



ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA Y GESTIÓN CULTURAL

**MINI-ÓPERA: aproximación de contenidos operísticos para niños y niñas de 4 a 12 años a través de experiencias interactivas y tecnológicas**

Autores:

Laura Isabel Morales Guirales

Cristhian Camilo Torres Galindo

Dirección:

Luis Izquierdo

Rubiela Gómez

Universidad del Rosario

Escuela de Ciencias Humanas

Especialización en Gerencia y Gestión Cultural

2023

### Resumen ejecutivo

<b>Título</b>	MINI-ÓPERA: aproximación de contenidos operísticos para niños y niñas de 4 a 12 años a través de experiencias interactivas y tecnológicas.
<b>Proponentes</b>	Laura Isabel Morales Guirales, Cristhian Camilo Torres Galindo.
<b>Contexto de aplicación</b>	Bogotá (lanzamiento), Nacional (videojuego).
<b>Descripción del problema</b>	<p>La ópera es una representación artística que no ha estado al alcance de gran parte de la población por concepciones erróneas que se le han atribuido. Adjetivos como “elitista”, “exclusiva” y “aburrida” han predominado en la creencia popular, lo cual ha ocasionado que pocos tengan el privilegio de conocer este género de antemano, y no exista gran preocupación por iniciar a los niños y las niñas desde edades tempranas en su disfrute y comprensión.</p> <p>Sin embargo, al ser la ópera una puesta en escena que incluye tantas artes en sí, produce grandes beneficios en los desarrollos cognitivo, emocional e intelectual de los infantes; además de permitirles abrirse a nuevas actividades que no son frecuentadas y quizá estimular un gusto artístico que podría motivarles a formarse en alguna disciplina afín.</p> <p>Es por esto que es completamente necesario buscar estrategias para formar público desde la infancia, las cuales resulten atractivas y llamativas para este sector poblacional.</p>
<b>Descripción del proyecto</b>	El colectivo denominado MINI-ÓPERA se encargará de desarrollar herramientas tecnológicas e interactivas especialmente dirigidas a la población infantil, cuyo primer producto es un videojuego que se lanzará en las instalaciones de Bibliored, en Suba, en convenio con dicha entidad.

<b>Justificación</b>	<p>Teniendo en cuenta el problema planteado, surge la idea de crear MINI-ÓPERA, y con ella su primer producto: un videojuego dirigido a infantes de 4 a 12 años para familiarizarlos, a través de este recurso, con el grandioso y extenso mundo de la ópera.</p> <p>Los videojuegos son una forma de entretenimiento muy popular en todo el mundo, con audiencias cada vez más amplias y diversas; y esta industria ha demostrado ser muy efectiva en la formación de públicos, especialmente el juvenil e infantil, debido a su extenso rango de cobertura. Por su parte, la formación de nuevos públicos para la ópera es un desafío importante para esta industria.</p> <p>Orientados a cumplir este objetivo, los videojuegos serán una herramienta muy efectiva. Se hace preciso entonces un videojuego que presente diferentes aspectos de la ópera de manera interactiva y divertida, y que permita a los jugadores experimentar esta representación artística de una manera única y emocionante. De esta manera, se pretende cambiar la idea errada que se tiene sobre la ópera y expandir el público de este arte tan valioso.</p>
<b>Objetivo general</b>	Formar al público infantil mediante el acercamiento creativo, artístico y cultural a representaciones operísticas mediante el desarrollo de herramientas tecnológicas e interactivas para niños y niñas de 4 a 12 años.
<b>Objetivos específicos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Acercar a la población infantil a la ópera (4 -12 años), mediante formatos digeribles y amigables.</li> <li>– Desarrollar contenidos referentes a la ópera, que se plasmen en proyectos interactivos, pensados para un público objetivo de 4 a 12 años de edad.</li> <li>– Promover a través de las herramientas creadas la incursión desde edades tempranas en el mundo de las artes.</li> </ul>

<b>Beneficiarios directos y contexto geográfico donde se realizará</b>	Se realizará el lanzamiento del primer producto en la localidad de Suba; pero ya que lo que se busca es crear herramientas digitales, se proyecta tener un gran alcance nacional.
<b>Tiempo de ejecución</b>	Seis (6) meses
<b>Costo total</b>	\$ 25.850.000

*Descriptor / palabras claves:* infantes; ópera; acceso; información; tecnología; educación; personajes; música; espectáculo; formación de públicos; TIC.

## Tabla de contenido

Introducción .....	7
1. Descripción del proyecto .....	9
2. Antecedentes .....	18
2.1. Prolírica de Antioquia .....	18
2.2. Ópera infantil .....	18
2.3. Metropolitan Opera de Nueva York.....	19
2.4. Opera Starts With Oh!.....	19
2.5. Educa Más que Ópera .....	20
3. Formulación de objetivos.....	21
3.1. Objetivo general .....	21
3.2. Objetivos específicos .....	21
4. Marco teórico .....	22
5. Marco referencial .....	29
6. Metodología .....	33
6.1. Descripción de MINI-ÓPERA .....	33
7. Modelo de gestión.....	35
7.1. Estrategia de política cultural.....	36
7.2. Estrategia de comunicación.....	37
7.3. Estrategias tecnológicas y científicas.....	39
7.4. Estrategias de gestión cultural.....	40
7.5. Estrategias financieras.....	41
7.6. Estrategias educativas .....	44

8. Cronograma de actividades.....	45
9. Indicadores.....	46
10. Presupuesto.....	48
Conclusiones.....	55
Referencias.....	58

## Introducción

Para la formación personal del ser humano es fundamental tener una educación integral. Se ha demostrado, a través de múltiples estudios, que el arte estimula el hemisferio izquierdo del cerebro y que la ópera es la unión de cinco manifestaciones artísticas principales: teatro, música, danza, artes pictóricas y escenografía.

La ópera es una forma de arte que ha existido durante siglos y ha cautivado a públicos de todo el mundo. Sin embargo, en la actualidad enfrenta un desafío importante: cómo atraer nuevas audiencias, especialmente a la infantil. Una posible solución es la creación de un videojuego que forme públicos para la ópera a través de una forma de entretenimiento, ya que el impacto de esta tecnología en la cultura popular es innegable. La creación de un videojuego que tenga como objetivo enseñar a los jugadores sobre la ópera puede ser una forma efectiva de atraer a nuevas audiencias.

MINI-ÓPERA es un colectivo que pretende, a través del desarrollo de herramientas tecnológicas e interactivas, la formación de público infantil, y cuyo primer proyecto es la creación de un videojuego que acerque a niños y niñas a la ópera. Este propósito tiene varios beneficios potenciales.

En primer lugar, los videojuegos son una forma popular de entretenimiento, especialmente entre los jóvenes, niños y niñas, y al crear un videojuego que eduque sobre la ópera se puede llegar a una audiencia que de otra manera no estaría interesada en este arte. Para ello, el presente documento tiene como objetivo explorar los pasos necesarios para crear un videojuego que forme públicos en ópera, desde la planificación inicial hasta la implementación final. Este proporcionará una guía detallada para el desarrollo de un videojuego efectivo y atractivo que pueda enseñar a los jugadores sobre la ópera y fomentar su interés en este arte.

En segundo lugar, como la ópera es un arte que tiene una gran cantidad de contenido y complejidad, un videojuego que enseñe sobre la ópera puede ser una forma efectiva de presentar este contenido de una manera accesible y atractiva. Los jugadores pueden aprender sobre la historia de la ópera, los compositores, las obras más famosas y la técnica vocal, mientras juegan y se divierten.

En tercer lugar, la creación de un videojuego para formar públicos en ópera puede ser una forma efectiva de ayudar a las compañías de ópera a atraer a nuevas audiencias y a mantener a los espectadores interesados en el arte. Al promover la ópera de una manera innovadora y atractiva se puede aumentar el interés y la asistencia a las producciones y, en última instancia, mantener viva esta forma de arte.

La globalización, la revolución tecnológica y la inteligencia artificial nos llevan a crear herramientas de la mano de estas para las nuevas generaciones. Por esto, es sumamente importante que estos componentes estén presentes en los proyectos dirigidos al público infantil.

El objetivo del colectivo MINI-ÓPERA es ofrecer una gran variedad de productos y actividades culturales, y da inicio con este primero, el videojuego, el cual tiene mucho potencial para dar solución al problema planteado.

## 1. Descripción del proyecto

La ópera es un género musical que, si bien tiene una larga tradición en Colombia, no cuenta con la suficiente visibilidad o con un alcance mayor hacia el público. Si bien existen espacios para su puesta en escena y su difusión, estos son contados y se concentran en las grandes ciudades, por lo que la falta de estrategias de formación de públicos hace que los espectáculos en algunas oportunidades no lleguen a tener los aforos suficientes.

A pesar de ello, la ópera a nivel institucional ha generado espacios de formación y existe un incremento en el número de entidades que promueven dichos espectáculos y se encargan de llevarlos a las comunidades en formatos amigables y adaptados a las necesidades de cada una, y, aprovechando las bondades de este arte, los han utilizado incluso con fines educativos. Es así como se han ido formando talleres de ópera para infantes y jóvenes en diversas compañías y casas de ópera alrededor del mundo, se han compuesto piezas en este formato especialmente para este público y se han creado talleres y cursos diseñados para niños y niñas que los introducen en este arte.

