la comunidad que habitamos (Freiberg, 2021, pág. s/n). En este mismo sentido, Karina Benito (2008) sitúa a la dimensión simbólica de la cultura como aquella capaz de propiciar cohesión social. Considera que la cultura opera como articuladora de las formas de lazo social, es decir, facilitando los vínculos y la trama de intercambios entre sujetos aun en circunstancias desfavorables. Entonces, los vínculos sociales entre los sujetos son posibles porque la cultura actúa tanto sobre las distancias como en las proximidades entre sujetos (Benito, 2008, pág. 3). Es decir, interviene configurando una distancia donde separar lo que se amalgama, de modo tal que opera como la mediación en la que los males se mitigan.

A nivel de la formulación concreta del proyecto, y para llevarlo adelante con éxito, se debió confeccionar una planificación estratégica para el buen desarrollo de los objetivos artísticos. Ello implicó conformar un equipo de trabajo multidisciplinario en el cual cada uno de los integrantes se enfocó en una de las cuatro áreas fundamentadas planteadas por Ariel Stolier (Stolier, 2022, pág. 2):

- i) La gestión artística focalizada en producir y presentar, con, al menos, un integrante con habilidades de gestión artística tales como la conducción de equipos creativos y con la designación de un responsable principal del proyecto.
- ii) La gestión administrativa con la definición de un ordenamiento administrativo para la asignación de recursos y la distribución de responsabilidades, la supervisión de las tareas; un marco económico y financiero acorde a los recursos económicos en disponibilidad o a generar; un modelo de negocio sustentable y el conocimiento del marco legal sobre el cual operar incluyendo los compromisos necesarios para poder implementar tanto la gestión artística como ese marco regulatorio.
- iii) La gestión técnica a cargo de un responsable con conocimientos de las particularidades de la tecnología asociada al consumo de las expresiones artísticas y culturales, así como la coordinación de roles especializados.
- iv) La gestión comunicacional, que incluye el desarrollo de la identidad institucional, la traducción de la gestión artística en conceptos comunicables a través de los diferentes medios de comunicación y promoción, la gestión del marketing, la publicidad, la organización de eventos y la promoción de sus actividades, las relaciones públicas y la participación de la organización como agente en la esfera pública.

En sintonía con lo anterior, y en cuanto a las etapas para la planificación del proyecto, se tomó en cuenta lo propuesto por Silvina Freiberg, diseñando cada contenido requerido en la guía de desarrollo del trabajo final, en base a su modelo de técnica proyectual. En el diseño de la propuesta y en cuanto a un aspecto clave como lo es el presupuesto y diagrama de actividades, necesario para dar cuenta de cómo se llevarán adelante los objetivos y con qué recursos económicos, se

consideraron las herramientas de gestión de recursos financieros que ella plantea como “modelo de gestión mixto para la búsqueda de financiamiento”, en la que se involucran fuentes privadas, públicas e independientes (Freiberg, 2021, pág. s/n) y se agregó la utilización de financiamiento colectivo o Crowdfunding en cada una de las funciones programadas. El Crowdfunding es un sistema de financiación colectiva o de cooperación para reunir fondos donde se puede recibir dinero de aportantes (Cafecito, 2022).

