



*Mujeres en Clave:*  
**Visibilidad y empleabilidad para las mujeres de la industria musical en Cali**

**Autores:**  
**Andrea Aguilar Forero**  
**Juanita Gómez Arias**  
**John Jair Rodríguez Velásquez**

**Directores:**  
**Rubiela Gómez Gómez**  
**Luis Enrique Izquierdo Reyes**

**Especialista(s) en Gerencia y Gestión Cultural**

**Escuela de Ciencias Humanas**  
**Especialización en Gerencia y Gestión Cultural**  
**Universidad del Rosario**  
**Bogotá – Colombia**  
**2023**

## Tabla de Contenido

1. Resumen Ejecutivo .....	5
2. Descripción del proyecto .....	8
3. Justificación.....	9
4. Antecedentes.....	10
4.1. Bertha Quintero .....	11
4.2. Las Musas del Vallenato.....	12
4.3. Fundación Madame Blue .....	12
5. Problema Central.....	15
6. Objetivo General.....	16
7. Objetivos Específicos .....	16
8. Marco Teórico .....	17
8.1 Transformación social a través de la cultura .....	17
8.2 Género e igualdad de género.....	19
8.3 Género en la música.....	22
8.4 Plataformas digitales .....	24
8.5 Empleabilidad y generación de ingresos a través de plataformas digitales.....	27
8.6 Redes de Colaboración y Alianzas Estratégicas .....	29
9. Marco Referencial.....	31
9.1. Marco legal y político.....	31
9.2. Acceso a la Financiación y Ayudas Gubernamentales en el Contexto Cultural Local y Nacional .....	32
9.2.1 Financiación y presupuestos nacionales 2023 .....	32
9.2.2. Financiación y presupuestos locales - Cali 2023.....	33
10. Modelo de Gestión .....	36
10.1 Enfoques Generales .....	36
10.1.1. Enfoque Cultural. ....	36
10.1.2. Enfoque Social.....	37
10.1.3. Enfoque Tecnológico. ....	37
10.2. Actividades por estrategias .....	37
10.2.1. Estrategia de comunicaciones .....	37
10.2.2. Estrategia política .....	39

<i>10.2.3. Estrategia educativa</i> .....	41
<b>11. Presupuesto</b> .....	43
<b>12. Indicadores</b> .....	46
<b>13. Cronograma</b> .....	47
<b>14. Consideraciones de cierre</b> .....	48
<b>15. Anexos</b> .....	50
<b>16. Referencias y Bibliografía</b> .....	51

## 1. Resumen Ejecutivo

<b>Título</b>	<b>Mujeres en Clave: Visibilidad y empleabilidad para las mujeres de la industria musical en Cali</b>
<b>Integrantes</b>	Andrea Aguilar Forero Juanita Gómez Arias John Jair Rodríguez Velásquez
<b>Descripción del Proyecto</b>	<p>El eje central del proyecto es impulsar la visibilidad y oportunidades de empleo para un grupo de mujeres que trabajan en la industria musical de la ciudad de Cali. A través de diversas iniciativas de gestión cultural, se busca promover la igualdad de género en la industria musical local, fomentando la diversidad y el talento femenino; además el proyecto plantea empoderar y respaldar a las participantes a través de la gestión de procesos de cualificación y asesoramiento con el fin de fomentar un ambiente creativo y diverso en la industria musical local.</p> <p>De igual manera, se generarán espacios de networking con organizaciones de la cadena de valor de la industria musical para ampliar las oportunidades de generación de ingresos sostenibles y proyectos conjuntos para las mujeres participantes. Estas alianzas estratégicas involucran a artistas, productores, managers, salas de conciertos y diversos actores clave en la escena musical caleña.</p>

**Justificación**

El proyecto “Mujeres en Clave: visibilidad y empleabilidad para las mujeres de la industria musical en Cali” surge como respuesta a las necesidades apremiantes en la industria musical de Cali, tales como la escasa visibilidad, las oportunidades laborales limitadas y la persistente desigualdad de género que enfrentan las mujeres artistas en este ámbito cultural. La falta de reconocimiento y representación de sus habilidades musicales en una diversidad de géneros y plataformas digitales constituye un problema arraigado que afecta el desarrollo profesional de estas talentosas músicas.

Esta propuesta se proyecta en la cualificación de mujeres en aspectos esenciales para la gestión exitosa de sus carreras musicales en temas como promoción personal, derechos de autor y estrategias para el desarrollo profesional en la industria musical local. De igual manera, la creación de espacios de agremiación y colaboración entre estas mujeres músicas representa un punto crucial para fortalecer su voz colectiva y fomentar la unión en la defensa de sus intereses en la industria musical que no solo generará un ambiente de apoyo mutuo, sino que también potenciará su capacidad para influir en los cambios necesarios para alcanzar la equidad de género en el sector.

<b>Objetivo general</b>	Realizar un proyecto piloto con mujeres de la industria musical de Cali que potencie su visibilidad, acceso de oportunidades profesionales y equidad de género en el sector y la ciudad.
<b>Objetivos específicos</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Identificar la participación actual de las mujeres en Cali dentro de la industria musical de Cali.</li> <li>2. Cualificar al grupo de mujeres seleccionado en temas relevantes para la gestión de su carrera musical.</li> <li>3. Fomentar la agremiación de las mujeres músicas de Cali.</li> </ol>
<b>Población beneficiada</b>	85 mujeres pertenecientes a la industria musical de la ciudad de Cali (7 agrupaciones musicales).
<b>Costo</b>	\$ 124.095.000

## 2. Descripción del proyecto

Este proyecto tiene como eje central impulsar la visibilidad y oportunidades de empleo para un grupo de mujeres que trabajan en la industria musical de la ciudad de Cali, destacando sus perfiles y habilidades culturales. A través de diversas iniciativas de gestión cultural, se busca promover la igualdad de género en la industria musical local, fomentando la diversidad y el talento femenino.

Una de las estrategias clave es fortalecer la participación y dinámica en plataformas digitales<sup>1</sup>, en las cuales las artistas podrán registrar su información, experiencia, habilidades, géneros musicales y muestras de su trabajo. Se priorizará una estética atractiva y profesional que refleje la diversidad y calidad artística de las músicas<sup>2</sup>. Además, el proyecto se enfocará en empoderar y respaldar a las participantes a través de la gestión de procesos de cualificación y asesoramiento, con el fin de fomentar un ambiente creativo y diverso en la industria musical local.

Así mismo, se generarán espacios de networking con organizaciones de la cadena de valor de la industria musical, con el fin de ampliar las oportunidades de generación de ingresos sostenibles y proyectos conjuntos para las mujeres participantes. Estas alianzas estratégicas involucran a artistas, productores, managers, salas de conciertos y diversos actores clave en la escena musical local. También se establecerán colaboraciones con instituciones educativas, organizaciones culturales, estudios de grabación y empresas de la industria musical en Cali para facilitar el acceso a recursos y espacios de desarrollo artístico.

---

<sup>1</sup>Las plataformas digitales se definen como sistemas o servicios en línea que simplifican la interacción, el intercambio y la conexión entre usuarios o entre usuarios y recursos digitales, ejemplificadas por redes sociales como Instagram o TikTok (Giraldo, 2019). Se sugiere referirse al marco teórico para obtener una comprensión más detallada y completa del término.

<sup>2</sup> Según la RAE el término “Músico -ca” hace referencia a la persona que se dedica a la música. Por tanto, el femenino es música y no debe emplearse el masculino para referirse a una mujer.

### **3. Justificación**

El proyecto de aplicación práctica “Mujeres en Clave: visibilidad y empleabilidad para las mujeres de la industria musical en Cali” surge como respuesta a las necesidades apremiantes en la industria musical de Cali, tales como: la escasa visibilidad, las oportunidades laborales limitadas y la persistente desigualdad de género que enfrentan las mujeres artistas en este ámbito cultural; la falta de reconocimiento y representación de sus habilidades musicales en una diversidad de géneros y plataformas digitales constituye un problema arraigado que afecta el desarrollo profesional de estas talentosas músicas.

Esta propuesta se proyecta en la cualificación de mujeres en aspectos esenciales para la gestión exitosa de sus carreras musicales en temas como promoción personal, derechos de autor y estrategias para el desarrollo profesional en la industria musical local. De igual manera, la creación de espacios de agremiación y colaboración entre estas mujeres músicas representa un punto crucial para fortalecer su voz colectiva y fomentar la unión en la defensa de sus intereses en la industria musical que no solo generará un ambiente de apoyo mutuo, sino que también potenciará su capacidad para influir en los cambios necesarios para alcanzar la equidad de género en el sector. El análisis de esta situación permitirá identificar las brechas existentes, brindando una visión clara y detallada de los desafíos que enfrentan las artistas.

De igual manera, es fundamental destacar que para la formulación del proyecto “Mujeres en clave” se realizaron una serie de entrevistas, que permitieron obtener una visión detallada de los desafíos que enfrentan las artistas; por ende, las voces que han inspirado y fortalecido esta investigación se encuentran en los anexos de este documento, enriqueciendo así el análisis y respaldo de la propuesta.

#### 4. Antecedentes

A lo largo de la historia, se ha comprobado una marcada subrepresentación<sup>3</sup> de las mujeres en el campo musical y en la sociedad en general. Esto ha dado lugar a persistentes desigualdades de género (Ochoa, 2014). Las mujeres del campo musical se han enfrentado a múltiples limitaciones, entre estas, lo relacionado a temáticas de empleo; siendo relegadas a perfiles empíricos o específicos basados en estereotipos de género asociados con el tipo de música que interpretan. Esta discriminación ha generado un contexto en el cual las mujeres con formación musical profesional se ven obligadas a buscar alternativas de empleo que se alejan de su pasión y talento, lo que afecta su desarrollo y realización en el ámbito musical.