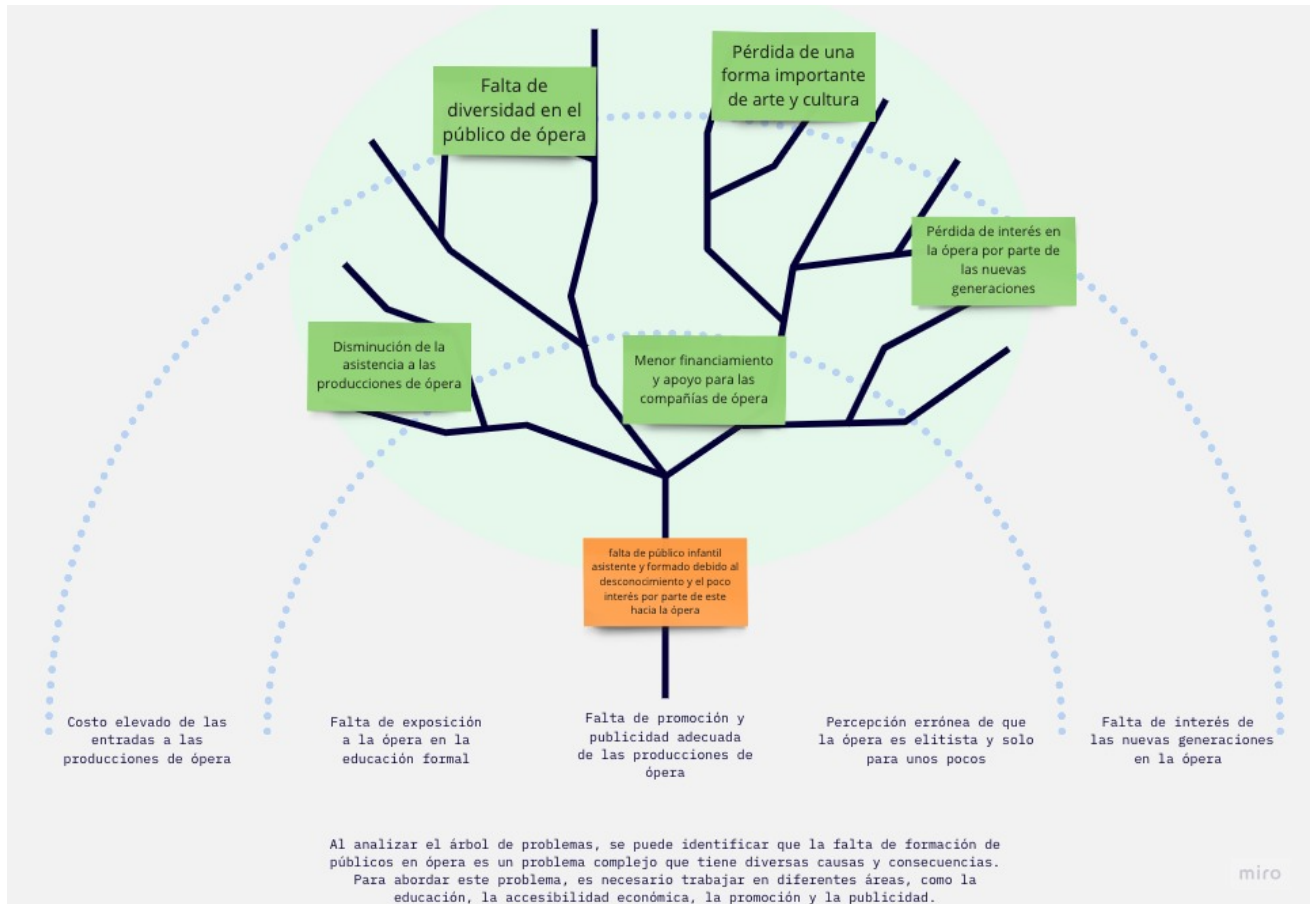
Aunque en Colombia la ópera aún no cuenta con la suficiente representación, los espacios son contados y faltan estrategias de formación de público para llevar a cabo temporadas constantes con el aforo suficiente, cada vez hay más entidades que promueven estos espectáculos y se encargan de llevarlos a diversas comunidades.

No obstante, ya que muchas de estas obras fueron compuestas en un lenguaje musical lejano, son producciones de larga duración, tienen tramas complejas ajenas a nuestro contexto, demandan una gran instrumentación y rangos vocales que distan de lo que generalmente se escucha en los medios de comunicación actuales, suelen resultar difíciles de comprender para el oído de la mayoría de individuos y requiere de una educación previa para su disfrute.

Puesto que la ópera se considera un arte muy elaborado y sofisticado, segrega a una gran parte de la población, en especial a la infantil, ya que por lo general resulta difícil que los niños y las niñas comprendan y aprecien estos contenidos. La trama, la música y las actuaciones pueden ser demasiado abstractas y difíciles de entender para estos, y es posible que se aburran o se distraigan durante las presentaciones. Además, la ópera generalmente aborda temáticas para los adultos, como el amor, la muerte, la guerra y la política, que pueden no ser apropiadas para los públicos infantiles.

Por otra parte, el costo de las entradas a estas producciones suele ser elevado, lo que puede ser un obstáculo para que las familias con niños y niñas accedan a estos contenidos. Y aunque a veces se hacen conciertos didácticos como parte de las temporadas de algunas orquestas y compañías de ópera, no hay ninguna entidad que se dedique exclusivamente a diseñar y a desarrollar contenidos en este formato dirigido a este sector poblacional. De igual manera, en la capital del país hay restricción de edad para el ingreso a este tipo de espectáculos, a los que solo permiten ingresar a individuos de 12 años o más, lo que aumenta la brecha de acceso para el público infantil.

La ópera es un arte escénico que tiene sus raíces en el siglo XVII y que ha evolucionado a lo largo de los siglos, pero que en la actualidad es percibida como aburrida y elitista por muchos públicos. Además, esta a menudo se asocia con un público mayor y más adinerado, lo que hace que sea difícil para los más pequeños y las más pequeñas acceder a ella. Entonces, el mayor problema cultural que se pretende resolver a través de este proyecto, con la creación de MINI-ÓPERA, es la falta de público infantil asistente y formado debido al desconocimiento y el poco interés por parte de este hacia la ópera.

**Figura 1***Árbol de problemas relacionados con el acceso a la ópera*

Según una encuesta del DANE (2020), solo el 16,9 % del público entre los 5 y 11 años del territorio nacional asistió a un espectáculo de teatro, ópera o danza; y de aquel público que sí ha acudido, solo el 12,7 % fue al menos una vez por semana, como se puede ver en las tablas 1 y 2.

**Tabla 1**

*Colombia, cabeceras municipales. Total de personas de 5 a 11 años, por sexo, según asistencia a eventos, presentaciones y espectáculos culturales en los últimos 12 meses, 2020*

Asistencia a eventos, presentaciones y espectáculos culturales		Total		Hombres		Mujeres	
		Personas	%	Personas	%	Personas	%
Total personas 5 a 11 años	Total	3913	100,0	1993	50,9	1920	49,1
	c.v.e.%	0	0	0	0	0	0
	IC±	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Teatro, ópera o danza	Sí	661	16,9	286	14,4	374	19,5
	c.v.e.%	6,1	6,1	8,9	8,9	7	7
	IC±	79	2,0	50	2,5	52	2,7
	No	3252	83,1	1707	85,6	1546	80,5
	c.v.e.%	1,2	1,2	1,5	1,5	1,7	1,7
	IC±	79	2,0	50	2,5	52	2,7
Conciertos, recitales, eventos, presentaciones o espectáculos de música en vivo, en espacios abiertos o cerrados	Sí	407	10,4	180	9,0	227	11,8
	c.v.e.%	7,3	7,3	10	10	8,9	8,9
	IC±	58	1,5	35	1,8	40	2,1
	No	3506	89,6	1813	91,0	1693	88,2
	c.v.e.%	0,8	0,8	1	1	1,2	1,2
	IC±	58	1,5	35	1,8	40	2,1
Exposiciones, ferias y muestras de fotografía, pintura, grabado, dibujo, escultura o artes gráficas	Sí	301	7,7	150	7,5	151	7,8
	c.v.e.%	8,1	8,1	11,9	11,9	10,7	10,7
	IC±	48	1,2	35	1,8	31	1,6
	No	3612	92,3	1843	92,5	1770	92,2
	c.v.e.%	0,7	0,7	1	1	0,9	0,9
	IC±	48	1,2	35	1,8	31	1,6
Ferias o exposiciones artesanales	Sí	453	11,6	224	11,2	229	11,9
	c.v.e.%	6,9	6,9	9,6	9,6	8,1	8,1
	IC±	61	1,6	42	2,1	37	1,9
	No	3460	88,4	1769	88,8	1691	88,1
	c.v.e.%	0,9	0,9	1,2	1,2	1,1	1,1
	IC±	61	1,6	42	2,1	37	1,9

*Nota.* Tomado de DANE (2020).

**Tabla 2**

*Colombia, cabeceras municipales. Total de personas de 5 a 11 años que asistieron a eventos, presentaciones y espectáculos culturales, según frecuencia de asistencia, en los últimos 12 meses, 2020*

Frecuencia de asistencia a eventos, presentaciones y espectáculos culturales		Total	
		Personas	%
Teatro, ópera o danza	Total personas 5 a 11 años que sí asistieron a teatro, ópera o danza	661	100,0
	c.v.e.%	6,1	0
	IC±	79	0,0
	Por lo menos una vez a la semana	84	12,7
	c.v.e.%	17,9	17,1
	IC±	30	4,3
	Una vez al mes	98	14,8
	c.v.e.%	18,7	17,1
	IC±	36	5,0
	Una vez cada tres meses	79	12,0
	c.v.e.%	17	16,3
	IC±	26	3,8
	Una vez cada seis meses	119	18,0
	c.v.e.%	13,3	12,7
	IC±	31	4,5
	Una vez al año	281	42,5
	c.v.e.%	10,1	7,6
IC±	55	6,3	

*Nota.* Tomado de DANE (2020).

Como solución a dicha problemática se plantea fomentar la apreciación y comprensión de la ópera en los niños y las niñas creando experiencias que los acerquen a este arte a través de la tecnología y de experiencias interactivas; de este modo, se presentarán estos contenidos de forma digerible, en un formato sencillo y animado, diseñado exclusivamente para el público en cuestión. El componente tecnológico, además de ir en la vanguardia con la industria 4.0 y ser amigable con las preferencias de las nuevas generaciones, le permitirá al contenido desarrollado ser itinerante y llegar a muchos más sectores del país, e incluso en el futuro se podrá internacionalizar.

Utilizando la tecnología y otras herramientas interactivas, se busca dar a conocer la ópera mediante formatos asequibles para niños y niñas, lo que se consolida como una herramienta para fomentar la formación de nuevos públicos frente a este arte.