16. Bibliografía

- Alternativa Teatral & Enfoque cosumos culturales. (2020). *Públicos de Teatro: Perfiles y hábitos entre los espectadores de teatro independiente de la ciudad de Buenos Aires*. Encuesta de consumo. Retrieved 01 de octubre de 2022, from http://enfoqueconsumosculturales.org.ar/wp-content/uploads/2020/06/PUBLICOS-TEATRO-_VF_ALTERNATIVA_ENFOQUE_compressed.pdf
- Balmaceda, C. (2021). apuntes de cátedra Gestión de la Comunicación y la Imagen. 4. Especialización en Gestión Cultural: Universidad Nacional de Córdoba.
- Beaulier, P. (2007). *Oferta y consumo en el teatro independiente de la ciudad de Córdoba*. Universidad Nacional de Tres de Febrero: <http://www.untref.edu.ar/documentos/indicadores2007/Estudio%20de%20caso%20Oferta%20y%20consumo%20en%20el%20teatro%20Independiente%20de%20la%20ciudad%20de%20Cordoba%20Paula%20Beauleiu.pdf>
- Benito, K. (2008). La cultura como articuladora de los lazos sociales. *Tramas*(29), pág. 3. Retrieved 13 de octubre de 2022, from file:///C:/Users/Usuario/Downloads/502-Texto%20del%20art%C3%ADculo-499-1-10-20190214.pdf
- Cafecito. (16 de octubre de 2022). *Preguntas frecuentes: ¿Qué es cafecito?* Cafecito app: <https://cafecito.app/faq/que-es-cafecito>
- Cassini, S. (2015-2016). *Públicos y comunidades en el circuito de las artes escénicas autogestivas: El caso del festival ESCENA (2015-2016)*. Encuesta, Buenos Aires. Retrieved 24 de octubre de 2022, from <https://www.teseopress.com/productores/chapter/publicos-y-comunidades-en-el-circuito-de-las-artes/>
- de Val, M. (2021). apuntes de cátedra Gestión de las Artes. s/n. Especialización en Gestión Cultural: Universidad Nacional de Córdoba.
- del Mármol, M., Magri, G., & Mariana, S. y. (2014). *Acerca de 'lo independiente' en las artes escénicas platenses. Un abordaje etnográfico*. VIII Jornadas de Sociología de la UNLP, Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación, Departamento de Sociología, La Plata. Retrieved 23 de octubre de 2022, from <https://www.aacademica.org/000-099/428.pdf>
- Freiberg, S. (2021). apuntes de cátedra Planificación, Diseño y Gestión de Proyectos Culturales. s/n. Especialización en Gestión Cultural: Universidad Nacional de Córdoba.
- Fukelman, M. (julio de 2017). *Repositorio Institucional CONICET Digital*. Retrieved 10 de octubre de 2022, from <https://ri.conicet.gov.ar/handle/11336/82842?show=full>
- Gago, L., & Beccaria, H. (oct-diciembre de 2013). El lenguaje y la construcción de sentido. (UNLP, Ed.) *Questión*, 1(40), págs. 1-2. Retrieved 15 de octubre de 2022, from

file:///C:/Users/Usuario/Downloads/admin,+Gestor_a+de+la+revista,+l297-309gagoyotro%20(1).pdf

Gómez de la Iglesia, R. (2021). apuntes de cátedra Economía Creativa como Estrategia de Desarrollo. 7. Especialización en Gestión Cultural: Universidad Nacional de Córdoba.

Instituto Nacional de Estudios de Teatro. (s.f.). *Noticias: El Teatro del Pueblo. INET*. Retrieved 29 de Septiembre de 2022, from <https://inet.cultura.gob.ar/noticia/el-teatro-del-pueblo/>

Martinell, A. (mayo-agosto de 1999). Los agentes culturales ante los nuevos retos de la gestión cultural. *Revista Iberoamericana de Educación*(20), pág. 1. Retrieved 26 de septiembre de 2022, from <https://rieoei.org/historico/documentos/rie20a09.htm>

Mestres, Á. (2021). *Diálogo local-global. La cultura como transformación social y espacio de encuentro*.

Mestres, Á. (2021). *Nuevos modelos de gestión para nuevos paradigmas sociales: innovación en cultura*.

Mestres, Á. (s.f.). *Nuevos modelos de gestión para nuevos paradigmas sociales: innovación en cultura*.

Pellettieri, O. (2005). *Historia del teatro en las provincias*. Buenos Aires, Argentina: Galerna.

SInCA. (2017). *Sistema de Información Cultural de Argentina*. <https://www.sinca.gob.ar/>

SInCA. (2020). *Impacto del Covid-19 en las industrias culturales*. Sistema de Información Cultural de la Argentina. Ministerio de Cultura de Argentina. Retrieved 28 de octubre de 2022, from

file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Impacto%20del%20Covid-19%20en%20las%20industrias%20culturales.pdf

SInCA. (07 de septiembre de 2022). *Sistema de Información Cultural Argentino*. <https://www.sinca.gob.ar/>

SInCA, & INDEC. (2017). *Cuenta Satélite: SInCA*. Sistema de Información Cultural de Argentina: <https://www.sinca.gob.ar/CuentaSatelite.aspx>

Stolier, A. (2022). apuntes de cátedra Gestión de Espacios Culturales. 2. Especialización en Gestión Cultural: Universidad Nacional de Córdoba.

17. Anexos y referencias visuales

Estos materiales fueron incorporados a lo largo de la presentación.

Índice de Ilustraciones

Ilustración 1:Flyer promocional para salas. Fuente: elaboración propia.	16
Ilustración 2: Post para instagram. Fuente: elaboración propia.	17
Ilustración 3 Banner promocional para salas. Fuente: elaboración propia.	18
Ilustración 4: Hoja 1 a 5 de carpeta de propuesta de financiamiento. Fuente: elaboración propia.	19
Ilustración 5: Organigrama del proyecto "CírculoArte". Fuente: elaboración propia.	23

Índice de Gráficos

Gráfico 1: Gasto promedio mensual en cultura.Fuente: SInCA.	3
Gráfico 2: ¿Qué es lo que más valorás de una sala de teatro independiente?. Fuente: Encuesta 2020 Alternativa.	5