



PONTIFICIA
**UNIVERSIDAD
CATÓLICA**
DEL PERÚ

Trabajo 1

El uso de estrategias y productos comunicacionales empleados por centros culturales independientes

Integrantes:

20088241	FLOREZ PAUYAC, WANDER ANDRÉ
20121272	GUEVARA VALERA, MAGNOLIA DEL PILAR
20120665	LEÓN FERNÁNDEZ, MARISOL
20120612	MIRAVAL QUISPE, SHIRLEY ANGELA
20122762	MIRÓ QUESADA MESÍAS, OSCAR ANDRES



**CENTROS
CULTURALES
INDEPENDIENTES**



Índice

Introducción

3

Casos

5

Caso Especial

11

Bibliografía

12

Introducción

Antes de hablar sobre el uso de estrategias y productos comunicacionales empleadas por centros culturales independientes es necesario describir qué son Centros Culturales independientes, o qué son las estrategias y productos comunicacionales. Nos remitimos a una Web¹ donde, a pesar de ser española y ajena a nuestro Perú, nos ayuda a disipar estas dudas.

“Conviene precisar, aunque sea brevemente, los dos términos básicos con los que trabajaremos. El primero de ellos es el de centro cultural, término mediante el cual se ha designado tradicionalmente a los equipamientos acondicionados para albergar actividades culturales y, particularmente, artísticas. (...)El segundo término al que hacemos referencia es el de independencia entendida ésta como la ausencia de sumisión o intervención ajena. (...)Por lo que se refiere al ámbito artístico, generalmente se asocia con propuestas experimentales, con la ausencia de restricciones creativas, con la innovación y, por supuesto, con la renovación. Pero además, y no exclusivamente en las artes, el sector independiente se caracteriza por su compromiso social y político.

“Se trata de iniciativas ciudadanas comprometidas social y políticamente que asumen su responsabilidad artística y cultural dentro de un contexto de promoción del modelo participativo de democracia. De esta manera, el sector cultural independiente es escenario de innovaciones cuyos auténticos protagonistas son la ciudadanía y la sociedad civil.”



Ya con esta rápida definición, se nos forma la idea de que son básicamente centros que tienen como fin promover la cultura y que son independientes pues no son promovidos por el Estado, la municipalidad, universidades o embajadas, etc.

Luego, es preciso definir lo que es una estrategia y para eso recurrimos a la Publicista de la Facultad de Comunicación Audiovisual: Rosa Martínez, la cual nos concedió una pequeña entrevista para resolver esto:

Introducción

¿Qué son estrategias y productos comunicacionales?

Son las formas en las que un producto que tu ofreces se haga conocido por las personas y la manera en la que tú das a conocer dicho producto.

¿Cómo se dan estas estrategias en centros culturales independientes?

Si son centros colectivos la misma promoción o difusión de las personas te va a poder apoyar en todo lo que es el conocimiento de ese tipo de servicio. Lo que tú necesitas realmente es lograr esos procesos de identificación y los objetivos claros, de tal manera que teniendo eso ya presente del ejercicio en el que estás vas a poder promocionarlo tú mismo y difundirlo por tu cuenta. En otras palabras es una especie de marketing interno, toda la colectividad, comunidad y personas alrededor de este eje que es el producto tienen que sentirse identificados con él, transmitir esta idea con entusiasmo y que ellos sean los principales promotores de aquello que están creando.

¿Y qué ejemplos de estrategias concretas hay?

Ya que las mismas personas se publicitan, ellas recurre a un sistema de redes actuales, la tecnología te apoya con casi un costo cero para que tu establezcas ese entusiasmo a través de la red, ahora se cuentan con diversas redes sociales que te permiten constantemente manejar con credibilidad aquello que estás comunicando. Tú puedes vender lo que quieras siempre y cuando sea de credibilidad, puedes vender cultura u otro tipo de productos.

*Gracias por la
entrevista,
Rosa.*



Ahora que ya sabemos los conceptos básicos para entender mejor este tema, es momento de pasar a algunos casos que hemos recopilado.

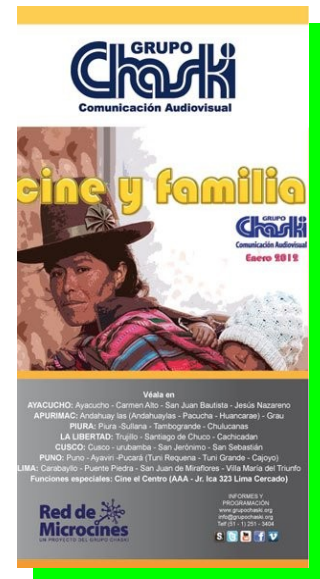
1. Grupo Chaski

MISIÓN

Usar las nuevas tecnologías para crear, consolidar y difundir un modelo de organización y gestión, que permita de manera democrática, desarrollar la cultura audiovisual desde la comunidad.