El proyecto busca lanzar MINI-ÓPERA a través de dos estrategias:

La primera consiste en fomentar la apreciación y comprensión de la ópera en los niños y las niñas mediante la creación de un videojuego como primer producto de MINI-ÓPERA, el cual explique lo que es la ópera y los acerque a las representaciones más famosas de este género.

La historia del videojuego es la siguiente. Un compositor, llamado Amadeus Operus (personaje principal, manejable por quien lo juegue), deberá recorrer en un sueño los mundos de diversas óperas famosas, ir recolectando notas musicales, elementos característicos de la representación en cuestión, vidas y llaves que abren puertas a la inspiración para que esta retorne a él y pueda componer una nueva obra.

Al principio del primer nivel se encontrará con el “Ángel, Guardián de la Ópera”, quien lo guiará en su aventura. Durante el recorrido, que estará ambientado con música de la obra que corresponda al nivel en que se encuentre el jugador, se encontrará con “Aburridines”, los

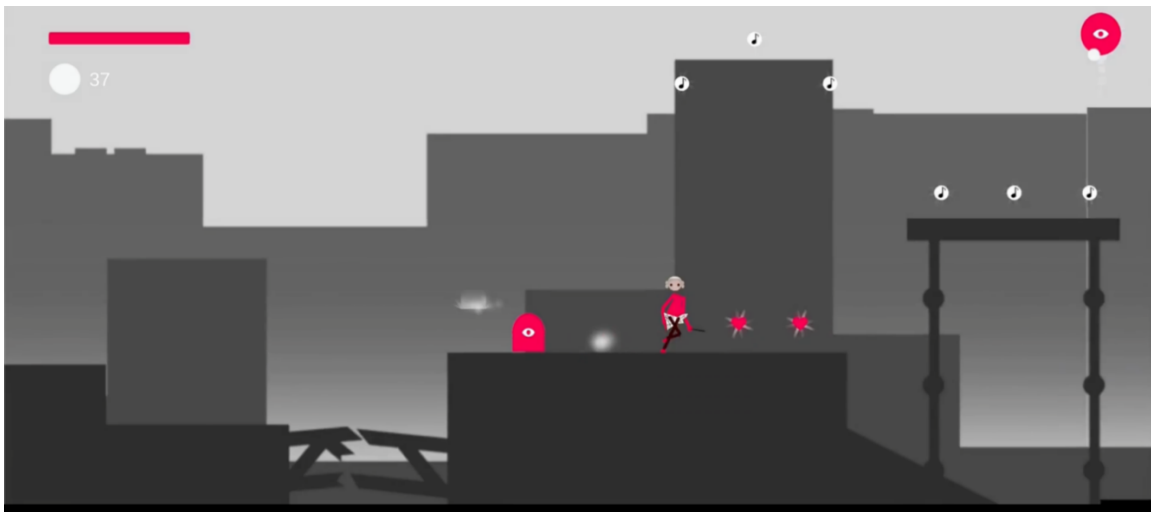
enemigos número uno de la ópera y de la inspiración, a quienes deberán evitar a toda costa y vencer con la “Batuta Mágica”. Al final de cada nivel, el personaje se encontrará al compositor de la ópera que corresponda a este y conocerá datos sobre ella.

Actualmente se cuenta con un demo basado en la ópera *La flauta mágica*, que corresponde al primer nivel del juego, realizado por medio de la plataforma Unity. La Figura 2 muestra algunas imágenes de este.

## Figura 2

*Imágenes del primer nivel del juego MINI-ÓPERA*







Posteriormente, se desarrollarán al menos otros cinco niveles inspirados en las siguientes obras: *La bohème*, *El barbero de Sevilla*, *Hansel y Gretel*, *Carmen* y *El caballero y la rosa*.

La segunda estrategia consiste en realizar un lanzamiento para dar a conocer el producto final en la biblioteca de Bibliored de la localidad de Suba, para que este incremente su alcance y los niños y niñas logren conocer el proyecto de primera mano. Para dicho lanzamiento se ha pensado adelantar una serie de actividades que llamen la atención de este público. Estas son:

- i. Conversatorio sobre ópera. Se hará de forma interactiva, habrá un cantante disfrazado de un compositor del siglo XIV quien realizará una pequeña charla con diálogos cortos, divertidos y actuados pensados para el público infantil.
- ii. *Photo-booth*. Frente a una pantalla verde los asistentes podrán tomarse fotos y en el fondo se colocará, a través de efectos especiales, un fondo del Teatro alla Scala de Milán, históricamente uno de los más importantes dedicados a la ópera. Para esto se contará con un fotógrafo y las imágenes resultantes serán enviadas por correo electrónico.
- iii. Recorridos virtuales a través de los principales teatros del mundo. Se llevarán a cabo en stands que contarán con las computadoras que dispone el espacio de la biblioteca (se

dispone de 10, para este espacio se utilizarán cuatro y las otras seis serán para que los asistentes prueben y conozcan el videojuego).

- iv. Proyección de dos producciones de zarzuela en inmersión digital a través de gafas de realidad virtual (*La leyenda del beso* y *La corte del faraón*), grabaciones obtenidas en convenio con la Fundación Prolírica de Antioquia.

El colectivo MINI-ÓPERA pretende convertirse en una empresa cultural que aumente su catálogo de productos a futuro, esto mediante el uso de diferentes herramientas tecnológicas que alleguen diversas experiencias interactivas al público infantil.

## 2. Antecedentes

### 2.1. Prolírica de Antioquia

Aunque no existe en Colombia ninguna compañía que se encargue exclusivamente de diseñar material operístico para niños y niñas, sí hay entidades que han desarrollado programas de acercamiento para estas comunidades. Esta fundación, que desde hace unos años lleva a cabo un programa titulado “El renacer de mi tierra”, es un claro ejemplo de ello. Con este se brinda formación artística a población infantil, hasta los 18 años, de varios municipios del departamento antioqueño, para posteriormente realizar con ellos la puesta en escena de la obra del mismo título, la cual está compuesta en un formato similar a la ópera.

### 2.2. Ópera infantil

Este género, relativamente nuevo, introdujo obras creadas exclusivamente para esta población. Surgió en el siglo XX y se ha popularizado desde entonces en diferentes países del mundo, con el objetivo de introducir a los niños y las niñas a esta manifestación artística de una manera lúdica y accesible a su edad. Uno de los primeros ejemplos de ópera infantil fue *Hansel y Gretel* de Engelbert Humperdinck, estrenada en 1893 en Alemania. Sin embargo, fue en la década de 1950 cuando se comenzaron a producir óperas específicas para niños y niñas en muchos países del mundo. En Estados Unidos, Aaron Copland compuso *The Second Hurricane* en 1937 para educar a este público sobre la importancia de la solidaridad y la ayuda mutua.

En las décadas de 1960 y 1970 la ópera infantil experimentó un gran auge en Europa, gracias a compositores como Benjamin Britten (*Noye's Fludde*, 1958), Gian Carlo Menotti (*Amahl and the Night Visitors*, 1951) y Maurice Sendak (*Where the Wild Things Are*, 1983). En Rusia, la ópera infantil también tuvo un gran desarrollo con obras como *The Tale of Tsar Saltan* de Rimsky-Korsakov.

En la actualidad, la ópera infantil sigue siendo una forma popular de introducir a los niños y las niñas en el mundo de la música clásica y la ópera en general, y se realizan producciones en muchos países del mundo, incluyendo España, Argentina, México, Italia y Japón, entre otros.

### **2.3. Metropolitan Opera de Nueva York**

Esta casa de ópera, considerada una de las más grandes en la actualidad, desde 1977 emprendió la tarea de expandir su público y para ello creó una serie de producciones televisivas que inició con *La bohème* en dicho año. Fue tanto el éxito, que dicha compañía buscó muchas más formas de acercar a la gente y en 1995 introdujo en sus espectáculos un sistema de traducción individual en tiempo real (italiano, español, alemán e inglés), disponible para cada asistente al frente del asiento, adecuado para no interrumpir al espectador de al lado.

En 2006, además, lograron lo que hasta la fecha ningún otro teatro había logrado: el lanzamiento de The MET: Live in HD, una programación de transmisiones en vivo de espectáculos operísticos que actualmente llega a más de 2.000 teatros en 73 países en los seis continentes (The Metropolitan Opera, s. f.).

### **2.4. Opera Starts With Oh!**

Este programa familiar, de la compañía Opera Lafayette, consta de una serie de lecciones digitales creadas por dicha empresa para introducir a las audiencias jóvenes (más específicamente, niños y niñas de prejardín y jardín en adelante) a este tipo de repertorio de una forma sencilla y divertida. Se accede a él por medio de una suscripción que opera bajo el modelo “pague lo que pueda”, para así garantizar acceso en equidad e igualdad a su programa (Opera Lafayette, s. f.).

## **2.5. Educa Más que Ópera**

Programa diseñado para que docentes y alumnos de educación primaria y secundaria descubran la ópera a través de seminarios y talleres diversos. La idea de este método es formar primero a los profesores y luego a los estudiantes en clase ayudados de un libro, pistas de audio y las conferencias incluidas grabadas por cantantes líricos, para finalizar con un espectáculo en el teatro donde todos participan. Este programa es diseñado por la Asociación Cultural Más que Ópera, fundada en España en el 2013 con el objetivo de propagar, difundir, reeducar y renovar la imagen de la ópera, realizando producciones en varios formatos y creando espacios educativos como el anteriormente mencionado (Asociación Cultural Más que Ópera, 2023).

### **3. Formulación de objetivos**

#### **3.1. Objetivo general**

Formar al público infantil mediante el acercamiento creativo, artístico y cultural a representaciones operísticas, a través del desarrollo de herramientas tecnológicas e interactivas para niños y niñas de 4 a 12 años.

#### **3.2. Objetivos específicos**

- Acercar a la población infantil a la ópera (4-12 años), llevándola en formatos digeribles y amigables a esta.
- Desarrollar contenidos referentes a la ópera, que se plasmen en proyectos interactivos, pensados para un público objetivo de 4 a 12 años de edad.
- Promover, a través de las herramientas creadas, la incursión desde edades tempranas en el mundo de las artes.

