



**Universidad del
Rosario**

**CUARTA PARED:
UNA INTERFAZ INTERACTIVA**

Autores:

Juana Valencia

Ricardo H. Giraldo

Sergio D. Soto

**Trabajo presentado como requisito para optar por el
título de Especialista en Gerencia y Gestión Cultural.**

Directores

Luis Enrique Izquierdo Reyes

Rubiela Gómez Gómez

Escuela de Ciencias Humanas

Especialización en Gerencia y Gestión Cultural

Universidad del Rosario

Bogotá - Colombia

Diciembre 20 del 2021

CUARTA PARED: UNA INTERFAZ INTERACTIVA

El proyecto de grado “Cuarta Pared” es presentado por Juana Valencia, Ricardo H. Giraldo y Sergio D. Soto bajo la tutoría de los profesores Luis Enrique Izquierdo Reyes y Rubiela Gómez, como requisito para optar al título de Especialista en Gerencia y Gestión cultural.

“No, lo importante no es la linealidad ni la no linealidad, sino el cambio, el grado de cambio de algo que no se mueve a otros eventos con tempos diferentes en particular”.
K. H. Stockhausen

“Puedes concentrarte en las cosas que son barreras o puedes concentrarte en escalar la pared o redefinir el problema”
Tim Kook

ÍNDICE

1. RESUMEN EJECUTIVO	4
2. INTRODUCCIÓN	5
3. JUSTIFICACIÓN	5
4. ANTECEDENTES	7
3.a Cien Mil Niños al Mayor/en Casa – Teatro Mayor Julio Mario Santo Domingo	8
3.b Conciertos Navideños - Coro Charito Acuña	9
3.d Festivales al Parque (Idartes)	11
3.e Filarmónica al Barrio	11
3.g EL Conciertazo	13
5. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	13
6. OBJETIVO GENERAL	14
6.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	15
7. MARCO TEORICO Y CONCEPTUAL	15
9.MARCO JURÍDICO – NORMATIVO	20
9. MODELO DE GESTIÓN	23
ESTRATEGIAS:	24
10. INDICADORES	27
12. PRESUPUESTOS	30
13. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	33
14. CONCLUSIONES	34
15. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	35

1. RESUMEN EJECUTIVO

Titulo	Cuarta Pared. Una Interfaz interactivas
Integrantes	Juana Valencia Ricardo H. Giraldo Sergio D. Soto
Descripción	El proyecto “Cuarta Pared” busca generar, una nueva forma de interacción en eventos culturales como conciertos y obras de teatro gracias al uso de nuevas herramientas tecnológicas. El piloto presentado a continuación es un nuevo formato de concierto interactivo de música de cámara colombiana, que llevará a demostrar el uso de la aplicación. A través de la transmisión virtual de un concierto en formato de cámara (cuarteto), junto con el uso de una aplicación interactiva; el público interactuará con los músicos, disfrutará y fortalecerá su conocimiento de la música tradicional colombiana. Con la app virtual se busca generar la interacción del público durante todo el concierto. Por medio de preguntas de selección múltiple, los asistentes podrán elegir elementos del repertorio, votar por tempos, velocidades, intenciones y otros elementos musicales; así como participar en trivias que enriquecen su conocimiento frente al género musical presentado. Además, la posibilidad de que el concierto sea de carácter virtual permitirá que más personas puedan asistir cumpliendo con las restricciones de bioseguridad.
Objetivo General	A través de un concierto piloto, diseñar un nuevo formato de conciertos interactivos a través de nuevas herramientas tecnológicas, enfocados en la formación de público desde una aproximación de carácter participativo de los asistentes en el desarrollo del mismo y presentados en espacios no tradicionales.
Metodología	El modelo de gestión pensado para el formato de Concierto “Cuarta Pared”, es un Modelo, basado en esta metodología Heurística que permite encontrar varias soluciones a partir de la identificación de un objetivo y un problema que puede replantearse, para luego innovar sobre el mismo y finalmente lograr generar una solución al problema planteado. Buscando en el camino reducir esas diferencias entre el problema (estado actual) y la(s) solución(es) planteadas. Y es así como los diferentes elementos que surgen en su desarrollo se van sumando exponencialmente hasta desarrollar el modelo completo.
Población Beneficiaria	Directa: Público asistente a los conciertos interactivos pueden ser virtuales o no. o no. Indirecta: : Artistas y profesionales vinculados al desarrollo de la aplicación y de los conciertos o eventos culturales que la usen.
Costo	Implementación de la APP: \$ 25.000.000 Venta de la APP: \$ 5.000.000

2. INTRODUCCIÓN

El Proyecto Cuarta Pared: Una interfaz interactiva, es un proyecto que busca la creación de una herramienta tecnológica que permita la conexión del público y el artista en escenario, en tiempo real. Para lograr llevar a cabo este proyecto, se estudian conceptos como la estética de la recepción, la formación de públicos, los no lugares; e incluso según el concierto se puede enfocar a otros proyectos como lo es la música de cámara y la música colombiana, como lo hace el concierto piloto. Adicionalmente, se analizan antecedentes e información oficial colombiana sobre consumo del arte en Colombia. Del mismo modo, se propone un modelo de gestión y se describen unos indicadores que permitan evaluar cada momento en la elaboración del proyecto. Paralelamente, se propone un presupuesto en el que se detallan todos los aspectos a tener en cuenta en el desarrollo de un concierto, sumado al desarrollo y aplicación de la interfaz.

En una segunda etapa, la App se piensa como una herramienta que se pueda modificar a cualquier tipo de concierto o incluso a un evento teatral, ajustando los parámetros necesarios para hacer uso de ella independientemente del formato en escena.

El momento en el que se plantea este proyecto, se relaciona con el aumento exponencial de la virtualidad potenciado por la pandemia Covid 19, sumado a la constante búsqueda de transformación de los actores involucrados en la producción del arte en el mundo. Proponer esta herramienta implica entender que existe una evolución en el consumo del arte a través de nuevas herramientas tecnológicas y así mismo entender que las propuestas artísticas deben ser respetuosas con los contenidos, la calidad, el valor ancestral y deben evolucionar a nuevas formas de conectarse con el mundo de hoy.

3. JUSTIFICACIÓN

El 17 de marzo de 2020, el gobierno nacional decretaba la declaratoria de emergencia económica, social y ecológica en todo el territorio nacional como consecuencia de la pandemia generada por el COVID-19, pese a que la declaratoria se planteó en principio por un mes, han pasado más de quince meses y la situación que afronta el país por las consecuencias de la pandemia son nefastas, en todos los campos.

El impacto de la pandemia en el sector cultural lo tiene sumergido en una profunda crisis que no muestra una pronta salida y que hace que el panorama sea desalentador, el 23 de marzo de 2020 la organizadora del festival Manizales Blues, Marla Castellanos, en su columna para el portal Razón pública, sentenciaba:

De acuerdo con el DANE, en 2019 el sector de la Cultura y la Economía Naranja contaba con un total de 539.933 empleados repartidos en tres grandes áreas: Artes y patrimonio (255.144 empleos), Industrias culturales (72.014 empleos) y Creaciones funcionales (212.775 empleos). Indudablemente, las áreas de Artes y Patrimonio e Industrias Culturales son las que más sufrirán por el cierre de la infraestructura cultural y la cancelación o aplazamiento de los eventos (Castellanos. 2020)

Para el segundo semestre de 2020 no solo el sector cultural enfrentaba una crisis, ya se empezaba a decantar un cambio notorio en el consumo cultural de la ciudadanía que se acostumbraba a vivir en confinamiento, los datos de consumo cultural presentadas por el DANE reflejaban las siguientes cifras:

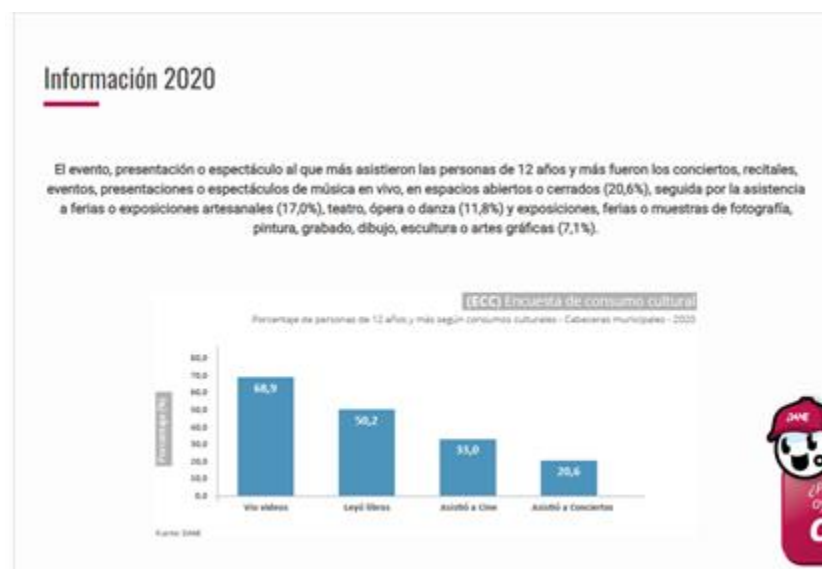


Gráfico 1. Encuesta de Consumo Cultural. Fuente: DANE 2020

<https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/cultura/consumo-cultural>