Es fundamental reconocer la importancia del empoderamiento y el respaldo a las mujeres del campo musical. Las limitaciones económicas derivadas de las desigualdades laborales han dificultado su acceso a recursos y oportunidades fundamentales para su desarrollo artístico y profesional. La falta de visibilidad y oportunidades laborales adecuadas ha perpetuado el ciclo de desigualdad de género en la industria musical, impidiendo que las estas mujeres alcancen su máximo potencial (McClary, 1991). Sin embargo, en ocasiones, hay mujeres cuyo impacto trasciende las barreras de la historia convencional, es por esto que deseamos exponer algunos referentes y antecedentes que resultan oportunos para el presente proyecto.

---

<sup>3</sup> Se entiende por “subrepresentación” cuando la representatividad de un grupo está por debajo de la proporción que le corresponde, en este caso particular, hace referencia a la falta de presencia o representación significativa de mujeres en roles de liderazgo, toma de decisiones o posiciones de poder en la escena musical; disparidad que suele deberse a barreras culturales, sociales o estructurales que limitan el acceso equitativo de las mujeres, perpetuando desigualdades de género y limitando su participación.

#### **4.1. Bertha Quintero**

La influencia de Bertha Quintero se extiende como un faro de poder transformador en los ámbitos musicales y de gestión cultural en nuestro país. Reconocida como una destacada percusionista, su legado no solo reverbera en el mundo musical, sino que también deja una profunda huella en la lucha por la igualdad de género en el escenario artístico.

En el 2023, el Instituto Nacional de las Artes iluminó su vida y obra con un merecido tributo en reconocimiento a su impacto. En la década de los años 70, en un contexto donde las estructuras machistas estaban arraigadas, Bertha Quintero asumió un rol pionero al fundar una orquesta de salsa única en su género: 100% femenina. Su audaz iniciativa no solo desafió las normas establecidas, sino que también brindó una plataforma para que 76 mujeres desarrollarán su talento en un terreno históricamente dominado por hombres.

Su visión iba más allá de los géneros musicales. Veía el arte como un medio para generar paz incluso en los escenarios más complejos. Ella es una convencida de que el arte es una herramienta de transformación, tanto así que, en su momento, le apuesta a la idea de gestar el icónico festival “Rock al Parque”. Su enfoque visionario y revolucionario no sólo abogaba por la igualdad de género, sino también por la creación de un ambiente de equidad y colaboración en la industria musical. Bertha comprende la importancia del apoyo institucional en el fortalecimiento de la industria musical en Colombia y es un faro de inspiración para generaciones futuras de artistas y gestores culturales que siguen luchando por una escena musical más inclusiva y diversa. Su legado es un recordatorio constante de la capacidad del arte para transformar vidas y sociedades, y de la importancia de persistir en la lucha por la igualdad y la equidad en todos los ámbitos.

## **4.2. Las Musas del Vallenato**

Las Musas del Vallenato -agrupación femenina número uno de vallenato en Colombia-, cumple a cabalidad con el significado de su nombre, puesto que una musa significa la inspiración de los poetas, hace alusión a las mujeres inspiradoras. En su momento cumpliendo el reto de inspirar a sus integrantes, pero logrando trascender a las mujeres de su época, incluso generaciones después; demostrando que existen referentes para fortalecer la escena musical de las mujeres en el país. La agrupación se inicia en un periodo en el que no había demasiadas mujeres en Colombia que dominarían algún instrumento musical, lo que implica un proceso de cualificación, fortaleciendo la formación y la gestión cultural con las participantes.

En esa época, tocar música vallenata (al igual que la salsa con Bertha Quintero) era cosa de hombres, un género machista en el cual las mujeres no tenían oportunidad alguna, pero su directora Graciela “Chela” Ceballos estaba convencida de que iban a revolucionar el vallenato. Esta experiencia significativa es un claro ejemplo de procesos de gestión cultural, desde convertirse en una “*escuela musical la cual ha sido inspiración para hombres y mujeres*” (Las Musas del Vallenato, 2023, [Trayectoria]), hasta lograr reconocimiento nacional e intencional por su talento y carisma; explorar espacios por ellas mismas desde la producción musical, incluso, que sus apuestas audiovisuales (vídeos de las canciones) impacten con mensajes en contra del maltrato de la mujer y otras temáticas de gran valor para la sociedad.

## **4.3. Fundación Madame Blue**

En el contexto caleño, existe una fundación que ha dedicado su vida a estimular la profesionalización del sector cultural a través de acciones que promueven el pensamiento crítico.

La Fundación Madame Blue busca utilizar la cultura como un ejercicio de mediación que le aporte a construir una juventud consciente de los entornos sociales y de la importancia de su rol

como ciudadanos responsables en el proyecto de la Cali del presente y del futuro (Fundación Madame Blue, 2023) También pretende, hablando de la región, encauzar a los y las artistas en reconocimiento de su identidad y función social; así como motivar al sector empresarial (público y privado) para que inviertan en el arte y la cultura desde sus planteamientos de responsabilidad social.

Vale la pena resaltar los objetivos específicos de la Fundación Madame Blue, los cuales se encuentran en sintonía con nuestro proyecto de grado: (i) transmitir de manera efectiva mensajes institucionales y valores a la población juvenil de la ciudad, aprovechando la diversidad artística y cultural; (ii) mostrar que el arte es un medio comercial que beneficia a la empresa privada y a las instituciones del Estado; (iii) identificar a los artistas que tengan capacidad profesional y conceptual de ser exponentes del talento caleño ante el resto del mundo; (iv) ser un referente en la producción, administración y ejecución de proyectos culturales (Fundación Madame Blue, 2023).

#### **4.4. Valiente: Mujeres en la música**

El proyecto "Valiente: mujeres en la música" tiene como objetivo crear una estrategia que facilite la participación de las mujeres en la producción de festivales de música en Colombia con el fin de destacar su importancia en la industria musical y su lucha por la igualdad de género.

Se propone que desde la planeación se aproveche la oportunidad para incorporar la perspectiva de género, lo que permitiría tener productos que sean previsibles, medibles en la posterior ejecución y que se caractericen por ser el resultado de una mirada desmasculinizada de la gestión. Además, se destaca la importancia de la participación de las mujeres en todas las áreas de la música, incluyendo la fotografía, producción, sonido, luminotecnia, interpretación de instrumentos, mánager, dirección artística, derechos de autor, entre otros. En el marco del proyecto, se propone el desarrollo de un foro en el marco del festival como herramienta para

contribuir al objetivo de propiciar la incorporación de la perspectiva de género en los procesos de producción a partir del reconocimiento (Vanegas y Ortega, 2018).

Teniendo en cuenta estos antecedentes, es válido abordar las desigualdades de género en el campo musical y promover un cambio significativo en la manera en que las mujeres músicas son representadas y empleadas. El reconocimiento y respaldo a su talento, así como la creación de oportunidades laborales equitativas, son elementos esenciales para fomentar la igualdad y empoderamiento de las mujeres en la industria musical. A través de una mayor visibilidad, acceso a recursos y apoyo profesional, se puede romper el ciclo de discriminación y permitir que las mujeres de la industria musical alcancen su pleno potencial artístico y contribuyan de manera significativa a la diversidad y riqueza del panorama musical.

## **5. Problema Central**

El problema central de este proyecto se fundamenta en la poca visibilidad, oportunidades de empleo y equidad de género para las mujeres músicas en Cali en el contexto de una industria musical local donde su participación es limitada y sus habilidades y la representación en diversos géneros y canales digitales son insuficientes. A menudo, sus habilidades y talentos no reciben la atención y el reconocimiento que merecen en diversos géneros musicales y plataformas digitales, lo que genera una desigualdad latente en el sector.

## **6. Objetivo General**

Realizar un proyecto piloto con mujeres de la industria musical de Cali que potencie su visibilidad, acceso de oportunidades profesionales y equidad de género en el sector y la ciudad.

## **7. Objetivos Específicos**

- 7.1. Identificar la participación actual de las mujeres en Cali dentro de la industria musical de la ciudad.
- 7.2. Cualificar al grupo de mujeres seleccionado en temas relevantes para la gestión de su carrera musical.
- 7.3. Fomentar la agremiación de las mujeres músicas de Cali.

## **8. Marco Teórico**

Las bases teóricas expuestas en “Mujeres en Clave” permitirán enriquecer el proyecto y proporcionarán un fundamento sólido para el análisis de la problemática y la propuesta de soluciones relacionadas con la gestión cultural y la visibilidad de las mujeres de la industria musical en Cali. Cada una de estas teorías aporta una perspectiva valiosa que permitirá comprender mejor los factores que influyen en la situación actual y las posibles intervenciones para mejorar la situación de las mujeres en la industria musical caleña. Abordaremos de esta manera, el poder de transformación social que tiene la cultura, la equidad de género, la ética del cuidado y el contexto de éstos en la música.

### **8.1 Transformación social a través de la cultura**

Se centra en el potencial de la cultura y el arte para generar cambios sociales positivos, en nuestro caso específico revisar cómo la gestión cultural enfocada en promover la visibilidad y empleo de las mujeres músicas puede contribuir a una transformación positiva en la industria musical y en la sociedad en general, fomentando la equidad de género y la valoración de la diversidad.