#### 4. Marco teórico

La ópera es un género musical que combina música, teatro, danza y artes pictóricas en una misma obra. Nació gracias a la Camerata Fiorentina, un grupo de intelectuales renacentistas que buscaban crear la “obra de arte perfecta”, una que integrara todas las manifestaciones artísticas y las llevara a su máxima expresión (G.M., 2022).

Por su gran complejidad, a menudo se percibe como elitista y para mayores de edad, lo que ha llevado a que el público infantil se sienta excluido o no desee profundizar en ella. Como encontramos en el estudio NEA (National Endowment for the Arts) de 1974, “la asistencia a la ópera podría aumentar sustancialmente si tuviera menos ‘clase’, requiriera menos vestuario formal y menos planeación y preparación para la asistencia” (Bereson, 2002). También, en el artículo “En busca de nuevos públicos para la ópera”, publicado en la revista *Conectando Audiencias*, se enuncia que “la ópera arrastra una imagen elitista que ha contribuido a generar una serie de barreras psicológicas en torno a ella. Por ello, muchas personas ni tan siquiera se plantean la posibilidad de acudir a la ópera; la perciben como algo que no pertenece a su mundo” (Cuenca, 2015).

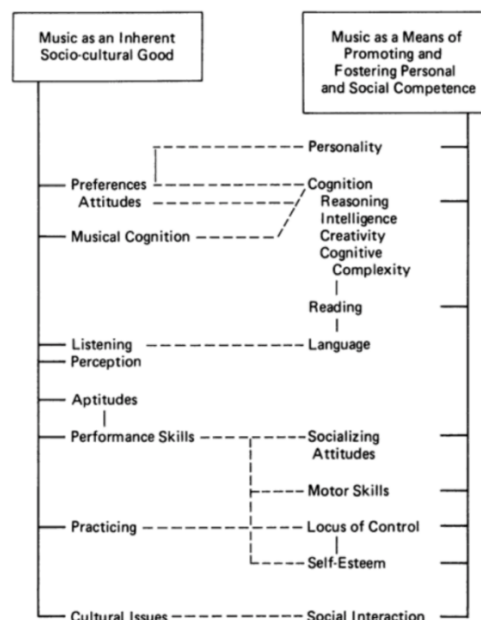
Sin embargo, la ópera puede ser una experiencia enriquecedora para los niños y las niñas, ya que permite desarrollar habilidades cognitivas y emocionales, así como fomentar el amor por las artes y la cultura. Un estudio realizado por el Brain and Creativity Institute, de la University of Southern California, encontró que las experiencias musicales en la infancia pueden acelerar el desarrollo del cerebro, particularmente en las áreas del lenguaje y las habilidades de lectura, y halló también diferencias significativas de aprendizaje en los infantes que tocaban algún instrumento o contaban con educación musical y los que no (Gersema, 2016). Además, de acuerdo con la National Association of Music Merchants (NAMM), aprender a tocar un

instrumento puede mejorar el aprendizaje matemático y científico, así como facilitar el aprendizaje de una segunda lengua (NAMM, 2018).

En el libro *Music and Child Development* (Peery *et al.*, 1987) se sugieren dos características principales que conceptualizan la influencia de la música en los niños: la primera es que la música es importante porque tiene mérito inherente en ella misma, al ser una de las bellezas de la cultura humana y ser, por ende, buena y agradable; la segunda, desarrollar habilidades musicales puede traer beneficios adicionales que se manifiestan en otras categorías de las competencias personales y sociales; al adquirir capacidades de interpretación, escucha y apreciación musical, las niñas y los niños a la vez están fortaleciendo su desarrollo cognitivo, físico y social. En esta misma fuente encontramos la Figura 3, que ayuda a entender mejor el rol de la música en la formación infantil.

### Figura 3

*El rol de la música en la formación infantil*



Nota. Tomado de Peery *et al.* (1987).

Como lo vimos en los antecedentes, una de las estrategias más comunes para acercar la ópera a los niños y las niñas es la creación de adaptaciones temáticas para ellos y ellas. Estas obras suelen simplificar la trama y tener una duración corta, para hacerlas más accesibles y entretenidas.

Por ejemplo, el estudio “La ópera infantil como medio de aprendizaje y unión en tiempos de Covid-19. Propuesta interdisciplinar de educación a distancia”, publicado en la *Revista Electrónica Complutense de Investigación en Educación Musical*, que realizó una propuesta interdisciplinar basada en la ópera *La flauta mágica* de W. A. Mozart, integrando las áreas de educación musical, lengua castellana y literatura, educación física y educación plástica, mostró resultados positivos en el aprendizaje de la población, tomando como muestra a un grupo de sexto de primaria (Gómez *et al.*, 2021). Esto nos indica que incluir la ópera en la educación básica, al ser tan compleja y contener tantos elementos, no solo artísticos sino también lingüísticos e históricos, enriquece el proceso educativo de los estudiantes y le brinda nuevas herramientas a los maestros, además de abrirle el panorama a las nuevas generaciones para que disfrute de estas representaciones.

En este sentido, un videojuego de ópera para niños puede ser una herramienta educativa y creativa que acerque a los más jóvenes al mundo de la ópera. Puede permitirles aprender de forma lúdica, fomentar la creatividad, acercarse a la cultura y enseñarles valores importantes.

Una investigación de la Universidad de la Sabana titulada “Uso de los videojuegos en básica primaria: una revisión sistemática”, publicada en la revista *Espacios*, concluye, luego de una revisión integrativa, que

las investigaciones orientadas desde el área matemática reportan que los videojuegos logran desarrollar capacidades analíticas, potenciando los procesos de lógica y entrenamiento de solución de problemas. Por su parte, las investigaciones orientadas desde las ciencias sociales facilitan los aprendizajes de historia, orientación espacial y procesos sociales cooperativos por la motivación que genera, y a nivel de ciencias naturales, las investigaciones indican que facilitan la sensibilización frente al cuidado del medio ambiente y el reconocimiento de seres vivos, estos estudios coinciden en que la implementación de videojuegos en el área permite crear conciencia crítica que invita al cuidado del entorno de manera activa (Mendez y Boude, 2021, p. 73).

En la Figura 4 relacionamos los conceptos presentados anteriormente.

**Figura 4**

*Conceptos relacionados sobre el uso de videojuegos para la enseñanza y el aprendizaje*



También, en el estudio “Una ópera para la escuela de la ciudadanía”, en el que se desarrolló y estrenó una ópera con un grupo de alumnos de cuarto de primaria de la Ciudad de México, se concluyó que “la implementación de LÓVA (La Ópera, un Vehículo de Aprendizaje) contribuyó decididamente al desarrollo de una conciencia social y favoreció la adquisición de responsabilidad desde lo local hacia lo global, a través de la expresión artística mediante la creación de una ópera original” (Soliveres-Buigues *et al.*, 2020). Los niños, al tener que colaborar conjuntamente para elaborar una creación artística original, en este caso una ópera, desarrollaron habilidades empáticas y de trabajo en equipo. Esto demuestra que al emplear este tipo de representaciones en la enseñanza de los niños y las niñas se contribuye no solo con su educación formal, sino también con la formación de sus habilidades blandas.

De otra parte, vale la pena mencionar el proyecto del MIT Media Laboratory, “Ópera of the Future” (MIT Media Lab, s. f.), un proyecto liderado por esta prestigiosa entidad que busca explorar el futuro de la interpretación, composición, aprendizaje y expresión de la música a partir de las nuevas vanguardias tecnológicas. En el marco de este proyecto se están desarrollando sinfonías creadas por inteligencia artificial, “juguetes musicales”, “hiper-instrumentos”, una “ópera del cerebro”, una silla con sensores que interactúa con las ondas musicales y estimula el cerebro, entre otras experiencias interactivas que acercan de forma distinta a los y las intérpretes y a los y las espectadoras, y permiten vivir una experiencia musical distinta.

Tal y como señala Devos (2006), “familiarizar a los niños con el arte y la cultura cuando aún son pequeños incrementa de forma espectacular su participación posterior”. Con base en esta afirmación, y comprendiendo que el proyecto a través de la ópera representada mediante las tecnologías de la información promueve la formación de públicos mediante la experiencia

artística, se busca incentivar al público infantil a orientar sus vidas en carreras y proyectos artísticos y culturales.

En el documento “*El fanático de la ópera: mirada etnográfica a los asistentes de a pie al teatro Colón de Buenos Aires*” (Martynowskyj, 2013) se presenta una clara perspectiva sobre lo que es el consumo cultural de la ópera y cómo a través de las ciencias sociales se muestra el foco de la tríada clase-estatus-dominación al cambiar la pregunta: ¿quiénes consumen qué cosas?, por esta otra: ¿de qué manera lo hacen y qué consecuencias generan sobre la individualización del ser?

El análisis desarrollado en esta reseña del libro del mismo nombre de Claudio Benzecry, señala cómo la arquitectura del Teatro Colón de Buenos Aires permite “captar en toda su complejidad los sentidos que los actores le otorgan a su apego por la ópera, permitiéndole al autor dar cuenta de manera acabada hasta qué punto dicho apego no es algo dado de antemano, sino que se construye en el largo plazo, a través de la asistencia intensiva y extensiva al teatro y de la implicancia corporal que la misma conlleva” (Martynowskyj, 2013, p. 350).

Con base en lo visto hasta este punto podemos comprender lo que se busca mediante la estrategia de desarrollar un videojuego para la formación de públicos para la ópera. El proyecto es por un lado etnográfico, por estar vinculado directamente a una población, y por otro se relaciona con el modelo de Pierre Bourdieu denominado “sociología del apego” como fuente de autoformación. Se pretende formar públicos para poder generar ese tipo apego por consumir, participar, disfrutar y compartir de estas propuestas culturales. Mas es preciso poder discernir el apego no como una entidad fija, según el esquema bourdesiano, sino como un proceso activo que permite entender las relaciones sociales, los sistemas simbólicos, la dominación, el sentido práctico y el campo entre el poder y la política (Martynowskyj, 2013).

Con los cambios culturales, el avance de la tecnología y la tecnificación de los medios de comunicación, la popularidad de los espectáculos ha disminuido y por lo tanto ya no funciona como en sus inicios. Por ende, al lograr que un público se enamore de una representación artística o cultural como la ópera y que sostenga con ella una relación de largo plazo, se genera un apego que actúa como un elemento fundamental en la narrativa que las personas construyen sobre esta (Martynowskyj, 2013).