Esta encuesta arroja cifras reveladoras sobre el consumo cultural en un año atípico, que evidencia un cambio notorio en la manera en que se consume y el tipo de productos culturales que más interés despertó en la población, a continuación presentamos algunos datos relevantes de la encuesta de

consumo cultural que el DANE aplicó a más de 27.000 personas mayores de 5 años en las cabeceras municipales de todo el país:

1. La población más lectora en el territorio nacional se concentró entre los 12 y los 25 años, seguida por la población entre 26 a 40 años.
2. Los libros físicos siguen siendo los preferidos por la población de 12 años o más que sabe leer y escribir en Colombia, con cerca del 88% a comparación del 37,6% que prefieren formatos digitales.
3. El 77,6% de las personas encuestadas realizó lecturas en redes sociales como Twitter, Facebook o Instagram, 59% en correos electrónicos y el 45,6% en foros, páginas web o blogs.
4. Con respecto al porcentaje de personas de 12 años o más que hizo uso de internet en los últimos seis meses durante la pandemia en cabeceras municipales fue del 76%, la mayoría lo utilizó para escuchar, descargar o buscar música, seguido de quienes lo utilizaron para descargar o ver películas o videos, seguido a su vez por quienes vieron televisión y escucharon radio.

(Datos tomados de: La Encuesta del Consumo Cultural. DANE2020).

Sin lugar a duda, reconocer que esta nueva realidad ha llegado para quedarse, nos invita a cambiar la óptica de la actual situación y vislumbrar un mejor futuro para el quehacer cultural, en tal sentido las nuevas formas de vivir y consumir las diferentes experiencias artísticas y nuestra capacidad como gestores culturales para adoptarnos a esta nueva realidad marcarán el rumbo de esta nueva era.

En tal sentido, la combinación del contexto pandémico y la nueva realidad del consumo cultural, nos han llevado a plantear este proyecto denominado “Cuarta Pared; una ”, una experiencia musical interactiva desde el escenario de la virtualidad, adaptando diferentes estrategias de gestión cultural, producción musical y formación de público y nuevas tecnologías de la información a los escenarios de la virtualidad, a través del desarrollo e implementación de una aplicación tecnológica.

4. ANTECEDENTES

En los últimos años, en Colombia se han desarrollado programas culturales de formación de público que buscan romper con esta rigidez y separación tradicional entre el público y los artistas. Además,

desde la pandemia varios de ellos se adaptaron a la nueva realidad utilizando herramientas tecnológicas a su favor. Los siguientes son antecedentes que han desarrollado proyectos culturales que rompen con alguno de los elementos, ya sea de espacio no tradicional o de separación entre el público y los artistas, antes del 2020 y durante la pandemia.

3.a Cien Mil Niños al Mayor/en Casa – Teatro Mayor Julio Mario Santo Domingo

Este evento cultural, que surgió antes de la pandemia del COVID-19, es un programa de responsabilidad social del Teatro Mayor Julio Mario Santo Domingo que tiene como objetivo acercar y educar de manera creativa a niños y jóvenes de colegios e instituciones distritales, especialmente los de zonas menos favorecidas, sobre diferentes áreas y elementos del teatro y de una puesta en escena. Los participantes podían acceder a espectáculos variados de música sinfónica, ópera, circo, danza y teatro en todas sus diversas manifestaciones. Para el 2018 de las 20 localidades de Bogotá más de 203.781 estudiantes habían disfrutado de esta experiencia y 668 Instituciones educativas se habían vinculado a alguno de los espectáculos ofrecidos (Teatro Mayor Julio Mario Santo Domingo, 2018).

Cien Mil Niños al Mayor en Casa

Sin embargo, este programa de formación de públicos dio un giro inesperado en el 2020 tras la pandemia del COVID-19, adaptándose y convirtiéndose en Cien Mil Niños en Casa. El replanteamiento del programa lo llevó a la virtualidad con una alianza estratégica con Canal Capital y la franja Aprende en Casa que junto con los materiales didácticos que guían ahora a los padres de familia, maestros y estudiantes el evento continuó formando nuevos públicos.

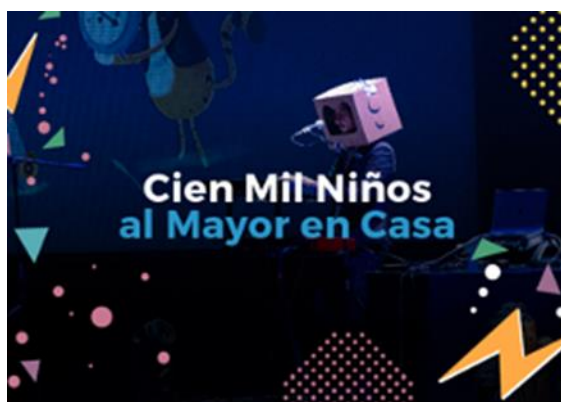


Figura 1. Afiche *Cien Mil Niños al Mayor en Casa*. 2018. Fuente: Página Oficial Teatro Mayor

Lo interesante de esta iniciativa, en ambas versiones, es el enfoque pedagógico que tiene el programa. Donde más allá de simplemente llevar los niños y jóvenes al teatro, complementan su experiencia enseñándoles sobre elementos relevantes de la producción de la obra cultural con cartillas y materiales como “Qué es un teatro”, “Qué es un programa de mano”, “Cómo crear un títere”, “Qué es un titiritero”, “Tutorial para hacer un instrumento reciclado”, entre muchos otros. La Libélula Dorada con sus espectáculos “La Rebelión de los íteres” y “Los heroes que vencieron todo menos los miedos”; Doctor Krápula con “100 mil kids con Krápula”, y “El último habitante del planeta” (que habla sobre reciclaje y el medio ambiente) son algunas de las últimas transmisiones.

3.b Conciertos Navideños - Coro Charito Acuña

El Coro Acuña liderado por Charito Acuña lleva más de 40 años haciendo conciertos navideños por Bogotá y diferentes ciudades de Colombia. Con más de 700 conciertos la mayoría en espacios no convencionales como iglesias, hospitales, colegios y lugares públicos, el coro ha interpretado más de 500 canciones entre villancicos de repertorio universal, canciones originales, y canciones de ritmos tradicionales colombianos y latinoamericanos.

Lo interesante de esta iniciativa cultural es el uso de espacios no convencionales para llegar así a diferentes audiencias. Por ejemplo, en Pasadena, Bogotá el Coro volvió una tradición presentarte en la Iglesia Santo Domingo Sabio todas las navidades para así acercase más a la comunidad y al barrio donde tienen su sede. Adicionalmente, dentro de su repertorio cuentan con canciones como “Papá Noel”, “El Rock del Pesebre”, “El Popurrí de las Burritas (Burrito Sabanero, Hacia Belén va una Burra, etc), “Se Ilumina el Cielo”, “El Hombre Granizo”, entre otras; donde el público participa de la presentación a través de una coreografía, sonidos, aplausos y otros elementos que el mismo coro les enseña durante la función, convirtiéndolos en más que espectadores. El recurso de “romper” con esa cuarta pared es utilizado frecuentemente por este coro quien explica además entre canciones educa a los asistentes sobre las canciones que escuchará.



Figura 2. Conciertos Coro Acuña. Fuente: Página Oficial Charito Acuña

3.c Conciertos Dialogados - Festival Mono Núñez

Otro proyecto relacionado con la formación de público que da un paso más y rompe con la división entre los artistas y el público son los “Conciertos Dialogados” del Festival Mono Núñez. Desde 1994, estos conciertos permiten que los artistas participantes del festival, quienes pueden ser invitados especiales de Funmúsica o participantes del Concurso de Intérpretes y Obra Inédita; utilicen escenarios alternativos al oficial (Coliseo Gerardo Arellano Becerra) para crear espacios donde establecen diálogos con el público y explican las características de su trabajo. Este evento cultural: *“es la oportunidad de ver conciertos, pero dialogados, puesto que, este evento permite la interacción permanente de los artistas con el público. La voz del artista, la recepción de los asistentes y la música andina materializada en discos y tertulias musicales son los ingredientes especiales de los conciertos dialogados que empezaron a realizarse en la edición 20° del Festival, lo cual ha sido un éxito.”* (Festival Mono Núñez, 2019).

