

La función después de la función

Sara Jiménez

Cód. 66171066

Esteban Zsakay

Cód. 64171509

Andrés Rodríguez

Cód. 63172030

María Contreras

Cód. 64151518

Corporación Universitaria Unitec
Escuela de Artes y Ciencias de la Comunicación

Programa de Publicidad

Programa de Diseño Gráfico

Programa de Cine y Televisión

Bogotá, Distrito Capital

Noviembre del 2021

Tabla de contenido

Justificación	3
Objetivos	4
General	4
Específicos	4
Marco teórico y estado del arte	5
Inicios del teatro en Colombia	5
Teatro Libre y comunidad	6
Teatro y ciudad	9
Teatro Libre y sus alternativas	10
Importancia de las estrategias de comunicación	12
Método: Actividades Desarrolladas	14
Método de trabajo utilizado	14
Perfil de los entrevistados	14
Método de la recolección de información	15
Desarrollo de las entrevistas	15
Análisis de las entrevistas	16
Mapa de empatía	16
Análisis del Teatro Libre	17
Manifiesto	18
Personalidad de Marca	19
Racional	21
Concepto	21
Territorios	21
Tácticas	22
Reflexión final	34
Listado de referencias	36
Anexos	39
Anexo A	39
Anexo B	39
Anexo C	40

Justificación

En los primeros meses del año 2020, comenzó lo que sería una era trascendental y radical a nivel mundial, debido a la crisis sanitaria ocasionada por el virus SARS- COVID 19. En Colombia, el virus llegó en el mes de marzo del 2020, situación que puso a prueba a todos los sectores económicos del país, por lo que su efecto inmediato produjo varias crisis socioeconómicas, esto llevó al cierre de empresas, pérdida de empleo y decaimiento de organizaciones importantes para sectores sociales, económicos y culturales en Colombia.

Uno de los sectores más afectados fue el cultural, puntualmente el teatro, pues tal y como lo afirma Hernando Parra, presidente de las salas concertadas de Bogotá y fundador del Teatro R-10 “Se suspendió e interrumpió los procesos de creación, la circulación de las obras de teatro, y la fidelización de públicos, se evidenció la fractura de los canales de promoción. No hay ingresos pues la gente no está yendo a teatro” (Baez, 2020).

Esta situación por supuesto impactó al establecimiento cultural Teatro Libre, fundación sin ánimo de lucro con 43 años de trayectoria en el sector teatral y cultural. Lo que lleva a la pregunta objeto de investigación: ¿Cómo fortalecer el público actual del Teatro Libre y cautivar nuevos públicos a través de una estrategia de comunicación?

En razón de lo anterior, se analizará y desarrollará en la presente investigación los antecedentes, factores y estrategias de comunicación relacionados con el Teatro, para contribuir y fortalecer este sector cultural y su consumo. Así mismo, conocer mejor el público del Teatro Libre, darles a conocer el propósito de estas actividades culturales a través de la propuesta construida en la presente investigación y, como consecuencia, atraer a más público.

Objetivos

General

Desarrollar una estrategia de comunicación que fortalezca la consolidación del público habitual y de nuevos públicos para el establecimiento cultural del Teatro Libre.

Específicos

1. Identificar las campañas de comunicación y publicidad desarrollados en el sector cultural en Bogotá en los últimos tres años, especialmente en el Teatro Libre.
2. Analizar los factores que posibilitan la consolidación de comunidad del Teatro Libre.
3. Definir una estrategia de comunicación que integre el público actual y abra las puertas a nuevos públicos.

Marco teórico y estado del arte

Inicios del teatro en Colombia

El teatro ha sido un aspecto fundamental en la cultura de Colombia, entró al país en 1792 con su primer teatro en Santafé de Bogotá¹, el cual atrajo cantidades importantes de público. Cuando el teatro empezó a establecerse en el país, se inició con obras traídas desde Europa y con una oferta inclinada principalmente a la ópera, mostrando al público dramas y acontecimientos que estuviesen sucediendo en sus tiempos con un tono más satírico y dramático. A pesar de ello y conforme los años iban pasando, no se habló del teatro colombiano en sí solo hasta el siglo XIX y únicamente en Bogotá “Comenzó a aparecer una literatura (y un teatro) de la violencia, que era un pálido reflejo de la realidad.” (Reyes, 1979) en ese siglo el teatro se mostraba más como un teatro neoclásico y enfocado en la dramaturgia española.