Los conceptos abordados en este apartado evidencian que la ópera es un elemento valioso y efectivo en la educación desde la primera infancia; sin embargo, existen unas barreras psicológicas que excluyen a gran parte de la población, que no se atreve a acercarse a esta porque la consideran “elitista” y “aburrida”. Entonces, las estrategias lúdicas y que están a la vanguardia tecnológica, como los videojuegos, son innovadoras y asertivas para allanar este problema y cerrar la brecha entre este arte y los niños y niñas de todo estrato, raza y orientación.

## 5. Marco referencial

El acceso a la cultura es planteado por la Unesco (s. f.) como un derecho para cada individuo:

Derecho a participar en la vida cultural - Artículo 27 / El acceso a la cultura y la posibilidad de disfrutarla sin temor a repercusiones son condiciones necesarias para garantizar el derecho a participar en la vida cultural. La vida cultural se manifiesta en la comunicación, la expresión y las tradiciones cotidianas. No se debe negar a las minorías lingüísticas y religiosas su derecho a abrazar las dimensiones de la vida cultural por ningún motivo.

Para sustentar el interés por la conformación del colectivo cultural MINI-ÓPERA y el desarrollo de sus actividades —el videojuego, el lanzamiento del mismo y demás emprendimientos que se planean adelantar en pro de la democratización de la cultura—, se toman como base los objetivos de defender, promover y proteger los derechos humanos de todas las personas, haciendo especial énfasis en los contenidos en la Declaración Universal de los Derechos Humanos (artículos 16, 19, 24, 26 y 29, entre otros), relacionados con la libertad, la familia, la educación, la comunidad, el goce y el disfrute del tiempo libre y la participación activa de la vida cultural.

Igualmente, como establece el Consejo Económico y Social de las Naciones Unidas (2010), toda persona tiene el derecho a participar en la vida cultural (artículo 15 del Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales, párrafo 1 a), ya que los derechos culturales hacen parte de los derechos humanos y son universales, indivisibles e interdependientes. Este derecho se relaciona con otros establecidos en el artículo 15 del mencionado Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales.

En el artículo 1 de la Ley 1493 de 2011, más conocida como Ley de Espectáculos Públicos, se establece que:

- a) El Estado impulsará, estimulará y fomentará los procesos, proyectos y actividades culturales, respetando la diversidad cultural de la nación colombiana.
- b) En ningún caso el Estado ejercerá censura sobre la forma y el contenido ideológico y artístico de las realizaciones y proyectos culturales.
- c) El Estado fomentará la creación, ampliación y adecuación de infraestructura artística y cultural y garantizará el acceso de todos los colombianos a la misma.
- d) El Estado promoverá la interacción de la cultura nacional con la cultura universal.
- e) El Estado, al formular su política cultural, tendrá en cuenta tanto al creador, al gestor, como al receptor de la cultura y garantizará el acceso de los habitantes a las manifestaciones, bienes y servicios culturales en igualdad de oportunidades.
- f) El Estado tendrá como objetivo fundamental de su política cultural la preservación del Patrimonio Cultural de la Nación, el apoyo y el estímulo a las personas, comunidades e instituciones que desarrollen o promuevan las expresiones artísticas y culturales en los ámbitos locales, regionales y nacionales (Ley 1493 de 2011, artículo 1).

Ahora bien, “hacen parte de los derechos culturales de los niños: / · Acceder a acontecimientos culturales y artísticos apropiados que favorezcan su desarrollo. / · Participar en actividades culturales y artísticas iniciadas por adultos. / · Disfrutar de actividades autónomas” (DC Radio, 2020). Según esta afirmación hecha en la radio oficial pública de la capital colombiana, a la población infantil se le debe garantizar el acceso a las actividades culturales de cualquier índole y los adultos deben velar por el cumplimiento de esto.

El artículo 70 de la Constitución de 1991 dice:

El Estado tiene el deber de promover y fomentar el acceso a la cultura de todos los colombianos en igualdad de oportunidades, por medio de la educación permanente y la enseñanza científica, técnica, artística y profesional en todas las etapas del proceso de creación de la identidad nacional. La cultura en sus diversas manifestaciones es fundamento de la nacionalidad. El Estado reconoce la igualdad y dignidad de todas las que conviven en el país. El Estado promoverá la investigación, la ciencia, el desarrollo y la difusión de los valores culturales de la Nación (Constitución Política de Colombia, 1991, Artículo 70).

Con la Ley 2162 de 2021 se creó el Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación en Colombia. El Artículo 1, el cual describe el objeto de la Ley, dice así:

El objeto de la presente ley, es crear el Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación de acuerdo a la Constitución y la ley, para contar con el ente rector de la política de ciencia, tecnología e innovación que genere capacidades, promueva el conocimiento científico y tecnológico, contribuya al desarrollo y crecimiento del país y se anticipe a los retos tecnológicos futuros, siempre buscando el bienestar de los colombianos y consolidar una economía más productiva y competitiva y una sociedad más equitativa.

También, en el párrafo 13 del artículo 1 de la Ley 397 de 1997, con la que se dictaron normas con respecto al patrimonio cultural, estímulos a la cultura y se creó el Ministerio de Cultura, encontramos que

el Estado, al formular su política cultural, tendrá en cuenta tanto al creador, al gestor como al receptor de la cultura y garantizará el acceso de los colombianos a las manifestaciones, bienes y servicios culturales en igualdad de oportunidades, concediendo especial tratamiento a personas limitadas física, sensorial y síquicamente, de la tercera edad, la infancia y la juventud y los sectores sociales más necesitados.

Con respecto a la legislación colombiana alusiva al sector tecnológico, desde la creación del MinTIC (Ministerio de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones) en 2009, el tema de la tecnología ha estado constantemente presente. En la Ley 1978 de 2019, por ejemplo, encontramos en el artículo 3 que

el Estado y en general todos los agentes del sector de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones deberán colaborar, dentro del marco de sus obligaciones, para priorizar el acceso y uso a las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones en la producción de bienes y servicios, en condiciones no discriminatorias en la conectividad. la educación, los contenidos y la competitividad. En el cumplimiento de este principio el Estado promoverá prioritariamente el acceso a las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones para la población pobre y vulnerable, en zonas rurales y apartadas del país.

## 6. Metodología

La metodología empleada para el desarrollo de esta investigación es la heurística, la cual consiste en emplear la experiencia como herramienta para la solución de un problema, basándose en la intuición y el juicio propio. Decidimos implementar esta ya que, al funcionar con base en hechos que han ocurrido en el pasado y en la creatividad, a través de la recolección de información inicial, de estudios y de lluvias de ideas conjuntas, se definió el primer producto, el videojuego, como mejor candidato para lanzar el colectivo.

Además, al ser un problema cultural relacionado con la formación de público para un arte específico y no requerir de ningún tipo de algoritmo para su solución, buscamos un método alejado del pragmatismo y que fuera más integrado al análisis y a la invención de productos nuevos.

### 6.1. Descripción de MINI-ÓPERA

A través de varios productos culturales, deseamos llevar la ópera a los niños y a las niñas en un formato divertido e interactivo. Nos enfocaremos primeramente en la realización de un videojuego en el que podrán controlar a un personaje principal: un compositor que recorrerá diversos mundos relacionados con distintas producciones de esta índole, ambientados con música correspondiente a estas. Además, se buscará estrenar el producto en unos stands donde los infantes podrán conocerlo, jugarlo y aprender más sobre este género artístico. Creemos en la cultura como un medio para transformar vidas desde una perspectiva holística y mediante la formación de públicos.

Para lograr lo anterior, seguiremos los siguientes pasos o procesos:

- i. Realizar el guion del videojuego.
- ii. Realizar un prototipo en Pro-Create.

- iii. Asociarse con instituciones culturales locales: establecer alianzas con instituciones culturales locales para colaborar en la promoción y difusión del primer producto de nuestra empresa cultural.
- iv. Establecer una estrategia de comunicación: diseñar una estrategia de comunicación efectiva para llegar a la audiencia objetiva, utilizando diversos canales de promoción, tales como redes sociales, medios de comunicación locales, vallas publicitarias, entre otros.
- v. Diseñar un ambiente acogedor en el lugar donde se presentará el videojuego.
- vi. *Fundraising*: realizaremos un plan de *fundraising* que incluirá estrategias como: reuniones con potenciales aliados.
- vii. Establecer estrategias tecnológicas y científicas.

## 7. Modelo de gestión

**Figura 5**

*Modelo de gestión de MINI-ÓPERA*



Para el modelo de gestión utilizaremos: estrategias de política cultural, estrategias de comunicación, estrategias de gestión cultural, estrategias tecnológicas y científicas, estrategias financieras y estrategias educativas.

La estrategia de comunicación incluye métodos para mejorar este ámbito interna y externamente con la implementación de canales efectivos y la promoción de una cultura de comunicación abierta y transparente.

La estrategia de gestión cultural mejorará la comprensión y el respeto por la diversidad, implicará una planificación cuidadosa, un análisis profundo de las necesidades y expectativas de

la comunidad, la coordinación y gestión de los recursos necesarios, y la mejora continua de las estrategias.

La estrategia tecnológica y científica incluye métodos para mejorar la eficiencia y la efectividad de los procesos y la implementación de tecnologías avanzadas para mejorar las operaciones.

Con la estrategia financiera se pretende gestionar eficazmente los recursos financieros para garantizar la sostenibilidad a largo plazo.

Apoyados en la estrategia educativa se mejorará la formación y el desarrollo de los niños y niñas para fomentar un ambiente de aprendizaje continuo y de mejora constante.