VISIÓN

Que el modelo de gestión cultural que impulsa Chaski sea un referente que contribuya a conectar el potencial transformador de los contenidos y formas de lo audiovisual a las dinámicas de comunicación, cultura y desarrollo en el país y en la región.



OBJETIVO ESTRATÉGICO

Impulsar y consolidar un modelo integral de desarrollo del audiovisual, exhibiendo y produciendo desde, con y para la comunidad, posibilitando nuevos "entornos audiovisuales" que conecten los contenidos cinematográficos con la población nacional y de la región, aportando en la lucha contra la pobreza desde la cultura y la educación.

¿DÓNDE ESTÁN?



Malecón Grau 927, Chorrillos.
Lima 9 - Perú **Telf.** (511) 251-3404

Links: info@grupochaski.org, <http://www.facebook.com/grupochaski.org>, <http://www.youtube.com/user/GrupoChaskiPeru>

Se Publicitan por medio de redes sociales y al transmitir sus producciones en micro cines que son promovidos por ellos mismos)

Casos

2. Grupo Wayra Yachay

El Grupo Wayra Yachay Perú cultiva y promociona el arte y sus diversas manifestaciones para la formación y difusión de la cultura. Wayra Yachay, nombre quechua que significa Vientos del Saber, reúne a un grupo multidisciplinario de artísticas que radican en Lima y que vienen realizando actividades culturales conjuntas desde el año 2003. Proceden de diversas ciudades del Perú como: Cuzco, Cajamarca, Lambayeque y Lima. A través de sus diversas manifestaciones artísticas mantienen la identidad de sus raíces, continuando dicha expresión en sus respectivas ramas creativas como: literatura, danza, música, arte



plástico y producción audiovisual.

Proceden de diversas ciudades del Perú como: Cuzco, Cajamarca, Lambayeque y Lima. A través de sus diversas manifestaciones artísticas mantienen la identidad de sus raíces, continuando dicha expresión en sus respectivas ramas creativas como: literatura, danza, música, arte

plástico y producción audiovisual.

OBJETIVO GENERAL:

Desde el enfoque del arte como fuente de trabajo, se pretende estimular actividades de desarrollo cultural que comuniquen y difundan experiencias locales o regionales, favoreciendo la formación de gestores culturales, que recuperen tradiciones y expresiones artísticas propias de las artes en general.

OBJETIVOS ESPECIFICOS:

- Dar apoyo a las tareas de divulgación y promoción del arte contemporáneo que se hace en nuestro país y localizar la producción artística.
- Valorar el arte peruano fomentando el trabajo de los artistas que trabajan en el Perú y el mercado que se inserten.
- Divulgar el trabajo de los artistas asesorándoles en sus trayectorias, llevando a cabo publicaciones y fomentado la integración entre los distintos agentes del

mercado: galeristas, promotores, marchantes, directores de museos y jefes de salas de exposiciones.

Casos

¿DÓNDE ESTÁN?

Telf.: 00-51-1-3625418

<http://www.facebook.com/wayrayachayperu>,

<http://www.youtube.com/grupowayrayachayperu?gl=ES&hl=es>

3. Puckllay

MISIÓN

Trabajamos con el teatro, la danza, la música, las artes plásticas, la comunicación y el circo; elaboramos e impulsamos programas de formación artística y humana y realizamos creaciones artísticas.

Nuestro camino está orientado a contribuir con la construcción de una comunidad más justa, humana e integrada.

VISIÓN

Trabajamos con el teatro, la danza, la música, las artes plásticas, la comunicación y el circo; elaboramos e impulsamos programas de formación artística y humana y realizamos creaciones artísticas.

Nuestro camino está orientado a contribuir con la construcción de una comunidad más justa, humana e integrada.



OBJETIVO ESTRATÉGICO

- Impulsamos la práctica artística como herramienta indispensable de formación del ser humano.
- Practicamos el intercambio y el trabajo en conjunto como base fundamental de desarrollo.
- Partimos de la valoración y el respeto por la identidad, que es la fuente principal de nuestros procesos artísticos y creativos.

- La democracia, el respeto por el otro y el trabajo en equipo son el sustento del código puckllay.
- Trabajamos por el desarrollo e intercambio cultural entre los distintos sectores sociales.

Casos



esta hace posible el crecimiento de las personas en cada contexto y lugar.

- Afirmamos que el arte es una herramienta poderosa de cambio y transformación social.

¿DÓNDE ESTÁN?