Generalmente cuando se habla de cultura se le asocia inmediatamente con las artes, se piensa específicamente en la música, el teatro, la danza, la pintura, entre otros. Sin embargo, la concepción de prácticas culturales va más allá de las expresiones mencionadas. La cultura, según la UNESCO y su declaración sobre la diversidad cultural (2001), se define como el “conjunto de los rasgos distintivos espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o a un grupo social y que abarca, además de las artes y las letras, los modos de vida, las maneras de vivir juntos, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias”.

Es preciso reconocer que las artes permiten espacios de sensibilización y que en algunos casos facilitan conexiones simbólicas con algún tipo de proceso, sin embargo, el arte no es transformador en sí mismo. Como afirma Pérez (2013), el valor político del arte no se encuentra en su contenido, en el espectáculo, sino en lo que este puede desencadenar, el proceso que puede generar una intervención mayor, en palabras propias de la autora, en las “formas de visibilidad y decibilidad” que pueden permitir las expresiones artísticas.

No es inherente a las artes transformar a las personas sino lo que estas -las artes- logran en tanto mediaciones culturales situadas en procesos de interacción de carácter participativo. Significa brindar oportunidad de una experiencia grupal y colaborativa, no excluyente en la medida que es dado a todos los participantes la posibilidad de expresarse, aunque no estén dotados de condiciones básicas (oído musical, ritmo, habilidades pictóricas, histriónicas, etc.) ni hayan desarrollado talentos artísticos especiales. Cuando las artes intervienen como mediaciones semióticas y simbólicas en la interacción participativa, propician también, transformaciones significativas en el desarrollo socioemocional e intelectual de las personas; enriquecen la experiencia estética que se cuece en la vida cotidiana, incluso, pueden llegar a encauzar los proyectos de vida hacia el ejercicio de las artes, la alfabetización, la educación o el trabajo (Mesa, 2018).

Existen diversas iniciativas de intervención comunitaria que han optado por las artes como elemento pertinente para su desarrollo, por ejemplo, Tovar (2015) plantea el impacto social que tienen las prácticas culturales artísticas cuando afirma que:

El arte y su puesta en escena es más que simple entretenimiento. Es más que un dispositivo didáctico o un mecanismo que propicia la catarsis. Es verdaderamente una ocasión para que una cultura y una sociedad se definan a sí mismas, dramaticen su historia y su mitología colectiva, nos propongan desafíos, se nos presenten alternativas y modos de ver el mundo diferente y eventualmente, nos reafirmemos o cambiemos maneras de ser que nos causan ansiedad e

inconformidad. (...) las palabras son más cognitivas, los actos simbólicos nos llegan a nuestra inteligencia afectiva y nos tocan los sentidos de maneras diferentes. (p.353)

De este modo, Patricia Tovar (2015) afirma que el arte, particularmente el teatro, logran convertirse en elementos fundamentales para la reparación de comunidades que han sido fuertemente afectadas por la violencia, que permiten ver de maneras diferentes, incluir, comunicar y transformar, que se convierten en elementos potenciales para fomentar la participación. Sin embargo, como ya se ha mencionado de manera previa, estas prácticas artísticas no se convierten implícitamente en acontecimientos de transformación social, puesto que requieren de agentes mediadores y el fortalecimiento de procesos pedagógicos.

## **8.2 Género e igualdad de género**

El término "género" se refiere a las características y roles sociales, culturales y psicológicos que se atribuyen históricamente a las personas en función de su sexo biológico. Es importante distinguir entre "sexo" y "género": el sexo se refiere a las características biológicas y fisiológicas que diferencian a hombres y mujeres, mientras que el género se construye social y culturalmente, y puede variar según las normas y expectativas de cada sociedad.

Es importante destacar que las concepciones de género están en constante evolución, y muchos movimientos y teorías feministas y de género han cuestionado y desafiado las normas y estereotipos tradicionales de género. La perspectiva de género busca promover la igualdad de derechos y oportunidades para todas las personas, independientemente de su sexo o género, y abogar por una sociedad más inclusiva y respetuosa de la diversidad (Vanegas y Ortega, 2018).

La igualdad de género es un derecho humano fundamental y un principio clave para el desarrollo sostenible y la construcción de sociedades más justas e inclusivas. Promover la igualdad de género es esencial para erradicar la discriminación, la violencia y las desigualdades que persisten en muchas sociedades, y para avanzar hacia un mundo donde todas las personas

puedan vivir libres de estereotipos de género y puedan contribuir plenamente al progreso y bienestar de sus comunidades (Vanegas y Ortega, 2018).

Sin embargo, la igualdad de género no implica tratar a todas las personas de manera idéntica, sino reconocer y valorar las diferencias y particularidades de cada individuo y grupo, garantizando que todos tengan las mismas posibilidades y condiciones para alcanzar su máximo potencial. Teniendo en cuenta esto y considerando que las diferencias individuales son vitales para comprender la igualdad de género, resulta interesante explorar el concepto de *ética del cuidado*.

Inicialmente, la *ética del cuidado* se fundamentó en la importancia del cuidado en la atención sanitaria y la necesidad de considerar la especificidad de cada persona en la toma de decisiones médicas. Esto se debe, en gran medida, a que la escucha activa de las necesidades del otro puede ofrecer una atención de calidad, justa y equitativa.

En este sentido, la *ética del cuidado* reconoce además que las mujeres han sido históricamente relegadas a roles de cuidadoras y, por tanto, han desarrollado una sensibilidad especial hacia las necesidades de los demás. Carol Gilligan (2013) sostiene que las mujeres tienen una perspectiva moral diferente a la de los hombres, basada en la preocupación por el otro y la importancia de las relaciones interpersonales. No obstante, esta posición ha sido ignorada por la ética tradicional.

Ahora bien, el concepto de *ética del cuidado* está estrechamente vinculado con el trabajo colaborativo y puede desempeñar un papel significativo en la promoción de la equidad de género, especialmente en campos como la música. En primer lugar, la ética del cuidado impulsa la construcción de relaciones empáticas entre los colaboradores, lo cual en el ámbito musical se traduce en el reconocimiento y la comprensión de las experiencias, desafíos y logros individuales de las mujeres en la industria.

De igual manera, promueve un entorno colaborativo que prioriza el apoyo mutuo, ofreciendo a las mujeres músicas un espacio donde sus contribuciones son valoradas y respaldadas, con el objetivo de propiciar la igualdad de oportunidades. Además, resalta la importancia de considerar las necesidades individuales de cada persona, incluyendo las preferencias y estilos de trabajo específicos de las mujeres músicas en entornos colaborativos.

*La ética del cuidado*, al integrarse en un ambiente colaborativo, facilita abordar y reducir las barreras de género que suelen afectar a las mujeres en la industria musical. Esto abarca desde la equidad en las oportunidades de presentación hasta el acceso equitativo a recursos y la participación en decisiones creativas.

Este enfoque ético también fomenta el respeto por las contribuciones individuales de cada mujer en el equipo colaborativo, contrarrestando estereotipos de género y reconociendo la diversidad de talentos y habilidades en el ámbito musical. Contribuye a equilibrar el poder en las dinámicas colaborativas, asegurando que las mujeres tengan voz en las decisiones y oportunidades en igualdad de condiciones.

Por tanto, este concepto reconoce la importancia de reflexionar sobre las diferencias de género mientras cuestiona el modelo patriarcal que ha generado relaciones interpersonales hostiles desde un patriarcalismo que se resiste a abandonar su posición de poder. Esta perspectiva no solo busca cuidar a los demás, sino también cuidarse a uno mismo y reconocer la interdependencia de las vidas humanas.

En este orden de ideas y entendiendo su relación con la igualdad de género, se destaca la importancia de reconocer y valorar el trabajo de las mujeres, no solo por su talento, sino también por su aporte a la cultura y a la sociedad en general. A través del cuidado mutuo, se impulsa el

desarrollo profesional continuo y se brinda apoyo emocional, aspectos especialmente relevantes en una industria donde las mujeres han enfrentado desafíos históricos.

### **8.3 Género en la música**

Este concepto se centra en analizar cómo las construcciones sociales y culturales de género influyen en la percepción, participación y representación de las mujeres en el campo musical. Se explorarán conceptos como estereotipos de género, roles de género en la industria musical y las desigualdades de género que afectan a las músicas.

Hemos observado que, si bien cada vez se habla más sobre la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres en todos los ámbitos, sobre todo en la búsqueda de tener condiciones legales y laborales más equitativas. Sin embargo, los cambios en este asunto aún no han logrado implementarse en su totalidad y la situación sigue siendo compleja en mercados laborales en los que la necesidad de un trato igualitario apenas se ha emitido, como la ciencia, la tecnología y la música. Sobre este último, Karla Abarca (2016) menciona que la música es un arte fundamentada por los intereses del hombre, llena de reglas y protocolos pre establecidos y arraigados, los cuales han provocado que las brechas entre hombres y mujeres sea cada vez más amplia, sin espacios para analizar y cuestionar dichas normas y comportamientos.

En relación con lo anterior, el Foro Internacional de la Mujer en conjunto con otras organizaciones y medios de comunicación indican que “la división de género en la industria de la música es alrededor de un 70% hombres y un 30% mujeres” (Quiñones, 2019). Además, este desequilibrio en la distribución de género en la industria musical no solo resalta la disparidad numérica, sino que también evidencia la necesidad crítica de medidas efectivas para abordar las barreras sistémicas que enfrentan las mujeres en este ámbito. Aunque el reconocimiento de esta

realidad es un paso esencial, es imperativo que se implementen acciones concretas y políticas inclusivas para impulsar un cambio significativo.