Los intérpretes comparten aspectos relacionados con su actividad artística y dan conferencias sobre una temática en especial relacionada siempre con la música andina colombiana.



Figura 3. publicidad Festival Mono Núñez, Conciertos Dialogados. Fuente: Página Oficial Mono Núñez

Para el 2020 y 2021, al igual que muchos festivales nacionales, el Mono Núñez se adaptó a las restricciones impuestas por el pandemia y realizó la transmisión virtual del Festival en su versión 46 y 47 respectivamente, a través de diferentes plataformas y redes sociales.

3.d Festivales al Parque (Idartes)

Los programas de "Festivales al Parque" realizados por Idartes antes del 2020 son otros ejemplos de formación de público en espacios no convencionales y durante la pandemia son otro ejemplo del uso de las tecnología a favor de la cultura. En sus diferentes ediciones el evento crea un espacio en parques y zonas de acceso fácil y gratuito para todos los interesados. La sociedad bogotana ha disfrutado de versiones del festival siempre enfocados en diferentes géneros como Rock al Parque, Colombia al Parque, Salsa a Parque, Jazz al Parque y Hip Hop al Parque. Para la pandemia del 2020 , los festivales se convirtieron en el programa "Música del Parque a la Casa" en donde de manera virtual y gratuita todos los asistentes podían conectarse a más de 21 conciertos que contaron con más de 26 artistas nacionales e internacionales, en transmisiones realizadas desde el 17 de octubre de 2020 hasta enero del 2021.

3.e Filarmónica al Barrio

El proyecto Filarmónica al Barrio creado por la Orquesta Filarmónica de Bogotá (OFB) en su versión 2020 buscó nuevas alternativas para la formación de públicos dentro de una coyuntura de pandemia. Este proyecto cultural tuvo como objetivo "garantizar los derechos culturales de los ciudadanos mediante la programación de 500 conciertos en los parques de bolsillo, iglesias, centros comunitarios y espacios barriales de las 20 localidades de la ciudad" («Invitación Filarmónica al Barrio 2020», 2020). Particularmente, la OFB buscó realizar sus actividades en espacios no convencionales y acercar así al público al repertorio colombiano.



Figura 4. Afiche Filarmónica al Barrio, Conciertos Dialogados. Página Oficial Orquesta Filarmónica de Bogotá

3.f Conciertos didácticos

Desde hace varios años, tanto en Colombia como en otros países se han generado diferentes conciertos didácticos impulsados en su mayoría por universidades o instituciones filarmónicas y orquestales que buscan establecer interacciones entre los artistas y el público, en su mayoría jóvenes y niños. En ellos los intérpretes además de presentar un repertorio establecido interactúan con los asistentes explicando características e información relevante sobre las piezas que han escuchado. Ejemplos de estos eventos son el “Ciclo de conciertos didácticos” de la Universidad ICESI (Colombia); el ciclo de conciertos “*¿Qué escuchas cuando escuchas?*” organizado por la Orquesta Sinfónica de la Universidad de Cuyo (Argentina) y el Ciclo de Conciertos Didácticos para escolares de la Fundación Musical de Málaga (España). Todos estos eventos ocurren en espacios como las universidades o teatros locales y están enfocados a los públicos de esas instituciones.

Otros ejemplos internacionales son los conciertos interactivos de “Kaleidoscope: Ensemble of New York Philharmonic Teaching Artists ” de la Filarmónica de Nueva York (The New York Philharmonic, s.f.) que busca generar espacios interactivos con jóvenes de la ciudad; así como el programa “Juilliard’s Young People’s Concert” (Y.P.C.) (The Julliard School, s. f.) donde no solo se plantean conciertos de cámara o ensambles pequeños en espacios inusuales como colegios, sino que los músicos recorren los salones de los mismos antes y después de los conciertos para interactuar y responder dudas del público. En Europa iniciativas como “Give Music a Future” de la Unión Europea (European Union of Music, s. f.) busca generar encuentros participativos e interactivos entre grupos de ensambles musicales pequeños y públicos de diferentes edades.

3.g EL Conciertazo

Programa de divulgación de música clásica dirigido a los más jóvenes. Con un enfoque ameno, la música culta consigue cautivar a auditorios repletos de escuelas. Esta producción está tutelada por el compositor Fernando Argenta, presentador de "Clásicos populares" de Radio 1, que revoluciona su público con juegos y concursos al son de piezas de grandes figuras como Mozart, Offenbach o Vivaldi. Además, el programa cuenta con una Hada muy cariñosa, que reparte besos entre los niños e incluso al maestro de orquesta, dos avispas, que andan dispuestas a picar a quien se les ponga por delante y dos bailarines que dan clases de ballet. Uno de los juegos de "El concierto" es "De momento, acierta el instrumento" que consiste en identificar el instrumento que los niños escuchan. Durante el año 2000, la Orquesta Sinfónica y el Coro de RTVE colaboró con "El concierto". En el 2001, fue premiado por la "Academia de las Ciencias y Artes de la Televisión de España" como mejor programa. (Tvalacarta.info, 2021)

5. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La pandemia del COVID-19 ha llevado a la humanidad a replantearse muchas formas de realizar actividades, entre ellas las actividades culturales. Los conciertos masivos presenciales dejaron de ser una realidad y no los serán por varios años. Esta situación llevó a que durante meses los derechos culturales de los colombianos pasaran a un segundo plano, casi inexistente, al ser priorizados otros elementos como la seguridad sanitaria.

Adicionalmente a esto, en materia de formación de públicos hace varios años se busca innovar y generar nuevas formas de garantizar la participación, el acceso y la educación cultural para todos los interesados.

Desde estas dos problemáticas surge el proyecto "Cuarta Pared: Una interfaz interactiva" el cual busca, gracias al uso de herramientas tecnológicas, generar un nuevo formato de concierto. A través de la transmisión virtual de un concierto en formato de cámara (cuarteto), junto con el uso de una aplicación interactiva; el público disfrutará y fortalecerá su conocimiento de la música tradicional colombiana. Con la app virtual se busca generar la interacción del público durante todo el concierto. Por medio de preguntas de selección múltiple, los asistentes podrán elegir elementos del repertorio, votar por tempos, velocidades, intenciones y otros elementos musicales; así como participar en

trivias que enriquecen su conocimiento frente al género musical presentado. Además, el carácter virtual del concierto permitirá que más personas puedan asistir cumpliendo con las restricciones de bioseguridad.

Durante la preproducción, los organizadores junto con el coordinador musical elegirán a los cuatro intérpretes con quienes dialogarán y acordarán un repertorio de varios géneros representativos de las regiones del país. Lo ensayarán y crearán las preguntas interactivas que establecerán las diferentes interacciones que se realizarán durante el concierto.

Luego, durante el evento, será el público el que decidirá cuál género preferirá conocer y profundizar según sus preferencias, y en el transcurso de la hora del concierto, interactuará con los músicos y la música a través de la aplicación Cuarta Pared.

El resultado final de este evento será generar un nuevo espacio dentro de la “nueva realidad” que estableció el COVID-19, donde se prioriza la interacción entre los tres actores principales: el público, los intérpretes y la música tradicional colombiana. Mostrando así, cómo la virtualidad y la tecnología, permitirán romper la cuarta pared que tradicionalmente, en un escenario teatral u orquestal, divide al público de los artistas.

6. OBJETIVO GENERAL

A través de un concierto piloto, diseñar un nuevo formato de conciertos interactivos a través del uso de nuevas herramientas tecnológicas, enfocados en la formación de público desde una aproximación de carácter participativo de los asistentes en el desarrollo del mismo y presentados en espacios no tradicionales.

6.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Objetivos específicos:

- A) Diseñar un formato de concierto que incluya la participación de los tres actores involucrados: artistas, público y repertorio a través de una app.
- B) Adecuar repertorios del concierto, en este caso música tradicional colombiana en formatos de cámara, dirigidos a formatos pedagógicos que involucren la interacción con una plataforma de streaming “Cuarta Pared”.
- C) Utilizar los canales virtuales como plataformas de emisión de conciertos de cámara y el uso de una aplicación “cuarta pared” que permita mayor interacción y cobertura de los conciertos propuestos.

7. MARCO TEORICO Y CONCEPTUAL

En este trabajo abordaremos temas relacionados con la formación de público, la definición del arte, el valor de la obra artística como comunicación, las nuevas tecnologías, el streaming, la existencia de la cuarta pared en el escenario, la estética de la recepción, los no lugares, la música académica occidental, la música tradicional colombiana, la música de cámara, la gestión y la gerencia cultural.