### **7.1. Estrategia de política cultural**

Mediante esta estrategia se busca generar alianzas con entidades que tengan objetivos afines a los nuestros, así como aprovechar los estímulos ofrecidos para promover los proyectos culturales locales a través de convocatorias; todo esto con el objetivo de conseguir parte de los recursos necesarios para llevar a cabo el proyecto. Las actividades a realizar para cumplir con lo esperado son:

- i. Elaborar una base de datos que enumere las diferentes entidades que proporcionan estímulos para los proyectos culturales.
- ii. Participar en las diferentes convocatorias que abren tanto el Ministerio de Cultura como el Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación (Minciencias), las que ofrecen beneficios al cumplir con las políticas y reglamentaciones de cada entidad.
- iii. Concretar una alianza con la Fundación Prolírica de Antioquia para utilizar las grabaciones en realidad aumentada que tienen de las zarzuelas *La del Soto del Parral* y

*La del manojito de rosas*, para reproducirlas en uno de los stands con los visores especializados para estas.

- iv. Concretar una alianza con Bibliored para poder utilizar su espacio en la localidad de Suba para realizar el lanzamiento de MINI-ÓPERA. Se desea realizar en esta comunidad ya que, al tener cercanía previa con la organización, se conoce el público que asiste regularmente a ella y hay una mayor posibilidad de lograr un convenio.

## **7.2. Estrategia de comunicación**

A través de la creación de la marca MINI-ÓPERA (logo, colores, tipografía, redes, etc.) y la difusión de esta, se busca crear un factor diferenciador que otorgue sentido de pertenencia y que, al hacer parte de todo lo relacionado con el colectivo, transmita sus objetivos. Todo el contenido creado estará asociado a estos elementos para generar un reconocimiento en el público. Así mismo, se contará con un *brochure* que se difundirá entre los posibles patrocinadores y entidades aliadas para que todos aquellos que hagan parte de los procesos internos comprendan a cabalidad lo que se busca lograr con cada actividad. En este sentido, se planea:

- i. Identificar los canales de comunicación para llegar al público objetivo. Por ejemplo, se pueden utilizar redes sociales, medios de comunicación locales, correo electrónico, volantes y afiches en lugares estratégicos, entre otros. Como los padres y las madres son quienes manejan las redes de sus hijos e hijas normalmente, se podrá hacer una promoción dirigida a este público. Además de esto, redes como Discord y Twitch, que son tan importantes en el mundo *gamer*, específicamente para este primer producto de la empresa cultural, serán claves para generar expectativa.
- ii. Registrar el nombre de MINI-ÓPERA para evitar pleitos de derechos de autor en los productos a lanzar y en las actividades del colectivo.

- iii. Crear una imagen de marca que represente los productos de MINI-ÓPERA. Esta identidad visual debe aplicarse en todos los canales de comunicación y en todos los materiales promocionales para lograr una coherencia en la comunicación y generar una mayor identificación y recordación en el público.
- iv. Crear contenido informativo y atractivo sobre la ópera y los productos culturales que se desarrollarán en MINI-ÓPERA. Este contenido se puede difundir por las redes sociales, medios de comunicación, correo electrónico, buscadores web, entre otros. Es importante tener en cuenta el enfoque familiar, para que sea atractivo tanto para la población a impactar (4-12 años) como para sus acudientes.
- v. Realizar campañas publicitarias para llegar a la audiencia principal, incluyendo la creación y difusión de videos promocionales, entre otros.
- vi. Generar alianzas estratégicas con instituciones culturales locales, tales como museos, escuelas, galerías, entre otros, que promuevan los productos culturales de MINI-ÓPERA e inviten a su comunidad a hacer uso de ellos y a asistir a las actividades programadas.
- vii. Cuando el primer producto (videojuego) sea lanzado al público general, promover su uso en las instituciones educativas dirigidas a nuestra población muestra a nivel departamental y posteriormente nacional, dando a conocer MINI-ÓPERA a las directivas de estas entidades.
- viii. Creación de un *brochure* para la exposición a posibles aliados.
- ix. Unificar todo el contenido (informes, tanto internos como publicidad externa) con el diseño (logo, colores; etc.) de MINI-ÓPERA.

### 7.3. Estrategias tecnológicas y científicas

Al pretender utilizar los avances tecnológicos como herramienta clave para el desarrollo de los productos de MINI-ÓPERA, enfatizando en el primero a lanzar, que será el videojuego, este tipo de estrategias son clave para el desarrollo de este proyecto. Se pretende utilizar entonces la tecnología como aliada, y plataformas como Unity y Garage Band serán claves para este punto. Además, es necesario buscar el apoyo de profesionales en estas áreas que contribuyan a pulir el resultado final y hacer uso de herramientas de difusión, como los portales de descarga de aplicaciones Google Play y App Store, para lograr un mayor alcance y accesibilidad al público.

Las actividades a realizar son:

- i. Creación de un videojuego sencillo a través de la interfaz Unity, en donde el personaje recorrerá el mundo de la ópera.
- ii. Importación de los MIDI de audio para utilizarlos en dicho videojuego. De esta manera no se infringirán derechos de autor sobre las grabaciones existentes y se podrá incluir música con sonidos de orquesta reales.
- iii. Contratación de un ingeniero de sonido/productor que colabore con la mezcla para que los sonidos suenen lo más similar posible a una orquesta real.
- iv. Contratación de un ingeniero de software/sistemas que colabore con la creación del videojuego y le dé un toque profesional.
- v. Contratación de un diseñador gráfico que apoye en el diseño de la estética del juego para que sea llamativo al público en cuestión.
- vi. Contratación de un psicólogo infantil que nos ayudará con estrategias que se puedan incluir en el juego (paletas de colores que estimulen a los niños, formas y sonidos que

- sean más apropiados), y que con ayuda del diseñador gráfico y el ingeniero de software se agregarán a la estética del juego para que su propósito educativo se alcance.
- vii. Publicación del videojuego, una vez terminado, en plataformas como Google Play y App Store de Apple, para que sea asequible al público general.
  - viii. Durante el lanzamiento, contar con varios stands interactivos que giren en torno a la tecnología y le permitan a quienes asistan conocer de manera disruptiva aspectos esenciales de la ópera.
  - ix. Conectar con redes que giren en torno a la ópera de manera virtual, para que se cree un intercambio de conocimientos y de productos culturales atractivos para el público seleccionado.
  - x. Crear una página web de MINI-ÓPERA con contenido atractivo sobre la ópera para niños y niñas, donde podrán además descargar la versión para ordenador del primer producto.

#### **7.4. Estrategias de gestión cultural**

Utilizaremos estrategias de gestión cultural para la planificación, organización, coordinación y evaluación de las actividades culturales y artísticas desarrolladas en MINI-ÓPERA. Estas serán de suma importancia, ya que permitirán que el proyecto se lleve a cabo de forma ordenada, consecuente y efectiva, con procesos estructurados, y de la mano de entidades que apoyarán durante el desarrollo y posterior lanzamiento, alcanzando así resultados eficientes. Dentro de esta categoría se realizarán las siguientes actividades:

- i. Convenios con entidades culturales.
- ii. Gestión del lanzamiento: se definirán los profesionales necesarios a contratar, los fondos y las alianzas a través de estrategias planteadas en el documento.

- iii. Análisis de las expectativas de la comunidad, de las tendencias del mercado y del territorio para comprender el contexto en el que se lanzará el videojuego.
- iv. Evaluación posterior al lanzamiento del primer producto, para conocer el impacto y los resultados.
- v. Elaboración de una matriz DOFA para medir las debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas del colectivo.

### **7.5. Estrategias financieras**

La estrategia financiera que se desarrollará para crear un videojuego sobre la ópera, enfocado en niños y niñas, es un plan detallado que busca identificar las fuentes de financiamiento y los recursos necesarios para llevar a cabo el proyecto. Se plantea elaborar un presupuesto que incluya todos los costos asociados con su creación, como el pago de los desarrolladores y los gastos de *marketing*, entre otros.

Identificar las fuentes de financiamiento hace parte de las actividades fundamentales, puesto que se busca lograr la mayor cantidad de recursos. Para ello se adelantarán estrategias como: *crowdfunding*, patrocinio corporativo, subvenciones gubernamentales o de fundaciones y venta del videojuego. Además, es importante crear alianzas estratégicas con empresas o instituciones afines.

Las estrategias financieras fueron planteadas a través de la creatividad y en la búsqueda de oportunidades que se alineen con el tema del proyecto y atraigan a la audiencia adecuada. Las actividades a desarrollar son:

- i. Identificar los posibles riesgos financieros y plantear alternativas para minimizarlos. Esto podría incluir la elaboración de un plan de contingencias en caso de que el proyecto no alcance los objetivos esperados en esta área.

- ii. Exponer ante los posibles inversores el proyecto, llevar para ello el *brochure* y toda la identidad de marca elaborada en la estrategia comunicativa; ofrecer recompensas a estos como acceso ilimitado y anticipado del juego; enviarles la mercancía que será vendida al público antes de que salga al mercado; entre otras.
- iii. Recolectar recursos mediante plataformas *crowdfunding* que permiten obtener fondos en línea para financiar los proyectos mediante aportación de inversores; hacer uso de otras plataformas, como Kickstarter o GoFundMe, con las cuales los creadores de proyectos pueden compartir sus ideas al público para así pedir apoyo financiero. Los donantes podrán recibir recompensas a cambio de su contribución, como acceso anticipado al juego o artículos exclusivos.
- iv. Buscar patrocinio corporativo a través de empresas que puedan estar interesadas en apoyar un proyecto que busca un impacto positivo en la educación y el entretenimiento infantil.
- v. Mediante las subvenciones gubernamentales o de fundaciones obtenidas, se plantea investigar las oportunidades de financiamientos disponibles, como los estímulos del gobierno, para asegurar que el proyecto cumpla con los requisitos para recibir la subvención.
- vi. Vender anticipadamente el videojuego permitirá a los creadores del proyecto recaudar fondos antes de que este esté terminado. Los compradores pueden recibir el juego a un precio reducido y tener acceso anticipado a nuevas características o contenido exclusivo.
- vii. Lanzar al mercado productos alusivos, como camisetas, termos, *tote bags* y demás, con la identidad y diseño de la marca. Esta estrategia de *marketing* y recaudo se iniciará con una

colección de camisetas; se elaborará un lote para el lanzamiento y luego se podrán adquirir por la página web o las redes de MINI-ÓPERA.