Este llamado a la acción debe extenderse más allá de las estadísticas, buscando no solo corregir la desproporción de género, sino también crear un entorno más equitativo, donde las mujeres en la música no solo sean reconocidas, sino que también tengan igualdad de oportunidades para prosperar y contribuir plenamente a la diversidad y riqueza de la industria.

Es esencial destacar que la industria de la música abarca una compleja cadena de valor que se desglosa en varios eslabones cruciales. Desde la etapa inicial de creación, donde se da vida a la música a través de composiciones y letras, pasando por la fase de producción, donde se perfecciona y da forma a estas creaciones, hasta la exhibición y distribución, que determinan cómo llega la música al público. La cadena sigue con la audiencia, que juega un papel fundamental en la recepción del producto final, completando el ciclo que sustenta la industria musical (Medina, 2016).

Sin embargo, lo preocupante es que, en cada uno de estos eslabones, la presencia de mujeres se ve limitada y enfrenta desafíos sustanciales. En la etapa de creación, las compositoras femeninas a menudo luchan por el reconocimiento que merecen, ya que sus contribuciones son subestimadas en comparación con sus contrapartes masculinos. En la producción, donde se da forma y perfecciona la música, las mujeres enfrentan barreras y estereotipos arraigados que dificultan su pleno desarrollo en un entorno dominado por hombres.

La exhibición y distribución de la música también presentan obstáculos, ya que las artistas femeninas encuentran dificultades para acceder a plataformas y canales que amplifiquen su alcance de manera equitativa. La audiencia, aunque ávida de nuevas voces y perspectivas, a

menudo está limitada por las estructuras de la industria que favorecen la visibilidad de artistas masculinos.

Este panorama revela una lucha constante para las mujeres que tienen la fortuna de ocupar un espacio en la industria musical. Además de enfrentar la discriminación de género y los estereotipos arraigados, estas mujeres deben superar obstáculos considerables para destacar y ser reconocidas en un mundo donde las estructuras tradicionales continúan favoreciendo a sus contrapartes masculinas. La falta de representación equitativa en cada fase de la cadena de valor subraya la necesidad urgente de medidas y políticas que aborden estas inequidades y fomenten un entorno más inclusivo y diverso en la industria musical.

#### **8.4 Plataformas digitales**

Una red social se crea en el mundo digital cuando múltiples individuos se unen mediante una plataforma en línea, la cual es un sistema virtual que permite la interacción, el intercambio de datos y la realización de actividades específicas, esto les permite formar parte de un grupo en la web que da lugar a una estructura virtual de conexiones.

Dicho esto, las plataformas digitales se han convertido en facilitadoras centrales que permiten la convergencia de tecnologías y culturas, fomentando la participación activa de los usuarios en la creación de contenidos y brindando acceso a una audiencia global. Esta transformación impacta profundamente en la producción descentralizada, la eliminación de intermediarios y la personalización de experiencias de entretenimiento para los usuarios, aspectos cruciales a considerar en el análisis del panorama actual de la industria del entretenimiento y las oportunidades para futuras investigaciones en este ámbito.

Siguiendo este orden de ideas, cabe resaltar el concepto de "paradigma de plataforma", propuesto por Stuart Cunningham y David Craig (2021) quienes se refieren a la transformación fundamental en la industria del entretenimiento y los medios, impulsada por el surgimiento y la dominancia de plataformas digitales como redes sociales, sitios de streaming y aplicaciones que han redefinido la forma en que se crea, distribuye y consume el contenido de entretenimiento. Este paradigma implica un cambio de los modelos tradicionales centrados en empresas de medios hacia un ecosistema en el que los creadores individuales, influenciadores y comunidades en línea tienen un papel central en la generación de contenido y la interacción con las audiencias. La importancia de las plataformas radica en su capacidad para facilitar la conexión directa entre los creadores y sus seguidores, permitiendo una mayor diversidad de voces y contenidos, así como una participación más activa de las audiencias en la creación y difusión del entretenimiento.

Por otro lado, es importante considerar que para llevar a cabo esta transformación al mundo digital, “Mujeres en Clave” propone una forma de cualificación que les permita a estas mujeres tener las capacidades suficientes para comprender dichas dinámicas, ya que como lo plantea Arriagada e Ibáñez (2020) en el artículo *Necesitas al menos una imagen diaria, si no, estás muerto* la presión que enfrentan los creadores de contenido en las plataformas digitales de redes sociales se debe a la constante evolución de estas plataformas que exige a los creadores adaptarse para mantener su relevancia y conexión con la audiencia. Esto se debe a factores como, por ejemplo, los algoritmos que priorizan ciertos tipos de contenido, la competencia intensa en un espacio saturado, las expectativas de una audiencia que demanda contenido fresco y atractivo y la necesidad de seguir las tendencias y novedades de las plataformas; en resumen, los creadores se ven obligados a ajustarse y entender cómo funcionan estas demandas cambiantes.

Por su parte, Gallego (2016) plantea que las redes sociales son la plataforma básica donde se sostienen todas las interacciones individuales y colectivas de nuestras sociedades, edificadas por los seres humanos, y donde realmente existimos, coexistimos y funcionamos de una manera libre y autónoma. Las redes sociales son entes vivos que se nutren a través de las relaciones simétricas, recíprocas, flexibles y abiertas donde sus miembros pueden entrar y salir, cambiar de situación y función, lo cual es beneficioso para la innovación de esa red social, ya que siempre está recibiendo y reciclando ideas nuevas por parte de sus componentes.

Así, las plataformas digitales representan un medio poderoso y accesible para las músicas en Cali, dando lugar un panorama más descentralizado y participativo. Estas plataformas no solo permiten interactuar directamente con los seguidores, promocionar música, anunciar eventos y compartir contenido, sino que también representan una vía efectiva para obtener ingresos y ampliar redes de contacto. Especialmente, plataformas sociales como Instagram o TikTok se erigen como herramientas fundamentales que capacitan a los músicos para construir su marca, conectarse de manera significativa con su audiencia y avanzar de manera efectiva en sus carreras en la era digital.

En la actualidad, aunque aún queda camino por recorrer, se ha logrado un avance significativo en la representación de mujeres en la industria musical, en gran medida gracias al impacto de las redes sociales. Tanto Shakira como Karol G son ejemplos elocuentes de artistas que han sabido capitalizar las plataformas digitales para construir sus marcas, conectar de manera directa con sus audiencias y avanzar eficazmente en sus carreras durante la era digital.

Shakira, una figura reconocida a nivel internacional, ha empleado diversas plataformas digitales a lo largo de su carrera para mantener una conexión estrecha con sus seguidores. Desde la promoción de su música en redes sociales como Instagram y Twitter hasta el lanzamiento de

videos musicales en YouTube, ha aprovechado estas herramientas para llegar a audiencias globales, compartir contenido exclusivo y mantener una presencia constante en el ámbito digital.

Por otro lado, Karol G ejemplifica de manera contemporánea cómo las plataformas digitales son cruciales para el ascenso de un artista. Su participación activa en redes sociales, especialmente en Instagram, no solo le ha permitido compartir su música, sino también interactuar directamente con sus seguidores. Además, ha utilizado plataformas de streaming como Spotify para llegar a audiencias masivas y ha participado en tendencias de redes sociales para amplificar su visibilidad.

Ambas artistas han subrayado la importancia de adaptarse a la dinámica digital actual, sacando provecho de las herramientas disponibles para construir y mantener conexiones significativas con sus fanáticos, así como para avanzar de manera efectiva en sus carreras.

### **8.5 Empleabilidad y generación de ingresos a través de plataformas digitales**

La Organización Internacional del Trabajo (OIT) en su artículo *Las plataformas digitales y el futuro del trabajo. Cómo fomentar el trabajo decente en el mundo digital* plantea que existe una diferencia importante de género en cuanto a realizar trabajo desde casa pues solo uno de cada tres trabajadores es una mujer. Esta cifra es inferior en los países en desarrollo, donde apenas uno de cada cinco trabajadores es una mujer. Ahora bien y con respecto a la diferencia de género, expone que el 13% de las mujeres encuestadas únicamente pueden trabajar desde casa debido a la obligación de cuidar de terceros a comparación con el 5% de los hombres (2019); dicha situación sugiere que de alguna manera, las mujeres podrían empezar a autogestionar su conocimiento y talento a partir de las redes efectivamente.

Teniendo en cuenta lo anterior, es importante profundizar en el concepto denominado "Segregación horizontal", un fenómeno que ocurre en el ámbito laboral y se refiere a la concentración desigual de personas pertenecientes a ciertos grupos o categorías sociales en ocupaciones, sectores o industrias específicas. En otras palabras, es cuando determinados grupos de individuos tienden a ocupar predominantemente ciertos tipos de trabajos o roles dentro de una sociedad o una organización (England, P. 2010). Esta segregación se manifiesta cuando existen diferencias significativas en la representación de género, raza, etnia u otras características entre diferentes campos laborales o áreas de empleo. Por ejemplo, en algunas sociedades, ciertos trabajos pueden estar dominados abrumadoramente por hombres, mientras que otros pueden estar ocupados principalmente por mujeres y puede deberse a diversos factores, como estereotipos culturales arraigados, roles de género tradicionales, barreras históricas o normas sociales que limitan las elecciones y oportunidades laborales para ciertos grupos (Ballesteros, 2019).