Definición del arte:

A mediados del siglo XIX el escritor, sociólogo y librepensador inglés John Ruskin, decía “El arte es expresión de la sociedad”, una postura que puede ser la puerta de entrada a la comprensión del fenómeno artístico. La expresión no se limita estrictamente a las palabras, podemos incluir en ella signos externos que reflejen una idea, un pensamiento o un sentimiento. En ese sentido, la sociedad ha encontrado maneras de expresarse a través de símbolos y a estos son los que llamamos arte. En contraparte a esta posición el filósofo y crítico de arte italiano Dino Formaggio, decía a mediados del siglo XX “Arte es todo aquello que los hombres llaman arte”, una posición que le desconoce el valor expresivo a través de la técnica de una obra artística. Con esta posición, Formaggio quiere resaltar la flexibilidad en términos de calidad y apreciación que se ha tenido sobre el arte en el último siglo. Del mismo modo Marcel Duchamp pintor dadaísta contemporáneo a Formaggio decía “El arte es la idea” resaltando el concepto por encima de la técnica en la creación artística, reconociendo el valor de lo coyuntural y fugaz en las obras. Independientemente de la posición en

la queramos partir para definir el arte, la expresión, la técnica, la belleza y la temporalidad son asuntos que debemos tener en cuenta.

Etimológicamente, la palabra arte procede del latín *ars, artis* y se refiere a una obra o trabajo que expresa mucha creatividad, y del griego *τέχνη (téchne)*, que significa «técnica». De ahí que fuera usada en la antigüedad para referirse también a oficios como la herrería, además de las disciplinas como la poesía, la pintura o la música. (Faican, 2020). De este modo, el arte en su definición más primitiva contempla la técnica y la expresiva como valores principales.

Por consiguiente, el arte es toda forma de expresión de carácter creativo que poseen los seres humanos. Es la capacidad que tiene el hombre para representar sus sentimientos, emociones y percepciones acerca de sus vivencias y el entorno que lo rodea. (Raffino, 2020)

Seguidamente existe otro elemento que debemos tener en cuenta para nuestra definición de arte, incluyendo el hecho de que el arte intenta mostrar ideas y puntos de vista, donde el creador de las obras tiene el propósito de mostrar su obra, que expresa su necesidad de contribuir al desarrollo social y personal, para que sea admirada por sus semejantes (Tipos de arte, 2020), es decir, la transformación social se evidencia como un objetivo desde el momento de la creación misma.

En sentido estricto el arte necesita de un sentido estético, para diferenciarse de la técnica, que sería el sentido amplio y primitivo de la palabra arte. Podemos poner como ejemplo para entenderlo mejor a una persona que realiza un invento que sea útil, seguro, y confortable, será un buen técnico, pero para que sea una obra artística esa creación debe ser bella. Por eso decimos que tiene que tener un sentido estético, el arte tiene que expresar belleza, a través de la pintura, la música, la poesía, el baile, etc, y expresar sentimientos humanos de alegría, tristeza, preocupación, asombro, duda, etcétera, que se materializa en creaciones que plasman la realidad o la distorsionan de una forma consciente. El arte no solo cumple la misión de exteriorizar los sentimientos de su creador, sino que en muchos casos contribuye al cambio social, a través de denuncias y críticas sociales (Tipos de arte, 2020).

El valor de la obra artística en tanto comunicación:

Pueden ser muchas y distintas, las formas en las que se concibe y se describe el arte y las creaciones artísticas en la sociedad, así tenemos la visión que lo plantea como una forma de lenguaje, como un acto de comunicación del ser; otro punto de vista propone la obra de arte como un objeto creado con la única intención de generar efectos estéticos, vinculados con lo bello y lo placentero; y una

tercera forma que lo concibe como un acto significativo, que además de comunicar, transmite emociones valiéndose de la imagen, la música, la palabra, etc. (Pares, 2011). Ya sea como comunicación, contemplación o emoción, es válido preguntarnos al momento de hacer o recibir arte, si existe algo un mensaje adicional que quiere ser transmitido.

Estética de la recepción:

La Estética de la Recepción (cuyo objeto es la relación entre texto y lector) tuvo su bautismo en la Universidad Alemana de Constanza en 1967 cuando Hans Robert Jauss dictó su lección inaugural La historia literaria como desafío a la ciencia literaria. También se consideran textos fundacionales de esta escuela los ensayos Para una historia literaria del lector, de Harald Weinrich y La estructura apelativa del texto, de Wolfgang Iser, escritos contemporáneamente. Su punto de partida fue la hermenéutica filosófica elaborada por Hans-Georg Gadamer en 1961, según la cual la relación entre texto y lector obedece a una lógica de preguntas y respuestas por la cual solo sería posible percibir en el texto aquello que tiene que ver con uno mismo: como respuesta a una pregunta previa esta respuesta nunca es plenamente satisfactoria. El texto a su vez plantea nuevas preguntas para las cuales el lector debe encontrar nuevas respuestas. Mediante este funcionamiento dialéctico se construye el denominado “círculo hermenéutico” (Broitman, 2015). En este sentido la estética de la recepción nos plantea un escenario en el que el receptor o público actúa como un elemento activo de la obra artística, resignificando su mensaje y generando mayor apropiación de contenido propuesto.

Formación de público:

La apreciación de las artes no es un proceso que nace de la noche a la mañana, implica un aprendizaje continuo que se desarrolla, si se comienza a temprana edad. La variedad de experiencias tiene beneficios en el desarrollo social, cognitivo, sensorial y emocional de una persona.

La formación de públicos es una estrategia que tiene como objetivo cultivar el interés y fomentar la demanda de las artes. Más allá de generar espectadores a futuro, lo que busca es contribuir con una

formación ciudadana, mucho más sensible y abierta a la apreciación de diversas manifestaciones culturales.

Para desarrollar una adecuada formación, se debe entender a quiénes van dirigidas cada actividad. Una vez comprendido este punto, se evalúa las mejores formas de llegar a esas audiencias. Seducirlas, es la clave (Huerta, 2018). Así mismo, es valioso replicar el valor comunicativo que contiene “lo simbólico en el arte”, este valor anima al público a querer percibir mensaje codificado en la obra artística.

Los no-lugares:

El “no-lugar” es un término acuñado por el antropólogo francés, Marc Augé, para describir aquellos lugares de transitoriedad que no tienen suficiente importancia para ser considerados como “lugares”.

En su teoría, son lugares antropológicos, los históricos o los vitales, así como aquellos otros espacios en los que nos relacionamos en nuestra humanidad. Un “no-lugar” es una autopista, una habitación de hotel, un aeropuerto, un centro comercial, un supermercado o un computador. Para Augé, estos son espacios circunstanciales, casi exclusivamente definidos por el pasar de individuos. No personalizan ni aportan a la identidad porque no es fácil interiorizar sus componentes.

“Hay una nueva forma de sociabilidad que se está haciendo en ese centro comercial que, pese a que a uno no le guste y lo considere placebos del espacio público, la gente busca en ese lugar un espacio seguro, “aséptico”, ordenado y no le importa el ruido o la contaminación auditiva tan alta. Entonces es un hecho completamente contradictorio, pero es un hecho de la contemporaneidad” (La network, 2021).

En este sentido, el no-lugar virtual gana un terreno importante bajo las condiciones de la pandemia COVID 19, ya que lo físico se trasladó a lo virtual, adjudicando forzosamente características espaciales a escenarios no físicos. Esto conlleva a reacomodar los conceptos de comunicación en términos artísticos.

La cuarta pared hace referencia a la **“separación” invisible entre el público y los actores en el escenario**. Es una convención que supone que estamos viendo la obra a través de una “pared” transparente (e inexistente) que impide la interacción entre espectadores y actores. En la televisión, esa cuarta pared es realmente una barrera física porque, evidentemente, la pantalla no se puede

atravesar. Sin embargo, del mismo modo que, a veces, en el teatro se rompe la cuarta pared cuando los actores se dirigen directamente al público, en la televisión también ocurre cuando alguien habla a la cámara dirigiéndose a los espectadores (Such, 2010). Esta ruptura de esta franja invisible invita al espectador a participar ya que se siente señalado o cuestionado directamente.

Tanto en teatro como en televisión, las experiencias de cuarta pared, es su mayoría se limitan a dirigirse al público de una manera directa, sin la pretensión de una respuesta. En la propuesta de este trabajo, la intención es mucho más ambiciosa, ya que la intención es involucrar al público de una manera activa haciendo parte del contenido artístico.