- viii. Ganancias del videojuego. Se lanzará un demo gratuito; el primer nivel podrá ser jugado sin costo alguno y se podrá descargar de la página oficial de MINI-ÓPERA. Si se desea obtener la versión ilimitada, esta tendrá un costo de \$30.000. En los dispositivos móviles y *tablets* se podrá obtener una versión limitada con publicidad. Si se desea adquirir, en estos dispositivos tendrá un costo de \$20.000. También se obtendrán fondos a través de la publicidad.
- ix. Donaciones. En la página web habrá un mini sitio destinado a la donación voluntaria para la continuación de las actividades del colectivo y la financiación de futuros proyectos.  
Con todas estas estrategias financieras, se busca:
  - i. Obtener al menos el 50 % de los recursos necesarios para llevar a cabo el proyecto de parte de convocatorias y de incentivos para proyectos culturales.
  - ii. De las entidades por convenio se busca recaudar el 30 % del total.
  - iii. El 20 % faltante se obtendrá de inversores particulares.
  - iv. Con la venta de camisetas, al terminar el primer lote, se recaudarán en total \$5.750.000, dinero que se guardará para futuros eventos del colectivo.
  - v. Con la venta del videojuego y las donaciones se obtendrá dinero para futuros proyectos del colectivo.

## **7.6. Estrategias educativas**

Al tener una población objetiva que se encuentra en los primeros años de formación escolar, se busca que este videojuego, y los productos a futuro de MINI-ÓPERA, sean utilizados como herramientas para reforzar la educación. Esto lo haremos creando alianzas con escuelas. Para

ello, nos desplazaremos hasta estas para explicar las bondades de emplear esta manifestación artística en la formación de los niños y las niñas. Se creará además una presentación adicional que explique el enfoque educativo del juego, haciendo mención especial de este al instante final de cada nivel, donde cada jugador se podrá encontrar con el compositor y conocer datos de la ópera. Se ofrecerán también precios especiales para las escuelas.

Las actividades estratégicas a tener en cuenta serán:

- i. Dialogar con las escuelas, dando prioridad inicial a aquellas localizadas en el sector de Suba, e invitarlas a promover la asistencia de los estudiantes al lanzamiento del videojuego.
- ii. Presentar MINI-ÓPERA a través de charlas dirigidas a la comunidad Home School, para que incluyan nuestros productos culturales como parte de su programa de educación.
- iii. Conectar con escuelas de música dirigidas al público infantil para que hagan uso de nuestros productos culturales en su metodología de enseñanza.



## 9. Indicadores

**Tabla 4**

*Indicadores de resultados*

<b>Resultado/producto esperado</b>	<b>Indicador</b>	<b>Beneficiarios</b>
Videojuego para edades de 4 a 12 años inspirado en la ópera.	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Asistencia al lanzamiento.</li> <li>– Número de personas que asisten al lanzamiento/ Número de personas invitadas al lanzamiento <math>\times 100</math>.</li> <li>– Descargas del producto al ser lanzado al público general.</li> <li>– Número de descargas realizadas en lanzamiento / Número de descargas planeadas en lanzamiento <math>\times 100</math>.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Población infantil de 4 a 12 años.</li> <li>– Biblioteca Biblored de Suba.</li> </ul>
Acercar a los niños y a las niñas a la ópera de una forma lúdica, interactiva y tecnológica.	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Niños y niñas que comprenden los contenidos y la estructura de una ópera.</li> <li>– Porcentaje de conocimiento de salida sobre la ópera / Porcentaje de conocimiento de entrada sobre la ópera <math>\times 100</math>.</li> <li>– Número de niños que mejoran su conocimiento sobre la ópera / Número de niños que se espera adquieran conocimiento sobre la ópera <math>\times 100</math>.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Niños y niñas.</li> <li>– Padres y madres.</li> <li>– Profesores y profesoras.</li> </ul>
Formar al público muestra en los contenidos operísticos a través de	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Infantes que desean, después de jugar el videojuego, conocer y</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Academias de música.</li> </ul>

---

su interacción con los productos de MINI-ÓPERA.	<p>explorar más el mundo de la ópera.</p> <p>– Número real de niños interesados en el videojuego / Niños esperados que se interesen en el videojuego <math>\times 100</math></p>	<p>– Instituciones educativas dirigidas a este sector poblacional.</p> <p>– Academias de teatro.</p>
Mayor interés de la población infantil en la ópera.	<p>– Aumento de la asistencia de este sector a las producciones operísticas.</p> <p>– Asistencia real a la ópera de niños que participan en el programa / Asistencia esperada de niños a la ópera, que asisten al programa <math>\times 100</math>.</p> <p>– Incremento en la formación musical, actoral y artística desde edades tempranas.</p> <p>– Asistencia real de niños que participan en el programa / asistencia esperada de niños que asisten al programa <math>\times 100</math>.</p>	<p>– Teatros de ópera y compañías.</p> <p>– Orquestas.</p>

---

## 10. Presupuesto

Los eventos del lanzamiento se pretenden llevar a cabo durante tres días (puente festivo: sábado, domingo y lunes, cada día con la misma programación).

Los elementos a tener en cuenta para la elaboración del presupuesto, tanto del primer producto de MINI-ÓPERA, así como de la organización y ejecución de su lanzamiento oficial, son:

- i. Tres (3) estands.
- ii. Pantalla verde.
- iii. Personal de apoyo (tres en total, una por stand).
- iv. Fotógrafo.
- v. Conferencista/cuentero para el público infantil.
- vi. Gafas de realidad aumentada.
- vii. Publicidad impresa.
- viii. Disfraz del conferencista (al ser una conferencia didáctica, este irá disfrazado de compositor de ópera, como se mencionó anteriormente).
- ix. Alquiler de sonido, tarima y luces.
- x. Juego.
- xi. Ingeniero de sistemas o programador.
- xii. Diseñador gráfico.
- xiii. Community mánager.
- xiv. Psicóloga infantil.
- xv. Lanzamiento en plataformas para celulares y tabletas (Android y Apple).
- xvi. Desarrollo de página web.
- xvii. Camisetas para vender tanto en el lanzamiento como en la página web.

**Tabla 5***Presupuesto primer producto: Videojuego MINI-ÓPERA*

<b>Cantidad</b>	<b>Costo</b>	<b>Valor (\$)</b>
1	Ingeniero de sistemas o programador	4.000.000
1	Ingeniero de sonido	2.000.000
1	Diseñador gráfico	3.000.000
1	Community mánager	2.500.000
1	Psicóloga infantil	2.500.000
1	Lanzamiento en plataformas para celulares y tabletas (Android y Apple)	600.000
1	Desarrollo de página web	2.000.000
<b>Total</b>		<b>16.600.000</b>

**Tabla 6***Presupuesto para el lanzamiento de MINI-ÓPERA*

<b>Ítem</b>	<b>Producto</b>	<b>Valor unitario (\$)</b>	<b>Días</b>	<b>Valor × días (\$)</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor total (\$)</b>
1	Estands	500.000	3	1.500.000	3	4.500.000
2	Pantalla verde	150.000			1	150.000
3	Personal de Apoyo	100.000	3	300.000	3	900.000
4	Fotógrafo	150.000	3	450.000	1	450.000
5	Conferencista/cuentero para el público infantil.	150.000	3	450.000	1	450.000

6	Gafas de realidad aumentada (para el stand donde se proyectarán las zarzuelas en este formato, obtenidas por el convenio con la Fundación Prolírica)	150.000			2	300.000
7	Publicidad impresa	500			100	50.000
8	Traje del conferencista	200.000			1	200.000
9	Alquiler de sonido, tarima y luces	650.000			3	1.950.000
10	Camisetas para venta al público	12.000			250	3.000.000
<b>Total</b>				9.250.000		

Para realizar el lanzamiento de MINI-ÓPERA se necesitaría un total de \$25.850.000, que cubrirían el desarrollo de actividades para llevar al público su primer producto.

Se realizará un plan de *fundraising*, planeado para recaudar el total necesario y llevar a cabo el proyecto. Este se expone en la Tabla 7.

**Tabla 7**

*Fundraising MINI-ÓPERA*

<b>Estrategias</b>
<p>– Reuniones con posibles patrocinadores. En dichas reuniones se llevará un <i>brochure</i> con todos los contenidos a exponer. Se le propondrá a cambio acceso exclusivo a nuestros productos antes de que salgan al mercado y una versión extendida de estos; así mismo, se les hará llegar cada pieza nueva de mercancía que MINI-ÓPERA saque a la venta. Se hará una exposición detallada del proyecto, con diapositivas y una muestra del borrador del juego.</p> <p>– Alianzas con casas de cultura/centros artísticos. Se les expondrá el proyecto y se buscará crear alianzas de promoción para que estas recomienden el juego a sus usuarios y nos permitan vender la mercancía de MINI-ÓPERA en sus instalaciones; a cambio podrán recibir paquetes de descuento y utilizar el juego en sus instalaciones con fines educativos.</p> <p>– Presentación del proyecto a colegios y academias que potencialmente podrían patrocinar el proyecto, a cambio de acceso a nuestros productos como parte de su formación, además de códigos de descuento para los usuarios de estos que deseen comprar la versión extendida para jugarla en su casa.</p> <p>– Participar en convocatorias del Ministerio de Cultura y del MinTIC, mencionadas más adelante.</p>

<p>– Venta del producto a entidades que trabajen con niños. Se otorgaría un descuento especial a las entidades; por ejemplo, si compran el juego para diez ordenadores, se les haría un descuento del 20 % del total.</p>
<p><b>Potenciales artistas aliados</b></p>
<p>Eduardo Escolar (tenor).</p> <p>Ana Ruge (soprano, directora de Operalite).</p> <p>Laura Mosquera (mezzosoprano inmersa en la política y la gestión cultural).</p> <p>Jaime Hernández (pianista y gestor cultural).</p> <p>Ernesto Angulo (bajo-barítono).</p> <p>Leslie Pérez-Canto (directora orquestal).</p> <p>Juanita Jaillier (psicóloga y músico con énfasis en canto).</p>
<p><b>Potenciales gestores aliados</b></p>
<p>Sebastián Palacio (gerente de Estudio Polifónico Medellín).</p> <p>Laura Velázquez (directora de Cantoalegre).</p>
<p><b>Potenciales inversores aliados (económicos)</b></p>
<p>Luis Guillermo Peláez (melómano y filántropo).</p> <p>Gisela Zivic (soprano y directora ejecutiva de la Fundación Prolírica de Antioquia).</p>
<p><b>Potenciales entidades aliadas</b></p>
<p>Estudio Polifónico de Medellín.</p> <p>Compañía Estable.</p> <p>Música de Abriles.</p> <p>Fuerza Lírica.</p> <p>Operalite.</p>

Biblored.