Entonces, y partiendo del hecho de que las redes sociales están estrechamente vinculadas a la economía política de las plataformas, Van Dijck y Poell (2013) argumentan que estas plataformas operan en un entorno donde la recolección masiva de datos es fundamental para su funcionamiento, lo que les permite perfeccionar algoritmos y personalizar la experiencia del usuario. Esta recolección de datos no solo es un elemento técnico, sino que se convierte en un recurso valioso para la publicidad dirigida y la monetización de la atención. Además, las estrategias comerciales de las redes sociales se basan en la generación de audiencia y en la retención de usuarios a través de la maximización del tiempo de permanencia en la plataforma, lo que a su vez alimenta modelos de negocio basados en la publicidad; este ciclo de interdependencia entre la economía política de las plataformas y su lógica operativa define en gran medida cómo se

estructuran, presentan y consumen los contenidos en las redes sociales, delineando así su papel crucial en la conformación de la cultura digital contemporánea.

Otro aspecto a considerar es que sin duda, las plataformas digitales ofrecen a las artistas una ventana en la cual pueden ser vistas como una marca, lo que quiere decir que los ingresos generados desde su actividad musical en redes, provienen del marketing que se genera de su nombre y su identidad; en gran medida porque permite una “venta” en la cual se ofrece una experiencia musical, visual e incluso personal, de consumo en la que las músicas caleñas podrían proyectar una imagen profesional desde la autogestión.

### **8.6 Redes de Colaboración y Alianzas Estratégicas**

En cuanto a la interacción entre mujeres artistas, esta dinámica implicaría el intercambio de saberes y conocimientos prácticos ya que se vincula estrechamente con la asociatividad y el establecimiento de redes, lo que facilita la consecución de objetivos comunes y la superación de desafíos puesto que se basa en la adquisición de conocimientos y experiencias provenientes de otras iniciativas similares, permitiendo el aprendizaje y crecimiento conjunto entre artistas de la escena. Así, podemos definir los grupos sociales como una pluralidad de individuos que se hallan en contacto los unos con los otros, que tienen en cuenta la existencia los unos de los otros y que tienen conciencia de cierto elemento común de importancia. Los grupos por tanto son un nivel de agregación superior a la interacción, ya que implican una mayor pertenencia en el tiempo y una mayor densidad de las relaciones sociales implicadas. La densidad de las relaciones sociales es variable, pero suele ser mayor que la de una simple interacción (Uña y Martín, 2009).

En esta perspectiva el libro *Redes Culturales: Claves para Sobrevivir en la Globalización* explora la importancia de las redes culturales en un mundo globalizado. Brun et al.(2008), plantean que la interconexión cultural puede ser una herramienta crucial para preservar la

identidad, la diversidad y la supervivencia de las culturas locales en un contexto cada vez más homogeneizado, además, afirman que sin duda, las redes son medios que se han empleado para compartir conocimientos, tradiciones y valores entre diferentes comunidades, permitiendo así un intercambio enriquecedor que no sólo preserva las particularidades culturales, sino que también fomenta la comprensión y el respeto mutuo. No obstante, uno de los aportes más interesantes de los autores es el planteamiento sobre cómo estas redes culturales pueden actuar como mecanismos de resistencia a la homogeneización cultural impuesta por la globalización, promoviendo la coexistencia pacífica y la colaboración entre diferentes identidades culturales.

Visto de este modo, cabe decir que, para las mujeres en la industria musical en Cali, la agremiación entre artistas es una herramienta esencial para preservar la identidad cultural local desde los sonidos característicos de la ciudad que se resisten a la influencia homogeneizadora de la globalización en la música y las expresiones artísticas.

## **9. Marco Referencial**

Este marco referencial sienta las bases para el desarrollo de un proyecto que promueva la equidad de género y el empoderamiento de las mujeres músicas, contribuyendo así a una industria musical más inclusiva y diversa en Cali. El enfoque multidisciplinario y la incorporación de referentes legales, políticos, académicos en el análisis de género en la música enriquecen la propuesta, permitiendo abordar la problemática desde diferentes perspectivas y contribuir a una transformación positiva en el ámbito musical.

### **9.1.Marco legal y político**

Se analizarán las leyes, políticas y regulaciones relacionadas con la igualdad de género y la promoción de la cultura en la ciudad de Cali y en Colombia en general. Esto permitirá entender el contexto legal en el que se desarrollará el proyecto y cómo se pueden aprovechar las políticas públicas existentes para promover la visibilidad de las mujeres del campo musical.

Por un lado, se trae a colación el Objetivo de Desarrollo Sostenible (ODS) número cinco, objetivo que busca lograr la igualdad de género y empoderar a todas las mujeres y niñas, eliminando la discriminación y la violencia basada en el género, y garantizando el pleno y efectivo acceso a los derechos humanos y oportunidades en todas las esferas de la vida. Vale la pena resaltar que los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) representan una agenda global para abordar los desafíos más apremiantes que enfrenta la humanidad.

Los ODS fueron adoptados por todos los países miembros de las Naciones Unidas en 2015 y constituyen un llamado a la acción para erradicar la pobreza, proteger el planeta y asegurar que todas las personas gocen de paz y prosperidad para el año 2030. Estos establecen metas claras y medibles, lo que permite evaluar y monitorear el progreso hacia su cumplimiento. Esto crea un

sentido de responsabilidad tanto a nivel nacional como internacional y alienta a los países y actores involucrados a rendir cuentas sobre sus acciones y resultados.

Por otro lado, y teniendo en cuenta que una de las principales motivaciones para llevar a cabo este proyecto en materia de igualdad y equidad de género, se encuentra la Ley 1496 de 2011 (diciembre 29) “por medio de la cual se garantiza la igualdad salarial y de retribución laboral entre mujeres y hombres, se establecen mecanismos para erradicar cualquier forma de discriminación y se dictan otras disposiciones”. Así, dicha ley dicta en su Artículo 3°:

Discriminación directa en materia de retribución laboral por razón del género o sexo: Toda situación de trato diferenciado injustificado, expreso o tácito, relacionado con la retribución económica percibida en desarrollo de una relación laboral, cualquiera sea su denominación por razones de género o sexo. Discriminación indirecta en materia de retribución laboral por razón del género o sexo: Toda situación de trato diferenciado injustificado, expreso o tácito, en materia de remuneración laboral que se derive de norma, política, criterio o práctica laboral por razones de género o sexo (Congreso de Colombia, 2011).

## **9.2. Acceso a la Financiación y Ayudas Gubernamentales en el Contexto Cultural Local y Nacional**

El fortalecimiento de la presencia y la participación equitativa de las mujeres músicas en la vibrante escena cultural de Cali se encuentra intrínsecamente ligado al acceso a los presupuestos y ayudas gubernamentales disponibles en el ámbito local y nacional.

### **9.2.1 Financiación y presupuestos nacionales 2023**

El Programa Nacional de Concertación Cultural en Colombia experimentó una transformación significativa en 2023 bajo el liderazgo de la ministra de las Culturas, las Artes y los Saberes, Patricia Ariza. Esta modificación se reflejó en un notorio incremento presupuestario y se enfocó en el respaldo a proyectos relacionados con la construcción y consolidación de la paz.

En este orden de ideas, los datos y resultados obtenidos según el Ministerio de Cultura y el Programa Nacional de Concertación Cultural 2023 son los siguientes:

- El incremento presupuestario fue sustancial, alcanzando un 66.36%, llegando a un total de \$83.057.087.034, esta inversión adicional permitió la aprobación de 3.092 proyectos a nivel nacional, de los cuales 1.790 se asignan a municipios de categorías 5 y 6. Esto marcó un importante esfuerzo por descentralizar el acceso a la cultura y los recursos, contribuyendo así al fortalecimiento de las regiones más necesitadas.
- El programa se ha enfocado en democratizar el acceso a la cultura, destacando que más del 50% de los proyectos aprobados provienen de municipios más pequeños y vulnerables.
- La participación de organizaciones culturales también experimentó un aumento sustancial, con un incremento del 20,7% en el número de proyectos presentados y un aumento del 16,4% en la cantidad de beneficiarios lo que ha generado un impacto positivo en la diversidad y la vitalidad del sector cultural en Colombia.
- El programa también ha impulsado proyectos relacionados con el Patrimonio Cultural Inmaterial. En este sentido, se han asignado 864 proyectos en distintos campos, destacando áreas como actos festivos y lúdicos, el Patrimonio Cultural Inmaterial asociado a espacios culturales, iniciativas relacionadas con lenguas y tradición oral, así como proyectos relacionados con cocinas tradicionales y la cultura en el contexto de la paz (Ministerio de Cultura, 2023).

### **9.2.2. Financiación y presupuestos locales - Cali 2023**

Según la rendición de cuentas de la Secretaría de Cultura de Cali para el año 2022 se tuvo la ejecución de un presupuesto de \$107.731.732.809, la cifra más alta en los últimos años,

alcanzando un 90%. Este logro se reflejó en la realización de 112 proyectos desarrollados por diversas subsecretarías y unidades adscritas, como las de Artes, Creación y Promoción Cultural, Patrimonio, Bibliotecas e Infraestructura Cultural, Unidad de Apoyo a la Gestión y otras.