La Música de Cámara:

La **música de cámara** hace referencia a aquellas obras diseñadas para ser escuchadas en una pequeña habitación, en lugar de una gran sala de concierto. Tiene su origen durante la época del renacimiento, en el siglo XVII bajo el reinado del Rey Francisco I que obligaba a los músicos a tocar dentro de su habitación, los denominados “*Chantres del chambre*”.

“Por tanto, se trata de música realizada por un pequeño reducido grupo de músicos, nunca más de nueve, y que se combinaban mezclando las familias de viento, cuerda o percusión. Aunque la música de cámara tiene su origen en el renacimiento, su estilo fue heredado por la mayoría de compositores posteriores, como Mozart y Beethoven, y llevado a su máxima expresión y calidad de la mano de Brahms, en el siglo XIX.” (Fuente: <https://tiposdemusica.com/musica-camara/>)

Hay tres elementos principales que caracterizan a las obras de cámara: No hay director y los músicos se sitúan mirándose entre ellos para coordinarse. Cada músico toca una parte diferente de la obra. No se considera música de cámara aquella que está escrita para un solo músico o instrumento (Musicinstantanea, 2020).

Partiendo de las recomendaciones de distanciamiento social y aislamiento impartidas por la OMS, los conciertos en gran formato como orquestas se ven limitados tanto en su configuración interna artística, como en la posibilidad de reunir grandes públicos. Bajo esta circunstancia, el formato de cámara toma un protagonismo inesperado, ya que logísticamente tanto para los artistas como el público, se ven beneficiados en el propósito de seguir las recomendaciones de la OMS.

La música tradicional colombiana:

La música tradicional colombiana nace de la mezcla de los ritmos europeos, africanos, indígenas y populares, y contempla un sin número de ritmos según las regiones y procesos históricos de nuestro país. Su carga cultural es invaluable y hoy muchas comunidades aún se mantienen fieles a sus prácticas musicales (*Centro de Investigación y Educación Popular, CINEP / Programa por la paz, s. f.*). Colombia es un país muy diverso culturalmente, la geografía aumenta las diferencias culturales generando cientos de géneros musicales por regiones. Algunos géneros han evolucionado a formas más modernas con la intervención de la tecnología y con la intención de aumentar su comercialización, no necesariamente en ese orden.

Es la aplicación de este trabajo, la intención es mostrar algunos de los géneros de música folclórica tradicional colombiana, evidenciar su belleza y su complejidad, como también contar su historia.

Gestión y gerencia cultural. Concierto “Cuarta pared” formación de público.

En el ejercicio de la especialización en Gerencia y Gestión cultural, se plantea un proyecto llamado **“Cuarta Pared: una interfaz interactiva”**, con intención pedagógica de formación de públicos. La novedad del proyecto radica en la utilización de una plataforma virtual tipo APP que al combinarse con un servicio de streaming o incluso con un evento en vivo según el contexto se puedan generar una interacción en vivo entre el público y los artistas.

El proyecto piloto con el que se desarrolla la App, se plantea como un concierto de música de cámara interpretando música tradicional del folclor colombiano.

9.MARCO JURÍDICO – NORMATIVO

El marco normativo que regula la cultura y la producción de conciertos virtuales en Colombia está compuesta por diferentes artículos y leyes con un orden jerárquico establecido y apoyado por decretos e instrumentos de la rama ejecutiva. Iniciando con el establecimiento de la cultura como derecho fundamental y desde ahí planteando los lineamientos para el fomento y el desarrollo de todas las ramas de la cultura.

En orden jerárquica es la Constitución Política del 91 la que establece la base del marco jurídico.

Constitución Política de Colombia (1991). La constitución cuenta con una serie de artículos que imponen la cultura como derecho fundamental de todos los colombianos, así como también cuenta con otros que establecen el compromiso del Estado colombiano para el fomento de diferentes actividades de interés nacional enfocadas al desarrollo, entre las que se encuentran. Los principales artículos sobre cultura de la Constitución son los 70, 71 y 72 que la establece como un derecho cultural:

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. Art 70.)

En el siguiente cuadro se evidencian todos los artículos de la Constitución que establecen los Derechos culturales en Colombia y rigen cualquier evento cultural que se realice en el país:

DERECHOS CULTURALES	ARTÍCULOS DE LA CONSTITUCIÓN
Identidad, diversidad y participación equitativa de las comunidades.	2º y 7º, 10 y 68, 63, 176, 246, 310, 330 y 357, y Transitorio 55.
Comunicaciones, libertad de expresión y espectro electromagnético.	20, 73, 64 y 75.
Autor y propiedad intelectual.	61y 150 numeral 24.
Formación, investigación, cátedra y capacitación.	27, 67, 68, 70 y 71.
Fomento a la creación y a la investigación en ciencia, tecnología y cultura	70, 71, 339 y 355.
Derechos y deberes sobre el patrimonio cultural	8º y 95, numeral 8º 63, 72 y 333.
Descentralización y participación	1º, 40, 103, 287, 288 y 342.

Gráfico 2. Los derechos culturales en la Constitución Política colombiana de 1991. Tomado de *La Ley General de la Cultura desarrollo de la Constitución de 1991 en Arte y Punto* (2006) p.53-66 por Luis Alberto Sanabria Acevedo.

A partir de la Constitución, fue la **Ley 397 de 1997 (Ley General de Cultura)** la que establece el marco legal del desarrollo de las actividades culturales en el país a través de sus cuatro títulos:

El primero, para desarrollar los principios fundamentales y definir el concepto de cultura y el papel del Estado en relación con ella; el segundo está dedicado al patrimonio cultural de la nación; el tercero se refiere al fomento a la actividad cultural, y el último se encarga de la institucionalidad nacional encabezada por el Ministerio de Cultura y de su relación con todos los agentes e instituciones que conforman el sector, unidos en el Sistema Nacional de Cultura que se rige por los principios de la descentralización, la autonomía territorial y la participación, tal como explicaré más adelante. (Sanabria. 2006. P.58)

Hasta el momento el evento es de iniciativa privada; sin embargo, en caso de ser apoyado por entidades públicas el Artículo 26 de la Ley general de Cultura es pertinente para establecer el compromiso y apoyo del Estado y sus organismos descentralizados para apoyar la cultura a través de convenios con organizaciones sin ánimo de lucro:

De los convenios. El Ministerio de Cultura orientará y apoyará a las gobernaciones, las alcaldías municipales y distritales y a los cabildos indígenas en la realización de convenios con instituciones culturales sin ánimo de lucro que fomenten el arte y la cultura, con el objeto de rescatar, defender y promover el talento nacional, democratizar el acceso de las personas a los bienes, servicios y manifestaciones de la cultura y el arte con énfasis en el público infantil y juvenil, tercera edad y discapacitados físicos, psíquicos y sensoriales; así como consolidará las instituciones culturales y contribuirá a profundizar su relación interactuante con la comunidad. (Ley 397, 1997, Art. 26.)

Al ser el concierto un espectáculo público, se regirá bajo la **Ley 1493 de 2011, conocida como la Ley de Espectáculos**, que como lo estipula su Artículo 2, tiene como objetivo es “reconocer, formalizar, fomentar y regular la industria del espectáculo público de las artes escénicas; así como democratizar la producción e innovación local, diversificar la oferta de bienes y servicios, ampliar su acceso a una mayor población, aumentar la competitividad y la generación de flujos económicos (...)” (Ley 1493 2011, Art. 2). En ella se establecen todas las condiciones para la realización de espectáculos culturales.

Paralelamente, otra ley relevante es la **Ley 23 de 1982 conocida como la Ley de Derechos de Autor**. Sobre la cual se establecen los derechos de los autores de las canciones que se usarán en el

repertorio del concierto. Para las actividades virtuales que no cuenten con una tarifa o boleta de ingreso, Sayco estableció el cobro de medio salario mínimo por cada mil personas conectadas. (Vita. 2020)

Otras herramientas relevantes para el desarrollo cultural y la realización del evento, que no son legislativas sino ejecutivas es El Plan Decenal De Cultura realizado por el Ministerio de Cultura que establece una ruta de trabajo a nivel nacional frente a los objetivos de la cultura.

En cuanto a la pandemia la **Resolución 666 de 2020** del Ministerio de Salud y Protección Social estableció el protocolo general de bioseguridad para mitigar, controlar y realizar adecuado manejo de la pandemia por COVID-19. Limitando los eventos masivos, especialmente en lugares cerrados.

8. METODOLOGÍA

El modelo de gestión pensado para el formato de Concierto “Cuarta Pared”, es un Modelo, basado en esta metodología Heurística que permite encontrar varias soluciones a partir de la identificación de un objetivo y un problema que puede replantearse, para luego innovar sobre el mismo y finalmente lograr generar una solución al problema planteado. Buscando en el camino reducir esas diferencias entre el problema (estado actual) y la(s) solución(es) planteadas. Y es así como los diferentes elementos que surgen en su desarrollo se van sumando exponencialmente hasta desarrollar el modelo completo.