Teléfonos:

(51-1): 4224488 | 99810 2169

Dirección:

Jr. Nazca 656-1103 - Jesús maría, Lima11, Perú

<http://www.facebook.com/pages/PUCKLLAY-ARTE-Y-COMUNIDAD/115283831815376>

4. Centro Cultural "Arkabas"

SOBRE NOSOTROS

Arkabas es una empresa de servicios editoriales dedicada a la publicación,



distribución y promoción de cualquier tipo de material editorial, ya sea este autoral o institucional. En nuestra línea para autores, promovemos la autoedición como propuesta para que el escritor convierta el sueño de publicar su obra en un recurso comercial y cultural. Arkabas busca, de esta manera, incentivar a los autores a invertir en su propia obra, pero brindándole recursos de calidad en la producción, publicidad y medios, de manera que pueda recuperar su inversión con la mayor rapidez posible y pueda así generar utilidades tanto a nivel económico como cultural. Nuestro objetivo es que el autor logre crear un espacio propio en el mercado de

la literatura y logre, con sus los ingresos obtenidos por sus propias obras, generar nuevas publicaciones.

En todas nuestras líneas de servicio editorial, concatenamos el flujo de edición: desde el editing, el diseño y las ilustraciones, la tramitación legal (registros, derechos de autor e ISBN), la impresión, la distribución, la venta y la publicidad. Como parte de nuestros productos alternativos, ofrecemos al autor la posibilidad de solicitar servicios para presentaciones, agentes literarios y otros eventos.



Asimismo, asesoramos a empresas, academias y universidades en el mismo contexto, de manera que podamos mejorar la calidad de sus trabajos de edición y sus publicaciones. Arkabas piensa cada publicación como un proyecto editorial. De esta manera, cada uno de nuestros trabajos es planteado desde un inicio de manera individual y única. Al mismo tiempo, respetamos las características propias e intrínsecas al material, como el público al que va dirigido,

las características técnicas más apropiadas, etc. La visión de Arkabas está orientada a lograr un trato cercano con el cliente, ya sea este un autor o una institución, por lo que nuestra política busca desarrollar los proyectos en directa coordinación con el usuario, pero siempre respetando sus tiempos, de manera que el cliente pueda tomar las decisiones críticas en el proceso de edición, sin que ello suponga la necesidad de vigilar los plazos, calidad o procesos, lo cual genera un sistema de publicación ágil y eficiente.

VISIÓN

Concebimos este sitio como un espacio para intercambiar ideas, críticas y sugerencias; coordinar proyectos y rescatar los valores culturales. Para hacer amigos y construir una comunidad interesada en el arte, la cultura y el quehacer intelectual. Todos están invitados a participar, postear enlaces de interés, comentar, discrepar y respetar, pero sobre todo a hacer de esta página (link más adelante) un nuevo hogar de la cultura.

¿DÓNDE ESTÁN?

Av. Pardo de Zela 491
Lince, Lima 14, Perú

(51 1) 265 1065

(51 1) 265 5639

info@arkabas.com

editorialarkabas@hotmail.com

<http://arkabas.tumblr.com/>

<http://www.wix.com/katarraynor/arkabas>

Caso Especial

Finalmente, nuestro grupo fue en busca de información de una academia de baile, la academia D1 fundada por Vania Masías. Fuimos a investigar y a preguntar sobre este proyecto cultural que promueve el baile independientemente.



1. **¿Cómo se inició el proyecto D1?**
2. **¿Cuál es la labor de D1 con la comunidad?**
3. **¿Cuál es el objetivo de este centro cultural?**
4. **¿Cómo se publicita este centro cultural y que estrategias usan para captar la atención?**

RESPUESTA

1. Se inició con el proyecto de "Ángeles D1" el cual se realizó para poder ayudar a jóvenes de bajos recursos y con problemas de conducta para que, mediante el arte se superen. Para esto se creó la escuela D1, para financiar el proyecto.
2. Brindar espacios culturales en los que las personas se desenvuelvan de manera positiva mediante la danza.
3. Poder ayudar y seguir con el apoyo a jóvenes en conducta de riesgo incorporándolos a los "ángeles", ya que, así obtendrán otra opción de vida. Además, ofrecer las clases de danza como medio de desarrollo personal y cultural de las personas.

Cabe señalar que el proyecto "Ángeles" se inició cuando Vania Masías fue a los arenales de Ventanilla y SJL para comenzar su proyecto de baile.



También nos encontramos con una estudiante de esta academia, academia que ha crecido y ya no solo se centra en estudiantes de bajos recursos pues ahora es un centro cultural que promueve el baile como finalidad para personas

de todos los estratos sociales. Aquí un link para ver el fruto de esta enseñanza:

<http://videos.pucp.edu.pe/videos/ver/0138f6449cfc36b1b604885ff6fe147c>

Bibliografía

1. http://www.culturaindependiente.com/cms/index.php?option=com_content&view=article&id=7&Itemid=5&lang=es

2. <http://lahistoriatellama.blogspot.com/2010/05/la-publicidad-sin-fines-de-lucro.html>

2. Diversas páginas de centros culturales, las cuales están mencionadas hojas más arriba con sus respectivos links.