Por otro lado, se desarrolló Temporada de Festivales en 2022, que incluyó 11 eventos culturales y artísticos que trajeron tanto a la comunidad local como a turistas, consolidando a Cali como un destino cultural y turístico; estos festivales abarcan una amplia gama de manifestaciones culturales desde la salsa hasta el folclore, la danza clásica, el teatro, el cine, la poesía y la literatura.

Además, la Secretaría de Cultura se centró en la promoción de la circulación nacional e internacional de las ideas creativas y culturales de los caleños a través del Programa Estímulos 2022, con más de 1.900 millones de pesos destinados a 355 proyectos ganadores, beneficiando a más de 500 artistas. De igual manera, el Programa Distrital de Concertación también fue fundamental en la consolidación de festivales y proyectos con distintas trayectorias. Se invirtieron más de 3 mil millones de pesos en el desarrollo de 296 eventos que impactaron a cerca de 35 mil asistentes, fortaleciendo la formación de públicos.

Ahora bien y teniendo en cuenta la escena musical, la salsa caleña fue oficialmente reconocida como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Nación en 2022. Este reconocimiento resalta la identidad cultural de Cali y su importancia tanto a nivel nacional como internacional. La Secretaría de Cultura implementó acciones para la salvaguarda del Patrimonio Cultural Inmaterial del Complejo Musical Dancístico de la Salsa Caleña en eventos como el Festival Mundial de Salsa que benefició a más de 4 mil artistas y portadores de tradición, así como el programa Actores de la Salsa y la primera Cumbre de la Salsa (Portal Único del Estado Colombiano, GOV.CO, 2022).

En este contexto, es esencial generar estrategias específicas que permitan a las mujeres músicas de Cali acceder a estos presupuestos y ayudas gubernamentales. Establecer programas de

apoyo dirigidos a proyectos musicales liderados por mujeres, facilitar procesos de asesoramiento para la postulación a estos fondos y promover la representación equitativa en los programas culturales locales y nacionales son pasos fundamentales para garantizar su inclusión y desarrollo en la escena musical de la ciudad.

## 10. Modelo de Gestión

El modelo de gestión en este contexto se centra en la creación de una estructura organizativa y estratégica que no solo resuelva la problemática de la falta de equidad de género, sino que también fomente un cambio sistémico y proporcione a las mujeres del sector musical de Cali un terreno de juego nivelado y justo en la industria musical local.

### 10.1 Enfoques Generales

El proyecto "Mujeres en Clave" posee tres enfoques generales macro que sirven como pilares fundamentales para su implementación: lo cultural, social y lo tecnológico. Estos lineamientos, transversales a todos los objetivos, se justifican debido a su importancia esencial en el contexto de este proyecto, el cual involucra a artistas musicales (mujeres) y profesionales de la gestión cultural.

**10.1.1. Enfoque Cultural:** La primera apuesta estratégica es la cultural. Esta adquiere relevancia debido a que el proyecto se centra en la promoción y desarrollo de la música como una manifestación cultural, pensando desde la lógica de que la música es un arte que hace parte de la cultura y se comprende desde su poder transformador, lo que implica comprender y respetar las diversidades culturales presentes en Cali y cómo estas se reflejan en la música. Dicho esto, la gestión cultural desempeña un papel fundamental tanto en la promoción de la música como en la creación de espacios para su expresión, lo que hace que la dimensión cultural sea una estrategia esencial del proyecto para conformar un escenario robusto en el cual intervienen elementos fundamentales para su desarrollo como artistas cualificados, nuevos espacios y formación de públicos.

**10.1.2. Enfoque Social:** La segunda estrategia general es la social, y se justifica por la necesidad de promover la equidad de género y el acceso igualitario a oportunidades en la industria musical para las mujeres. La discriminación de género es una realidad en muchas industrias, incluyendo la música, y este proyecto se compromete a abordar y combatir este problema. Al centrarse en el género, el proyecto busca empoderar a las mujeres de la industria musical, ofreciéndoles herramientas y recursos para superar las barreras que enfrentan y para promover una mayor representación femenina en la industria musical local.

**10.1.3. Enfoque Tecnológico:** Esta tercera estrategia corresponde a la estrategia tecnológica, esencial en la era digital actual. Permite aprovechar al máximo las oportunidades digitales para promover, conectar y empoderar a las mujeres del campo musical caleño e incluye el uso de plataformas en línea para difundir la misión del proyecto, establecer conexiones con audiencias globales y promover reflexiones en torno al problema cultural de manera efectiva; al aprovechar la tecnología se amplifican las voces y las oportunidades de las mujeres músicas.

## **10.2. Actividades por estrategias**

Para avanzar en la definición del modelo de gestión y las actividades destinadas a cumplir nuestros objetivos, es imperativo detallar las estrategias específicas por cada uno de ellos:

### ***10.2.1. Estrategia de comunicaciones***

Para la construcción de esta estrategia de comunicación se requiere combinar la investigación, participación activa, contenido visual atractivo y eventos significativos. Aquí en detalle cada actividad:

1. Investigación y Análisis:
  - a. Encuesta y Grupo Focal:

Realizar encuesta y grupo focal con las integrantes de las agrupaciones identificadas para obtener datos específicos sobre la participación de las mujeres en la industria musical de Cali. Recopilar información sobre géneros musicales, oportunidades laborales y educativas, ingresos, conocimiento de la oferta de políticas públicas y experiencias personales para obtener una comprensión integral de la situación actual de las mujeres músicas en Cali.

b. Análisis de Datos:

Analizar los datos recopilados para identificar patrones y desafíos específicos que enfrentan las mujeres en la industria musical local.

2. Creación de Contenido Audiovisual:

a. Historias de Vida:

Lo recopilado anteriormente es el insumo para el desarrollo de una campaña audiovisual que destaque las historias de vida de mujeres destacadas en la escena musical de Cali. Esto puede incluir entrevistas, grabaciones de actuaciones, y momentos clave en sus carreras. De esta manera, se formará una comunidad comprometida y sensible al asunto que seguirá de cerca la difusión de todas las actividades relacionadas con el proyecto.

b. Creación de Invitaciones:

Diseñar invitaciones atractivas para las mujeres identificadas y otros actores clave en la industria musical local, para participar de la encuesta, el grupo focal, la campaña audiovisual, el proceso formativo (bootcamp) y del showcase de cierre. Se utilizarán las plataformas digitales y redes sociales para distribuir las invitaciones.

La estrategia de comunicación desempeña un papel fundamental en todo el desarrollo del proyecto, ya que a través de las redes sociales se llevarán a cabo actividades clave para alcanzar cada uno de los objetivos establecidos. Estas actividades incluirán la identificación de la problemática, la captación de participantes para el proceso formativo y la consolidación de las mujeres que forman parte de la comunidad construida durante el trayecto del proyecto. Mediante esta estrategia, se obtendrá un entendimiento más profundo de la representación de las mujeres en diversos géneros musicales, así como de las oportunidades laborales y los ingresos disponibles a través de canales digitales. Además, se potenciará la voz colectiva de estas mujeres, fomentando la colaboración y fortaleciendo la defensa de sus intereses en la industria musical local.

### ***10.2.2. Estrategia política***

Con el objetivo de potenciar el proceso formativo del proyecto, se busca establecer una sólida alianza estratégica con la Universidad Icesi, aprovechando las oportunidades que ofrece su Centro de Producción Creativa 312 y el Centro Yunus para la Innovación Social. Como orgullosos egresados de esta prestigiosa institución, además de entender la importancia de asociarnos con una entidad reconocida por su excelencia académica y compromiso con la innovación social nos podemos beneficiar de la suma de los esfuerzos por todas las partes. Los objetivos de la alianza son los siguientes:

1. Fortalecimiento del Proyecto:
  - a. Utilizar la experiencia y los recursos del Centro de Producción Creativa 312 para enriquecer las actividades formativas.
  - b. Colaborar con el Centro Yunus para la Innovación Social para asegurar un enfoque innovador y sostenible en el desarrollo del proyecto.

2. Asegurar la Convocatoria y Participación:
  - a. Capitalizar la reputación de la Universidad Icesi para garantizar una convocatoria sólida y la participación activa de talento local.
  - b. Beneficiarse de la red de egresados para ampliar el alcance y la participación en el proyecto.
3. Garantizar la Disponibilidad de Espacios Físicos:
  - a. Utilizar instalaciones de alta calidad de la Universidad Icesi para llevar a cabo sesiones formativas, reuniones y eventos relacionados con el proyecto.
4. Acceso a Expertos de Calidad:
  - a. Aprovechar la red de profesionales y académicos de la Universidad Icesi para brindar a las participantes acceso a expertos en diversos aspectos de la industria musical.
5. Calidad y Certificación:
  - a. Asegurar la calidad académica del proceso formativo mediante la colaboración con la Universidad Icesi y su prestigioso cuerpo docente.
  - b. Explorar la posibilidad de otorgar certificaciones respaldadas por la universidad para validar el logro de las participantes en el programa.

Los elementos clave del acuerdo son: definir claramente los roles y responsabilidades de cada parte involucrada en la alianza, establecer una comunicación efectiva para coordinar actividades y asegurar el cumplimiento de objetivos, establecer un compromiso mutuo para el éxito del proyecto, reconociendo la importancia de cada parte en la consecución de los objetivos e incorporar cláusulas que permitan ajustar el acuerdo según las necesidades del proyecto y las partes involucradas.

Esta alianza estratégica se concibe como una colaboración robusta y beneficiosa para todas las partes, proporcionando un marco sólido para el desarrollo y la ejecución exitosa del proceso formativo. La Universidad Icesi, con su prestigio y recursos, se convierte en un pilar fundamental para el logro de nuestros objetivos comunes.