9. MODELO DE GESTIÓN

El Modelo de Gestión del Concierto Virtual e Interactivo Cuarta Pared (ver gráfico #3 líneas abajo) se basa en la Metodología Heurística y se gestiona a través de la interconexión de las diferentes estrategias que como notas musicales tiene una duración diferente pero que ordenadas y ligadas forman la melodía de la Cuarta Pared. En el pentagrama líneas abajo se evidencian las tres Estrategias de mayor duración y que le dan el primer tono al proyecto: la Estrategia Musical, la Artística y la Tecnológica. Luego, resuenan otras que las acompañan como la E. Social y la E.

Educativa para que luego suene la Estrategia de Comunicación. Además, todas las estrategias están ligadas por la E. Financiera que las une y permite su ejecución.

E =Estrategia

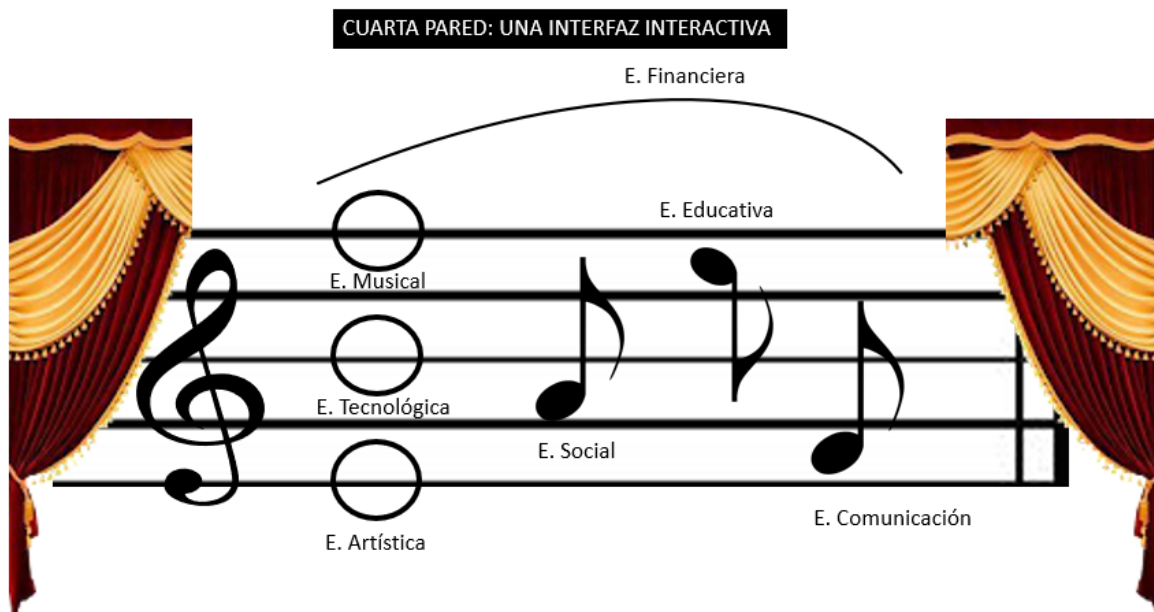


Gráfico 3. Modelo de Gestión proyecto Cuarta Pared – Elaboración Propia.

ESTRATEGIAS:

Las estrategias responden a los siguientes objetivos específicos:

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- A) Diseñar un formato de concierto que incluya la participación de los tres actores involucrados: artistas, público y repertorio a través de una app.
- B) Adecuar repertorios del concierto, en este caso música tradicional colombiana en formatos de cámara, dirigidos a formatos pedagógicos que involucren la interacción con una plataforma de streaming “Cuarta Pared”.
- C) Utilizar los canales virtuales como plataformas de emisión de conciertos de cámara y el uso de una aplicación “cuarta pared” que permita mayor interacción y cobertura de los conciertos propuestos.

ESTRATEGIAS	OBJETIVO ESPECÍFICO	DESCRIPCIÓN ESTRATEGIA
Estrategia Artística	OBJETIVO ESPECÍFICO A	Acercar del arte, más específicamente de la música al público a través de nuevas alternativas de interacción e intervención artística que mezclen los elementos musicales (elementos del artista) con la posibilidad de intervenir artísticamente (elemento del público) durante la realización del concierto, a través de la app Cuarta Pared.
Estrategia Musical	OBJETIVO ESPECÍFICO A Y B	Modificación del repertorio de cada concierto para la generación de espacios para la intervención artística, en tiempo real, usando conceptos y características de la teoría musical (como velocidad, altura, timbre, melodía, armonía etc.).
Estrategia Tecnológica	OBJETIVO ESPECÍFICO A, B Y C	<p>Desarrollo de un concierto de música en espacios no convencionales, usando plataformas de streaming en vivo y en directo y la aplicación “Cuarta Pared” para que los asistentes participen, voten e interactúen con el desarrollo del concierto.</p> <p>De esta forma la tecnología rompe con las limitantes creadas por la pandemia, así como con el distanciamiento tradicional que ha existido entre los músicos/repertorio y el público asistente.</p>
		Consecución de recursos para financiamiento inicial para el desarrollo de una aplicación, del repertorio y del concierto, a través de convocatorias o portafolios de estímulos presentados por el gobierno.

Estrategia Financiera y Gerencial	OBJETIVO ESPECÍFICO A, B Y C	<p>Una vez desarrollada la aplicación, el costo disminuirá y se podrá vender el concepto del concierto a otras instituciones y entidades privadas que puedan interesarle su carácter innovador, virtual, social y educativo.</p>
Estrategia de Comunicación	OBJETIVO ESPECÍFICO A, B Y C	<p>Creación de piezas de divulgación virtuales sencillas o con la posibilidad de tener interacciones tales como imágenes (afiche), reels, videos, stories (Instagram), videos de Tiktok, grupo/eventos de Facebook y correos electrónicos con invitaciones y explicaciones del evento, aprovechando el carácter tecnológico del concierto ampliando y fortaleciendo la comunicación virtual en las redes sociales.</p> <p>Dentro de la misma aplicación, se creará una pestaña específica donde se informará a los asistentes sobre el objetivo, misión, visión del evento.</p>
Estrategia Educativa	OBJETIVO ESPECÍFICO A, B Y C	<p>Enseñanza y acercamiento de los asistentes a los elementos musicales y características de la música en la que se centre el evento, a través del concierto virtual en el que aprenderán no solo la teoría sino el efecto real y práctico que tienen esas variables dentro de la música.</p>
Estrategia Social	OBJETIVO ESPECÍFICO A, B Y C	<p>Permitir el acceso virtual de grupos de personas para que participen en este tipo de conciertos votando de manera conjunta, a través de un aparato tecnológico, teniendo en cuenta que una parte de la sociedad colombiana, en un contexto tradicional, no tiene los medios para acceder ni intervenir en este tipo de conciertos.</p>

10. INDICADORES

Teniendo en cuenta que los objetivos específicos son:

- A) Diseñar un formato de concierto que incluya la participación de los tres actores involucrados: artistas, público y repertorio a través de una app.
- B) Adecuar repertorios del concierto, en este caso música tradicional colombiana en formatos de cámara, dirigidos a formatos pedagógicos que involucren la interacción con una plataforma de streaming “Cuarta Pared”.
- C) Utilizar los canales virtuales como plataformas de emisión de conciertos de cámara y el uso de una aplicación “cuarta pared” que permita mayor interacción y cobertura de los conciertos propuestos.

Se han desarrollado los siguientes indicadores que se implementarán gracias a una encuesta que tendrá la aplicación al final de cada transmisión, cada uno responde a uno de los objetivos específicos:

1. **Generar mayor conexión entre el artista y el público, reponiendo la cuarta pared a través de la implementación de la aplicación Cuarta Pared.**

1.a – Indicador de Resultado: Uso de la APP durante el concierto

$$\frac{\text{\# de personas asistentes que usaron la App durante el concierto}}{\text{\# de personas que se espera utilicen la App durante el concierto}} \times 100$$

1.b Indicador de Calidad: Calificación de la experiencia en el uso de la aplicación en: Buena, regular o mala.

$$\frac{\text{\# de personas que calificaron la prueba como BUENA*}}{\text{\# de personas esperadas que calificaran la prueba como BUENA*}} \times 100$$

*Reemplazar Buena por Regular o mala en cada caso.

1.c – Indicador de Calidad: Satisfacción de los asistentes respecto a la conexión con el contenido artístico del concierto a través del uso de la aplicación en: muy satisfecho, satisfecho o poco satisfecho.

$$\frac{\text{\# número de personas que calificaron la prueba como SATISFECHO*}}{\text{\# de personas esperadas que calificaran la prueba como SATISFECHO*}} \times 100$$

*Reemplazar Buena por Muy Satisfecho o Poco Satisfecho en cada caso.