Unimúsica.

Cantoalegre.

Fundación Prolírica.

### **Convocatorias para participar**

– Ministerio de Cultura: <https://www.mincultura.gov.co/convocatorias/Paginas/Todas-las-convocatorias.aspx>

– Convocatoria para proyectos culturales. “Queremos profundizar en el conocimiento y evolución del arte en lo urbano en Latinoamérica y en la promoción de propuestas en las que el arte sea para todos”: <https://www.fundacionsura.com/iniciativas/convocatoria-para-proyectos-culturales-2/>

– Cultura Viva 2023: <https://www.canalinstitucional.tv/te-interesa/cultura-viva-2023-proyectos-culturales-inscribirse>

– Gestionándote. Convocatorias, subvenciones y recursos para la gestión social: <https://www.gestionandote.org/tag/arte-y-cultura/>

– Convocatoria conjunta con el Ministerio de Cultura que genera incentivos con estímulos para la creación de contenidos audiovisuales en CTel y para creaciones artísticas para la comunicación y la apropiación social de la Ciencia:

<https://minciencias.gov.co/convocatorias/mentalidad-y-cultura/estimulos-arte-y-ciencia>

**Figura 6**

*Pirámide de contribuciones*



## Conclusiones

Aunque ya existen eventos dentro de la agenda cultural nacional relacionados con la ópera, y exponencialmente crecen cada vez más, aún falta mucho acercamiento por parte del público infantil, ya que la mayoría de estos eventos no se organizan pensando en este sector poblacional, más aun teniendo en cuenta que, por lo menos en Bogotá, los eventos operísticos tienen restricción para que los menores de 12 años ingresen y participen de estos espectáculos culturales.

Por ende, aquellos proyectos que se encargan de familiarizar a las niñas y los niños con estas manifestaciones, y de llevarlas en un lenguaje que sea fácil de digerir y atractivo para este nicho poco acostumbrado a ellas, son sumamente importantes para el crecimiento de los espacios de difusión de esta forma cultural.

Desde la gestión cultural, que tiene como objetivo fomentar y ejecutar los proyectos que contribuyen a que las expresiones culturales se mantengan vigentes y se transmitan a la sociedad de una forma innovadora, este colectivo puede aportar grandes beneficios. Desde la labor de sus ponentes, como gestores culturales, se busca promover este tipo de propuestas disruptivas, explorando nuevos campos que son desconocidos para ellos, como el tecnológico, con tal de cerrar la brecha población-cultura a través del puente que ofrecen las herramientas digitales, que son globales y de gran importancia actualmente.

En este mundo globalizado, y en medio de la industria 4.0 que promueve cada vez más el uso de la tecnología y la inteligencia artificial en el día a día, es sumamente importante que este componente esté presente en los proyectos dirigidos al público infantil, más aún en los culturales y musicales; ya que, según vimos en el mencionado proyecto del MIT Media Lab, “Ópera of the

Future”, la manera de representar y componer música está evolucionando radical y rápidamente, y cada vez se presenta en formas menos convencionales.

Además, el formato disruptivo de los nuevos productos por realizar, al estar tan alejado del elitismo y la fanfarria que comúnmente se asocian a la ópera, rompe la brecha para que los y las menores de edad se sientan atraídos a este tipo de contenidos y busquen por sus propios medios acercarse mucho más a ellos.

El lanzamiento del videojuego para la formación de público constituido por niños y niñas de 4 a 12 años en ópera puede ser una estrategia efectiva para hacer que la ópera sea más accesible y atractiva para las generaciones más jóvenes. Con este se ayudará a los niños y niñas a comprender mejor este arte, sus personajes, las tramas y los elementos musicales de manera interactiva y entretenida. Además, puede ser utilizado por los docentes como herramienta educativa en las escuelas, para fomentar el interés por las diversas artes y cambiar los conceptos errados que se tienen sobre estas manifestaciones culturales, fomentando además la apreciación de la ópera. Es importante estimular el interés por las artes desde una edad temprana para que los niños y las niñas puedan desarrollar un amor y respeto por ellas, y para que sean una audiencia activa y comprometida en el futuro.

El desarrollo de la estrategia política promueve la apreciación y el gusto por este género artístico, convirtiéndose en la base para establecer un público más diverso y comprometido a largo plazo, y ofreciendo además la oportunidad de experimentar y conectarse con un mundo de expresión artística, así como el desarrollo de habilidades y talentos. Gracias a esta estrategia se lograron alianzas muy valiosas con dos entidades: Prolífica de Antioquia y Bibliored sede Suba, las cuales contribuirán enormemente al desarrollo y crecimiento de los objetivos de MINI-ÓPERA.

MINI-ÓPERA, con sus diversos productos culturales, actividades y, específicamente, con este primer desarrollo que es el videojuego, y con su respectivo lanzamiento, tiene mucho potencial para ayudar a solucionar el problema planteado y ofrecerá un aporte gigante para la formación de públicos nuevos y la preservación de la ópera durante más y más generaciones.

MINI-ÓPERA no pretende ser solamente un modelo de empresa cultural, también desea contribuir a la democratización de la cultura, al otorgar acceso gratuito a una parte del videojuego y al lanzamiento, y busca mantenerse fiel a este ideal en los siguientes productos por lanzar al mercado.

## Referencias

Asociación Cultural Más que Ópera (2023). Escuela Educa Más que Ópera.

<https://masqueopera.com/escuela/>

DC Radio (2 de diciembre de 2020).

MIT. (s.f.). *MIT Media Lab: Opera of the Future*. Obtenido de Opera of the Future:

<https://www.media.mit.edu/groups/opera-of-the-future/overview/>

Departamento Administrativo Nacional de Estadística [DANE] (2020). *Encuesta de consumo cultural (ECC). Información 2020*. <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/cultura/consumo-cultural>

Devos, T. (2006). Implicit bicultural identity among Mexican American and Asian American college students. *Cultural Diversity and Ethnic Minority Psychology*, 12, 381-402.

*Opera starts with Oh!* (s.f.). Obtenido de Opera Lafayette: <https://operalafayette.org/oswo>

*Educa Más que Ópera*. (2023). Obtenido de Más que Ópera: <https://masqueopera.com/escuela/>

UNESCO. (s.f.). *La UNESCO y la Declaración Universal de Derechos Humanos*. Obtenido de UNESCO: <https://es.unesco.org/udhr>

G.M., A. (02 de Febrero de 2022). *la historia de la ópera, el gran espectáculo de la música*.

Obtenido de National Geographic : [https://historia.nationalgeographic.com.es/a/opera-gran-espectaculo-musica\\_17580](https://historia.nationalgeographic.com.es/a/opera-gran-espectaculo-musica_17580)

*CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE COLOMBIA Art. 70*. (7 de Julio de 1991).

*Our Story - Metropolitan Opera of New York*. (s.f.). Obtenido de Metopera:

<https://www.metopera.org/about/the-met/>

¿Cuáles son los derechos culturales de los niños? (02 de Diciembre de 2020). Obtenido de Dc

Radio: <https://dcradio.participacionbogota.gov.co/noticias/cuales-son-los-derechos-culturales-de-los-ninos>

Naciones Unidas. (17 de Mayo de 2010). *Consejo Económico y Social*. Obtenido de Naciones

Unidas: <https://www.acnur.org/fileadmin/Documentos/BDL/2012/8793.pdf>

Bereson, R. (2002). *The Operatic State: Cultural Policy and the Opera House*. Reino Unido:

Routledge.

Gersema, E. (20 de Junio de 2016). *Children's brains develop faster with music training*.

Obtenido de USC NEWS: <https://news.usc.edu/102681/childrens-brains-develop-faster-with-music-training/>

*Why Music Matters*. (22 de Mayo de 2018). Obtenido de NAMM National Association of Music

Merchants: <https://www.namm.org/news/press-releases/why-music-matters>

Peery, J. C., Weiss Peery, I., & Draper, T. W. (1987). *Music and Child Development*. Nueva

York: Springer - Verlag.

Ministerio de Cultura. (s.f.). *Ley de Espectáculos Públicos Ley No. 1493 de 2011*. Obtenido de

Ministerio de Cultura República de Colombia:

[https://www.mincultura.gov.co/areas/artes/ley-de-espect%Elculos-publicos/Documents/Ley\\_1493\\_2011.pdf](https://www.mincultura.gov.co/areas/artes/ley-de-espect%Elculos-publicos/Documents/Ley_1493_2011.pdf)

Mendez, M., & Boude, O. (15 de Enero de 2021). *Revista Espacios*. Obtenido de Uso de los

videojuegos en básica primaria: una revisión sistemática:

<https://www.revistaespacios.com/a21v42n01/a21v42n01p06.pdf>

MinTIC. (s.f.). *Ley 1978 de 2019*. Obtenido de Función Pública:

<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=98210>

Mendez, M., & Boude, O. (2021). Uso de los videojuegos en básica primaria: una revisión sistemática. *Revista Espacios*, 42. Obtenido de

<https://www.revistaespacios.com/a21v42n01/a21v42n01p06.pdf>

Cuenca, M. (2015). En busca de nuevos públicos para la ópera. *Conectando Audiencias: Revista de gestión cultural, marketing y desarrollo de audiencias*(9), 16-19.

### **Bibliografía adicional**

Serrano, G. P., & De-Juanas Oliva, A. (2014). *Educación y Jóvenes en tiempos de cambio*.

Obtenido de <https://pdfcookie.com/documents/libro-educacion-y-jovenes-ylj9j1o09823>

Prado, S. S. (2005). *La ópera para niños y jóvenes en España; evolución y análisis*. Instituto complutense de CC Musicales.

---

Vo. Bo. Profesor

---

Vo. Bo. Profesor