### ***10.2.3. Estrategia educativa***

Con el objetivo de fortalecer la gestión de las carreras musicales del grupo seleccionado de mujeres músicas en Cali, hemos pensado en diseñar una estrategia educativa en colaboración con la Universidad Icesi. Esta estrategia consta de dos procesos clave, cada uno diseñado para abordar de manera integral las necesidades de formación y promoción en la industria musical.

#### **1. Bootcamp Formativo:**

El bootcamp será un programa intensivo y práctico diseñado para proporcionar a las participantes las habilidades esenciales para ingresar de manera efectiva al competitivo mercado musical. El programa abordará los siguientes aspectos cruciales:

- **Desarrollo de Habilidades Clave:** Adquisición de habilidades prácticas en marketing musical, promoción en línea, derechos de autor, producción, gestión de eventos y más.
- **Orientación Empresarial:** Sesiones prácticas sobre la gestión de carreras musicales, la construcción de una marca personal sólida y la identificación de oportunidades en la industria.
- **Proyectos Prácticos:** Desarrollo y ejecución de proyectos prácticos que permitan aplicar las habilidades adquiridas en un entorno real.

## 2. Showcase de Clausura:

El showcase de clausura será el punto culminante de la estrategia educativa, brindando a las participantes la oportunidad de destacar y demostrar sus logros y habilidades de manera impactante y efectiva. Este evento incluirá:

- Presentaciones en Vivo: Actuaciones musicales en vivo para resaltar el talento artístico de las participantes.
- Exhibición de Proyectos: Exposición de los proyectos desarrollados durante el bootcamp, evidenciando las estrategias creativas y promocionales implementadas.
- Paneles de Discusión: Sesiones interactivas con expertos de la industria para discutir experiencias y recibir retroalimentación valiosa.
- Networking y Reconocimientos: Espacios para conectar con profesionales de la industria, medios de comunicación y otros artistas locales, además de reconocimientos y premios para proyectos destacados.

Esta estrategia educativa no solo impartirá conocimientos teóricos y prácticos esenciales, sino que también actuará como un trampolín para el éxito y la visibilidad de las mujeres músicas de Cali en la dinámica escena musical local. La colaboración con la Universidad Icesi asegura un enfoque integral y de alta calidad en la formación de este talentoso grupo. De esta manera, se crea un espacio significativo para que las mujeres en Cali comprendan la importancia de la promoción personal y los derechos de autor, elementos fundamentales para su desarrollo exitoso en la industria musical local.

## 11. Presupuesto

El proyecto contempla su financiamiento a través de recursos de inversión pública, con la posibilidad de cofinanciación mediante una alianza estratégica con la Universidad Icesi. La entidad liderará la gestión directa de los recursos relacionados con el proceso formativo, salvo en el desarrollo de la estrategia de comunicaciones, para la cual se planea la contratación de un equipo técnico especializado a precio de mercado que nos ayudará a manejar estándares de calidad en el manejo de las redes sociales.

*Tabla 1. Presupuesto<sup>4</sup>*

<b>Estrategia de comunicaciones</b>	Elaboración de documentos: (i) compilación de historias de las agrupaciones musicales femeninas; (ii) informe con análisis de información obtenida en las encuestas y grupo focal; (iii) sistematización de la experiencia.	2 semanas (40 horas)	\$ 3.200.000	\$ 33.340.000	<b>\$ 124.095.000</b> <b><u>TOTAL</u></b> <b><u>PROYECTO</u></b>
	Materiales y elementos técnicos: (i) encuesta, (ii) grupo focal (85 personas).	1 jornada (4 horas)	\$ 425.000		
	Refrigerios grupo focal (85).		\$ 595.000		
	Alquiler de espacios grupo focal.		\$ 600.000		
	Fortalecimiento estrategia de comunicación: (i) compilación de insumos audiovisuales de las agrupaciones musicales femeninas, (ii) realización de entrevistas, (iii) grabación de presentaciones artísticas, (iv) edición del material audiovisual y producto final, (v) diseño gráfico invitaciones a actividades del proyecto.	3 semanas (64 horas)	\$ 5.120.000		
	Coordinación General. Estrategia de Comunicaciones	6 meses	\$ 23.400.000		

<sup>4</sup> Para mejor visualización ver Anexo 2. Documento excel

<b>Estrategia Política</b>	Refrigerios (170): (i) acercamiento Centro Producción Creativa 312 y Centro Yunus para la Innovación Social de la Universidad ICESI.	2 jornadas de 3 horas cada una	\$ 1.190.000	\$ 27.940.000
	Materiales: (i) acercamiento Centro Producción Creativa 312 y Centro Yunus para la Innovación Social de la Universidad ICESI.		\$ 850.000	
	Gestión de espacios físicos: Centro Producción Creativa 312 y Centro Yunus para la Innovación Social.		\$ 900.000	
	Campaña expectativa digital sobre la Universidad ICESI y sus Centros (Producción Creativa y para la Innovación Social).	1 semana (20 horas)	\$ 1.600.000	
	Coordinación General. Estrategia de Política	6 meses	\$ 23.400.000	
<b>Estrategia Educativa</b>	Refrigerios Bootcamp Formativo: 6 sesiones (85 personas en cada una) sobre desarrollo de actividades clave (marketing musical, promoción en línea, derechos de autor, producción y gestión de eventos), orientación empresarial (gestión de carreras musicales, construcción de marca personal sólida e identificación de oportunidades en la industria) y proyectos prácticos (desarrollo y ejecución de proyectos prácticos que permitan aplicar lo aprendido en entornos reales).	6 sesiones de 4 horas cada una	\$ 3.570.000	\$ 58.015.000
	3 expertos temáticos Bootcamp Formativo	2 sesiones de 4 horas cada uno de los expertos	\$ 9.000.000	
	Materiales Bootcamp Formativo		\$ 2.040.000	
	Gestión de espacios físicos Bootcamp Formativo		\$ 3.600.000	
	Contratación grupos musicales Showcase Clausura		\$ 4.500.000	
	Materiales y elementos técnicos Showcase Clausura		\$ 5.520.000	
	Alimentación Showcase Clausura	1 jornada (4 horas)	\$ 1.785.000	
	Personal logístico Showcase Clausura		\$ 4.000.000	
	Gestión de espacios físicos Showcase Clausura		\$ 600.000	

	Coordinación General. Estrategia de Educativa	6 meses	\$ 23.400.000		
<b>General</b>	Diseño de instrumentos y metodologías: (i) encuesta; (ii) grupo focal; (iii) espacios de cualificación y formación; (iv) Showcase (paneles de discusión, exhibición de proyectos, networking).	2 semanas (40 horas)	\$ 3.200.000	\$ 4.800.000	
	Coordinación/orientación operativa encuesta, grupo focal y Showcase (paneles de discusión, exhibición de proyectos, networking).	1 semana (20 horas)	\$ 1.600.000		

Diversas fuentes de financiamiento se han considerado para respaldar la iniciativa. Desde el sector público, se busca involucrar al Programa de Concertación del Ministerio de Cultura, el Fondo Mixto para la Promoción de Cultura del Valle, y entidades como el Ministerio de Cultura y la Secretaría de Cultura de Cali.

La estrategia de financiamiento se concibe como una colaboración público-privada, buscando la participación de entidades privadas como la Fundación WWB Colombia, Sayco y Acinpro y Met Community, una organización internacional que impulsa proyectos de emprendimiento femenino, así como otras empresas o personas reconocidas del medio que puedan contribuir con aportes en especie, de conocimiento, de recursos humanos, de redes y contactos.

Es crucial destacar que el proyecto no busca beneficios económicos financieros directos, sino que se centra en la rentabilidad social, evaluando el impacto y los beneficios que aportará a la sociedad una vez ejecutado. Además, se plantea una cuidadosa consideración ética y social, reconociendo las diferencias de género y cuestionando el modelo patriarcal. Se busca el reconocimiento y valoración del trabajo de las mujeres, no solo por su talento, sino también por su contribución a la cultura y la sociedad en general.