2. Estimular el interés del público sobre el contenido artístico de un concierto programado a través de la aplicación.

2.a – Indicador de Resultado: Cuántas personas asistentes al concierto manifestaron interés (calificaron como interesante o no) el contenido artístico del concierto al usar la App.

$$\frac{\text{\# de personas que calificaron el contenido como INTERESANTE*}}{\text{\# de personas esperadas que calificaran el contenido como INTERESANTE*}} \times 100$$

2.b – Indicador de Calidad: Nivel de interés generado a través del uso de la aplicación en: muy interesante, normal, poco interesante.

$$\frac{\text{\# de personas que calificaron el contenido como NORMAL*}}{\text{\# de personas esperadas que calificaran el contenido como NORMAL*}} \times 100$$

* Reemplazar Normal por Muy Interesante o Poco Interesante.

2.c – Indicador de Calidad: Calidad del repertorio temático presentado a través de la app durante el concierto en: alta, media o baja.

$$\frac{\text{\# de personas que calificaron como ALTA* la calidad del repertorio}}{\text{\# de personas esperadas que calificaran como ALTA* la calidad del repertorio}} \times 100$$

* Reemplazar Alta por Media o Alta.

3. Generar nuevas herramientas y estrategias tecnológicas en el ámbito tradicional de conciertos de cámara.

3.a – Indicador de Resultado: Comparación entre número de personas que usaron la app vs. Las que estaban conectadas al streaming.

$$\frac{\text{\# de personas que participaron a través de la App durante el concierto}}{\text{\# de personas que se conectaron al streaming del concierto}} \times 100$$

3.b – Indicador de Calidad: Calidad en el diseño de la aplicación en términos de facilidad/claridad al momento de ser usada: Muy Fácil, Fácil o Muy Difícil

$$\frac{\text{\# de personas que calificaron la App como FÁCIL* de usar}}{\text{\# de personas esperadas que califiquen la App como FÁCIL de usar}} \times 100$$

* Reemplazar Fácil por Muy Fácil o Muy Difícil.

3.c– Indicador de Resultado: Cantidad de personas que consideran la App “cuarta pared” como herramienta innovadora útil durante los conciertos.

$$\frac{\text{\# de personas que calificaron la App “cuarta pared” como herramienta innovadora útil durante el concierto.}}{\text{\# de personas esperadas que calificaron la App “cuarta pared” como herramienta innovadora útil durante el concierto.}} \times 100$$

12. PRESUPUESTOS

.Piloto concierto interactivo:

TABLA DE PRESUPUESTO - CUARTA PARED CONCIERTO PILOTO					
ITEM/DESCRIPCION	UNIDAD	VALOR UNITARIO	DURACIÓN	COMENTARIO	VALOR TOTAL
I.COSTOS DIRECTOS					
1.1. Coordinador Musical	1	\$800,000	Ensayos: discreción del Coordinador y los músicos Repertorio	Encargado de la coordinación del repertorio con los músicos	\$800,000
1.2Músicos (instrumento + repertorio)	4	\$1,000,000	Ensayos:discreción del Coordinador y los músicos Concierto: 4 horas (2 de tech + 1 de concierto + 1 extra)	Músico + insturmento durante Ensayos y Concierto	\$4,000,000
1.3 Realizador Audiovisual	1	\$400,000	Concierto: 4 horas (2 de tech + 1 de concierto + 1 extra)	Concierto	\$400,000
1.4 Ingeniero de Sonido	1	\$400,000	Concierto: 4 horas (2 de tech + 1 de concierto + 1 extra)	Concierto	\$400,000
2. Derechos de Autor (Sayco)	10	\$400,000	Concierto: 4 horas (2 de tech + 1 de concierto + 1 extra) El valor final está sujeto a la cantidad de visualizaciones que tenga el concierto una vez finalizado, según las tarifas establecidas por Sayco	Concierto	\$400,000
3. Diseñadores y Gestores del proyecto	3	\$3,500,000	Todo el tiempo menos ensayos	Creación, diseño, gestión y producción	\$10,500,000
4.1 Equipo de sonido (Global)		\$400,000	Valor por hora del alquiler de los elementos enlistados bajo equipo de sonido y	Alquiler del espacio viene con equipos	\$1,600,000
Micrófonos	4				

Interfaz	1		alquiler de espacio. Concierto: 4 horas (2 de tech + 1 de concierto + 1 extra)		
Retornos	2				
4.2 Alquiler del Espacio					
Espacio	1				
Sillas	4				
Atriles	4				
5.1 Equipo de transmisión audiovisual : Cámara y Luces		\$400,000	Valor por hora Realizador audiovisual alquila los equipos Concierto: 4 horas (2 de tech + 1 de concierto + 1 extra)	Concierto	\$400,000
Cámara	1				
Luces	2-4				
6.1 Aplicación	1	\$3,000,000	Concierto + futuros usos	Concierto	\$3,000,000
6.2 Plataforma (Twitch o Facebook)	1	\$500,000	Uso durante 2 horas del tech (ensayo previo) + 1 hora del concierto	Concierto	\$500,000
6.3 Soft Ward de Streaming	1			Concierto	
7.1 Bioseguridad PCR	8	\$200,000	Previo al concierto: PCR. Durante el concierto: Antibacterial, máscaras, etc	Concierto	\$1,600,000
8.1 Publicidad (Diseño logo y publicidad, Redes Sociales, etc)	-	\$500,000	Previo al concierto	Pre-Concierto	\$500,000
8.1 Refrigerio	9	\$10,000	Previo al concierto	Concierto	\$90,000
9.1 Imprevistos	-	\$810,000	-	-	\$810,000
TOTAL					\$25,000,000

*Ensayos: La cantidad y coordinación de los ensayos están a cargo de los músicos y el coordinador musical. Se hará una muestra final a los gestores a través de zoom antes del día del concierto.

TABLA DE PRESUPUESTO - CUARTA PARED CONCIERTO VENTA

ITEM/DESCRIPCION	UNIDAD	VALOR UNITARIO	DURACIÓN	COMENTARIO	VALOR TOTAL
I.COSTOS DIRECTOS					
1.1 Realizador Audiovisual	1	\$400,000	Concierto: 4 horas (2 de tech + 1 de concierto + 1 extra)	Concierto	\$400,000
1.2 Ingeniero de Sonido	1	\$400,000	Concierto: 4 horas (2 de tech + 1 de concierto + 1 extra)	Concierto	\$400,000
2. Derechos de Autor (Sayco)	10	\$400,000*	Concierto: 4 horas (2 de tech + 1 de concierto + 1 extra) *El valor final está sujeto a la cantidad de visualizaciones que tenga el concierto una vez finalizado, según las tarifas establecidas por Sayco	Concierto	\$400,000
3.1 Aplicación	1	\$3,300,000	Concierto + futuros usos+ Hosting y dominio por un año	Concierto	\$3,300,000
3.2 Plataforma (Twitch o Facebook)	1	\$500,000	Uso durante 2 horas del tech (ensayo previo) + 1 hora del concierto	Concierto	\$500,000
3.3 Soft Ward de Streaming	1			Concierto	
TOTAL					\$5,000,000

13. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

CUARTA PARED, CONCIERTO VIRTUAL E INTERACTIVO									
ACTIVIDAD	INVOLUCRADOS	S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8
1. Preproducción									
Elección músicos del cuarteto	Coordinador Musical Gestores								
Elección repertorio y preguntas interactivas	Músicos Coordinador Musical								
Ensayos	Gestores (en ciertos ensayos)								
Desarrollo APP	Gestores								
2. Evento/Producción									
Ensayo Técnico (2 horas antes del concierto)	Músicos Ingeniero de Sonido Técnico Audiovisual Gestores								
Concierto virtual e interactivo	Músicos Ingeniero de Sonido Técnico Audiovisual Gestores								
3. Postproducción/Evaluación									
Desmontaje (1 hora después del concierto)	Músicos Ingeniero de Sonido Técnico Audiovisual Gestores Público								
App - encuesta al público asistente	Público								

Los entregables propuestos incluyen:

1. Grupo focal virtual diálogo con los músicos (elección de repertorio y preguntas interactivas)
2. App “Cuarta Pared”
3. El concierto con transmisión en streaming.
4. Resultados encuestas a público asistente sobre el concierto virtual y participativo “Cuarta Pared” y su disposición a participar en este tipo de concierto.