## 12. Indicadores

Tabla 2. Indicadores

INDICADORES		
META	ACTIVIDAD	INDICADOR
Realizar una encuesta diseñada y aplicada como parte del proceso de investigación y análisis en el proyecto.	Diseño e implementación de una encuesta para evaluar la participación y percepciones de los participantes del proyecto.	Porcentaje de Participación  Cantidad de encuestas contestadas/número de participantes del proyecto
Realizar un grupo focal como parte del proceso de investigación y participación activa de los involucrados en el proyecto.	Planificación, convocatoria y realización de un grupo focal para recoger percepciones y opiniones específicas de los participantes.	Porcentaje de Participación  Cantidad de participantes del grupo focal/Número de personas convocadas
Conducir entrevistas con representantes de agrupaciones musicales femeninas participantes en el proyecto para obtener información detallada y experiencias relevantes.	Número total de entrevistas realizadas/número de agrupaciones musicales femeninas del proyecto	Porcentaje de Participación  Número total de entrevistas realizadas/número de participantes del proyecto
Desarrollar una campaña de sensibilización destinada a resaltar las experiencias de mujeres en la industria musical	Planificación, diseño e implementación de una campaña de sensibilización que utiliza diversos medios y canales para difundir las experiencias de mujeres en la industria musical.	Porcentaje de Visualización por Experiencia  Número de Visualizaciones / Número Total de Experiencias Publicadas
Realizar un Bootcamp formativo como parte integral del proceso educativo del proyecto	Planificación, coordinación e implementación de sesiones formativas del Bootcamp.	Porcentaje de Participantes que Completa el Proceso Formativo de Principio a Fin  Número de participantes que completa el proceso/Número inicial de participantes
Realizar un evento de Showcase Clausura que integre presentaciones artísticas en vivo, paneles de discusión, exhibición de proyectos y estrategias de networking	Planificación, organización y ejecución del evento Showcase Clausura que abarque presentaciones artísticas, paneles, exhibición de proyectos y estrategias de networking.	Porcentaje de Participación  Cantidad de participantes/Número de personas convocadas

### 13. Cronograma

Tabla 3. Cronograma general

#	Descripción	Mes 1				Mes 2				Mes 3				Mes 4				Mes 5				Mes 6			
		S 1	S 2	S 3	S 4	S 1	S 2	S 3	S 4	S 1	S 2	S 3	S 4	S 1	S 2	S 3	S 4	S 1	S 2	S 3	S 4	S 1	S 2	S 3	S 4
1	Revisión del proyecto y últimos ajustes por parte de los 3 coordinadores generales.	X	X																						
2	Diseño de instrumentos (encuestas) y metodologías (grupo focal, Bootcamp Formativo, Showcase Clausura).			X	X																				
3	Aplicación de encuesta y grupo focal.					X																			
4	Elaboración de documentos y análisis de información (encuesta y grupo focal).						X	X																	
5	Estrategia de comunicaciones grupos musicales femeninos (entrevistas, presentaciones artísticas, historias de grupos, etc.).									X	X	X													
6	Campaña digital de expectativa sobre la U. ICESI y sus dos centros.										X														
7	Visitas y actividades en alianza con la Universidad ICESI.											X	X												
8	Bootcamp Formativo.													X	X	X	X								
9	Showcase Clausura.																	X							
10	Análisis y sistematización de la experiencia.																		X	X	X	X	X	X	X

## 14. Consideraciones de cierre

El desarrollo de este proceso de investigación ha sido esclarecedor, brindándonos una perspectiva más profunda del contexto en el que se desenvuelven las mujeres de la industria musical. En este ámbito, hemos identificado brechas significativas en términos de inclusión. Aunque reconocemos los avances en el asunto a nivel global, el escenario continúa siendo fuertemente marcado por el poder masculino, y nos hemos percatado de que esta dinámica no siempre surge de manera intencional. Más bien, parece arraigada en una cultura moldeada por el patriarcado, donde persiste una dualidad arraigada entre lo débil y lo fuerte, lo bueno y lo malo, lo femenino y lo masculino.

Esta comprensión nos ha permitido no solo observar sino también cuestionar las estructuras arraigadas en el tejido cultural de la industria musical. Reconocemos que, para avanzar hacia una mayor inclusión y equidad, es necesario desafiar las percepciones arraigadas y abogar por un cambio cultural que trascienda las limitaciones impuestas por nociones preconcebidas de género. He ahí la vital importancia de las herramientas proporcionadas por el proceso de formación en gestión cultural, las cuales nos capacitan para crear proyectos y espacios que fomenten la equidad de género en diversos sectores de la sociedad y en distintas regiones del país.

Al ampliar nuestros conocimientos, no solo hemos evidenciado las disparidades existentes, sino que también hemos identificado áreas de oportunidad para la transformación. En este cierre de etapa, nos comprometemos a seguir abogando por la diversidad y la igualdad en la industria musical, con la convicción de que un cambio significativo sólo puede lograrse a través de la colaboración, la educación y la promoción de un entorno que celebre y valore la contribución de todas las voces, independientemente de su género. Este proceso ha sido el punto de partida para

una reflexión profunda y un compromiso continuo con la construcción de un sector musical más inclusivo y equitativo.

## **15. Anexos**

Anexo 1. Carpeta drive entrevistas

Anexo 2. Documento Excel con presupuesto, indicadores y cronograma general.

## 16. Referencias y Bibliografía

- Abarca, K. (2016). *Equidad de género en el campo musical: una aproximación teórica*. ESCENA. Revista de las artes, 76(1), 167-184.
- Arenas Vanegas, A. C., & Hernández Ortega, K. (2018). *Valiente: mujeres en la música* (Tesis de especialización, Universidad del Rosario, Escuela de Ciencias Humanas, Especialización en gerencia y gestión cultural modalidad virtual, Bogotá D.C, Colombia).
- Arriagada, A., & Ibanez, F. (2020). *You need at least one picture daily, if not, you're dead: Content creators and platform evolution in the social media ecology*. Social Media + Society, 6(3), 1-12. <https://doi.org/10.1177/2056305120944624>
- Ballesteros Doncel, E., Maira Vidal, M.M. (2019). *Explorando las barreras de la segregación ocupacional. Un estudio comparativo entre mujeres maquinistas de tren y mecánicas de vehículos de automoción*. Cuadernos de Relaciones Laborales, 37(1), 113-133.
- Berg, J., Furrer, M., Harmon, E., Rani, U., & Silberman, M. (2019). *Las plataformas digitales y el futuro del trabajo: Cómo fomentar el trabajo decente en el mundo digital*. Ginebra, Suiza: PRODOC.
- Brun, J., Benito Tejero, J. y Canut Ledo, P. (2008) *Redes culturales. Claves para sobrevivir en la globalización*. Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo, Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación.
- Cuningham & D. Craig (Eds.); *Creator Culture: An Introduction to Global Social Media Entertainment*. New York University Press.
- Diccionario panhispánico de dudas (DPD) [en línea], <https://www.rae.es/dpd/músico>, 2.ª edición (versión provisional). [Consulta: 27/11/2023].
- England, P. (2010). *La revolución de género: desigual y estancada*. Género y Sociedad , 24 (2), 149–166. <https://doi.org/10.1177/0891243210361475>
- Giraldo, V. (14 de Febrero de 2019). Recuperado el 08 de Julio de 2021, de <https://rockcontent.com/es/blog/plataformas-digitales/>
- Fondo ODS (2016). Objetivo 5: Igualdad de género. El Fondo para los Objetivos de Desarrollo Sostenible. <https://www.sdgfund.org/es/objetivo-5-igualdad-de-g%C3%A9nero>

Gilligan, C. (2013). *La ética del Cuidado*.  
[https://www.revistaseden.org/boletin/files/6964\\_etica\\_del\\_cuidado\\_2013.pdf](https://www.revistaseden.org/boletin/files/6964_etica_del_cuidado_2013.pdf)

LEY 1496 DE 2011 (Diciembre 29). Por medio de la cual se garantiza la igualdad salarial y de retribución laboral entre mujeres y hombres, se establecen mecanismos para erradicar cualquier forma de discriminación y se dictan otras disposiciones.  
<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=45267#:~:text=por%20medio%20de%20la%20cual,y%20se%20dictan%20otras%20disposiciones>.

Medina, M. (2016). *Orientaciones de política y estrategias de acción*. Editorial Dartagnan.  
<https://bit.ly/3BhkNqG>

Mesa, G. (2018) Sistematización del proceso de intervención mediada por la recreación guiada con docentes de las IEO de Cali. Proyecto Mi Comunidad es Escuela, Nodo Artes y Cultura. Secretaría Municipal de Cultura Cali y Universidad del Valle.

Ministerio de Cultura. (2023). Más presupuesto y mejores condiciones para las organizaciones culturales y artísticas , uno de los resultados del Programa Nacional de Concertación 2023.  
<https://www.mincultura.gov.co/prensa/noticias/Paginas/mas-presupuesto-y-mejores-condiciones-para-las-organizaciones-culturales-y-artisticas-uno-de-los-resultados-del-programa-na.aspx#:~:text=%E2%80%8B%E2%80%8B%E2%80%8BPara%20el,total%20de%20%2483%20mil%20millones>.

Pérez, A. (2013). *Arte y política. Nuevas experiencias estéticas y producción de subjetividades*. Nueva época, número 20, 191-210. Recuperado de  
<http://www.scielo.org.mx/pdf/comso/n20/n20a9.pdf>

Portal Único del Estado Colombiano. (2022). Ejecución de la Secretaría de Cultura de Cali 2022, la más alta de los últimos años.  
<https://www.cali.gov.co/cultura/publicaciones/172946/ejecucion-de-la-secretaria-de-cultura-de-cali-2022-la-mas-alta-de-los-ultimos-anos/>

Quiñones, L. (2019). Mujeres en la música, silenciadas por la desigualdad de género. Noticias ONU: Mirada global Historias humanas. <https://news.un.org/es/story/2019/02/1450871>

Tovar, P. (2015). *Una reflexión sobre la violencia y la construcción de paz desde el teatro y el arte*. *Universitarias humanística*, no. 80, 347-369. doi:10.11144/Javeriana.UH80.rvcp

UNESCO. (2001). Declaración Universal de la UNESCO sobre la Diversidad Cultural. Recuperado de [http://portal.unesco.org/es/ev.php-URL\\_ID=13179&URL\\_DO=DO\\_TOPIC&URL\\_SECTION=201.html](http://portal.unesco.org/es/ev.php-URL_ID=13179&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html)

Uña Juárez, O. y Martín Cabello, A. (2009). *Introducción a la sociología*. Madrid, Universitas.

Van Dijck, J., & Poell, T. (2013). *Understanding social media logic*. *Media and communication*, 1(1), 2-14. <https://doi.org/10.17645/mac.v1i1.70>