14. CONCLUSIONES

Los nuevos retos de la Gestión y la Gerencia cultural, a partir de la nueva realidad impuesta por la llegada del COVID-19, demandan del sector nuevas maneras de crear y cautivar a públicos cambiantes y dinámicos, cada vez más exigentes en cuanto a contenidos culturales que incluyen indudablemente, nuevas formas de consumo y que brinden además, condiciones de calidad de vida dignas para los artistas; en tal sentido el proyecto Cuarta Pared plantea una nueva alternativa para llevar a cabo procesos artísticos y creativos que involucran estratégicamente de manera interdisciplinar y transdisciplinar, el uso de otros campos del conocimiento al servicio de la cultura, como las tecnologías de la información y la comunicación, cuyo resultado final está asociado a la innovación en procesos de formación de nuevos públicos, gracias a la interacción público-artista.

El proyecto Cuarta Pared busca ser una herramienta tecnológica, una “carcasa” que se adapta y es usada en diferentes formatos de conciertos, obras de teatro y eventos culturales permitiendo conectar al público con la obra o artistas en tiempo real generando un impacto contundente en cada puesta en escena. Aunque, el arte en general y la música en particular, se ha mostrado tradicionalmente reticente a la idea de mezclarse con las nuevas tecnologías, el carácter conservacionista sosiega los espíritus evolutivos de la misma más aún en momentos como el actual donde las restricciones llevan a la innovación inmediata. Propuestas como cuarta pared promueven dicha mezcla y encajan sus fundamentos complejos en pensar en la interdisciplinariedad en el mundo artístico.

15. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Actors, P. (2018, noviembre 7). *¿Qué es la cuarta pared?* Premiere Actors. En: <http://www.premiereactors.com/que-es-la-cuarta-pared/>
- Acuña, Charito. (2021). Coro Charito Acuña. <http://charitoacuna.com/coro-acu%C3%B1a>
- Broitman, A. I. (2015). *La Estética de la Recepción. Bases teóricas para el análisis de las prácticas lectoras y otros consumos culturales.* 2015, 10.
- Castellanos, Marla. (2019). El sector cultural es uno de los más afectados por el COVID-19. En portal Razón Pública. <https://razonpublica.com/sector-cultural-uno-los-mas-afectados-covid-19/>
- Centro de Investigación y Educación Popular, CINEP / Programa por la paz. (s. f.). Recuperado 15 de abril de 2021, de <https://www.cinep.org.co/Home2/>
- Constitución política de Colombia (1991) En: <https://www.corteconstitucional.gov.co/inicio/Constitucion%20politica%20de%20Colombia%20-%202015.pdf>
- DANE (2020) Encuesta de Consumos Culturales <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/cultura/consumo-cultural>
- European Union of Music. (s. f.). *Give music a future.* European Union of Music. Recuperado 18 de marzo de 2021, de <https://emcy.org/projects/give-music-future/>
- Faican, W. (2020). Definición del Arte. Garabato Público. <https://garabatopublico.com/2020/03/16/definicion-del-arte/>
- Festival Mono Nuñez. (1994). Conciertos dialogados. <https://festivalmononunez.com/wpbases/2019/11/24/conciertos-dialogados/>
- Fundación musical de Malaga (2015) *VII Ciclo de conciertos didácticos para escolares* . Fuente: <http://www.fundacionmusicaldemalaga.es/vii-ciclo-de-conciertos-didacticos-para-escolares/>
- Huerta, M. (2018). La importante tarea de la formación de públicos. canalipe.tv. <https://www.canalipe.tv/noticias/cine-y-teatro/importante-tarea-de-formacion-de-publicos>
- Instituto Distrital de artes de Bogota. (2021). Música de parque a la casa. <https://idartes.gov.co/es/areas-artisticas/musica/del-parque-a-la-casa>

La encuesta del 'Consumo Cultural 2020' revela las preferencias culturales de los colombianos en un año atípico (2020) En portal Infobae: <https://www.infobae.com/america/colombia/2020/12/10/la-encuesta-del-consumo-cultural-2020-revela-las-preferencias-culturales-de-los-colombianos-en-un-ano-atipico/>

La network. (2021). Los 'no-lugares': El debate contemporáneo sobre lo que es o no un espacio público. LA.Network. <https://la.network/los-no-lugares-el-debate-contemporaneo-sobre-lo-que-es-o-no-un-espacio-publico/>

Ley 397 de 1997. Por la cual se desarrollan los Artículos 70, 71 y 72 y demás Artículos concordantes de la Constitución Política y se dictan normas sobre patrimonio cultural, fomentos y estímulos a la cultura, se crea el Ministerio de la Cultura y se trasladan algunas dependencias. Agosto 7 de 1997. D.O No. 43102 En: <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=337>

Ley 23 de 1982. Sobre derechos de autor. 19 de febrero de 1982. D.O. 35.949 en: <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=3431>

Ley 1493 DE 2011. Por la cual se toman medidas para formalizar el sector del espectáculo público de las artes escénicas se otorgan competencias de inspección, vigilancia y control sobre las sociedades de gestión colectiva y se dictan otras disposiciones. 26 de diciembre de 2011.D.O No. 48.294. En: <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=45246>

Música antigua. (2021). MusicaAntigua.com. <http://www.musicaantigua.com/>

Musica instantánea, R. (2020). Conoce la música de cámara. Música Instantanea. <https://musicainstantanea.com/conoce-la-musica-de-camara/>

Orquesta Filarmónica de Bogotá (2020) *Invitación Filarmónica al Barrio 2020* En : <https://filarmonicabogota.gov.co/filarmonica-al-barrio-2020/>

Pares, I. (2011). La creación artística, una expresión del interior del ser humano. Escritos en la Facultad N°81, Año IX, Vol. 81, Marzo 2013, Buenos Aires, Argentina, 67-70. https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista/detalle_articulo.php?id_libro=431&id_articulo=8968

Raffino, M. (2020). Arte—Concepto, origen, importancia, disciplinas artísticas. <https://concepto.de/arte/#ixzz6s2x1rJld>

- Sanabria Acevedo, Luis Alberto (2006) Arte y Punto. *La Ley General de la Cultura desarrollo de la Constitución de 1991*. 53-66.
- Sánchez Vásquez, A. (2007). La estética de la recepción (II). En *De una estética de la recepción*. Extensión Académica de la Facultad de Filosofía y Letras de la UNAM.
- Sorce, M. (2021). Música clásica. En Wikipedia, la enciclopedia libre. https://es.wikipedia.org/w/index.php?title=M%C3%BAsica_cl%C3%A1sica&oldid=134617804
- Such, M. (2010). Diccionario téléfilo: La cuarta pared. Espinof. <https://www.espinof.com/diccionario-cine-television/diccionario-telefilo-la-cuarta-pared>
- Tvalacarta.info. (2021). El *Conciertazo*. <https://blog.tvalacarta.info/programa/rtve/el-conciertazo/>
- Teatro Mayor. (2018). Cien mil niños al mayor. <https://tp.teatromayor.org/cien-mil-ninos-al-mayor>
- Teatro Mayor Julio Mario Santodomingo. (s. f.). *Cien mil niños al mayor en casa*. Teatro Mayor Julio Mario Santo Domingo. Recuperado 17 de marzo de 2021, de <https://www.teatromayor.org/es/cien-mil-ninos-al-mayor-en-casa>
- The New York Philharmonic. (s. f.). *Insights at the Atrium: "Renaissance: An Interactive Concert"*. Recuperado 18 de marzo de 2021, de <http://nyphil.org/concerts-tickets/1718/insights-renaissance-an-interactive-concert>
- The Julliard School. (s. f.). *Interactive Concerts and Fellowships*. The Julliard School. Recuperado 18 de marzo de 2021, de <https://www.juilliard.edu/juilliard->
- Tipos de arte. (2020). Definición de arte Significado Concepto y características 2021. <https://tiposdearte.com/definicion-de-arte/>
- Universidad Icesi. (2021). Ciclo de Conciertos didácticos Música Colombiana. <https://www.icesi.edu.co/unicesi/todas-las-noticias/4222-el-ciclo-de-conciertos-didacticos-abre-sus-inscripciones>
- Universidad Nacional de Cuyo (2019) *¿Qué escuchás, cuando escuchás?» Conciertos didácticos de la Orquesta Sinfónica*. En: <http://www.uncuyo.edu.ar/extension/que-escuchas-cuando-escuchas-conciertos-didacticos-de-la-orquesta-sinfonica>

Vita Mesa, Laura (2020) *Así es como está regulado el cobro de tarifas de los conciertos y eventos virtuales según Sayco*. En: <https://www.asuntoslegales.com.co/consumidor/asi-esta-regulado-el-cobro-de-tarifas-de-los-conciertos-y-eventos-virtuales-segun-sayco-3063988>