No fue sino hasta el siglo XX que el teatro se extendió por Colombia llegando a Cali, Medellín, Cartagena y Popayán. En ese entonces surgieron nuevos actores como Luis Enrique Osorio, quien es considerado fundador del teatro Colombia. Igualmente, diversas compañías teatrales surgieron con el paso del tiempo, especialmente en 1950, año en el cual surgió el Teatro experimental de Cali TEC, el Teatro Popular de Bogotá TPB, “La Candelaria”, etc. Los cuales empezaron a formar grandes maestros del teatro. Ya a mediados de la década de los 80s, el teatro

¹ En 1792 se construyó el primer teatro que llevó por nombre inicialmente “El Coliseo Ramírez” el cual fue construido por Don Tomás Ramírez el cual decidió invertir todo su capital en lo que consideraba un negocio extraordinario, siendo así el primer promotor cultural y primer empresario que se produjo en ese entonces en el medio. A medida que fue cambiando de dueño también cambió de nombre, siendo después su nombre “Teatro Coliseo Maldonado”, pasando por “Teatro Nacional” y finalizando con el nombre que se conoce actualmente como “El Teatro Colón de Bogotá”.

como se conocía dio un giro al empezar el Festival Iberoamericano de Teatro de Bogotá, cambiando la perspectiva de teatro como arte y transformando este a “Industria Cultural”.

A partir de ello, se mostraban diferentes narraciones, distintas formas y puntos de vista que manejaban su propio tono dependiendo la intención del director hacia el público, contenidos que empezaban a generar pensamiento crítico y que, a su vez, fueron tomándose con más seriedad, gozando de identidad mundial y generando que obras colombianas recorran actualmente el mundo entero.

El asistir al teatro no es un ejercicio que se realice como práctica generalizada para la sociedad, siendo esta más una actividad que se constituye para ciertos grupos de personas que han logrado crear una comunidad a partir de ello.

Como se ha mencionado, el teatro ha sido por décadas una afición reconocida por parte del público, de los artistas, así como de personas curiosas y hambrientas por llenarse de más arte y cultura en sus vidas, buscando establecimientos que presenten obras que generen pensamiento crítico a partir de contenidos que exponen momentos socio culturales actuales, críticas y visualización a sucesos del pasado y que enseña de forma gráfica lo que un colectivo pueda pensar sobre esos temas.

Teatro Libre y comunidad

Una vez colocada la historia del teatro en Colombia, el enfoque se dirige al Teatro Libre. Este fue fundado en 1973 en el grupo teatral de la universidad de los Andes de Bogotá por Ricardo Camacho, orientado con la idea de traer un teatro de ideas para todos, dejando de lado la jerarquía en los roles permitiendo así alternar papeles y obras, esto mostró no solo obras con temáticas que hacen pensar al espectador, si no contenido como música, baile, circo, entre otros, llevando ese conocimiento a su escuela de formación teatral y guiando a cientos de artistas a partir de esas bases.

Su creación y norte fue inspirada en aquellos grupos que desde la antigüedad hasta nuestros días buscaron articular el entretenimiento con el enriquecimiento de la vida interior de las personas y que desde entonces ha sido un teatro de ideas que desafía las convicciones del

espectador, con obras en las que invita a su público a pensar y mirar desde un punto de vista más crítico las temáticas planteadas en sus muestras artísticas, creando a partir de ello una consolidación de públicos que terminan por establecer una comunidad: La comunidad del Teatro Libre.

Cuando se habla de comunidad, se habla de una asociación o un grupo de individuos que comparten o tienen características e intereses en común. Al momento de establecerse una comunidad se genera un vínculo entre esta y la base que unió este grupo de personas, en este caso el teatro, una unión que se cimienta a partir de conocimientos que van más allá de la profesión y estado socioeconómico que permiten compartir y debatir sobre el teatro, simplemente desde el gusto y la estética, como menciona un director y promotor suizo en una entrevista “...Yo descubrí una dimensión del vínculo artístico con lo humano profundo. Un vínculo que no tenía nada que ver con una sala de espectáculos, donde todo se resume a si te gustó o no te gustó y ya, a criterios sobre el lenguaje estético y ya. En este sentido precisamente de comunidad, de comunidad rural, entra el teatro.” (Meyer, 2011)

Es así como el Teatro Libre abre posibilita espacios como: el café de la sede Centro y sus bibliotecas o el bar de la sede Chapinero, entre otros; en los que el público y los mismos actores son capaces de compartir sus pensamientos y criterios con base en las obras, elementos que les recordó a las obras o eventos que hayan compartido. Es de esta forma, como esa comunidad se va estableciendo evento tras evento, fortaleciéndose y dejando sus puertas abiertas a que más personas se unan.

Así mismo, la comunidad existe por un público que asiste al teatro y el teatro existe por su público. Es decir, al momento de hablar de las artes visuales, el concepto de espectador responde a una actitud pasiva por parte del público, que se caracteriza por una contemplación abocada, principalmente al deleite perceptivo de la persona frente a la obra.

Uno de los principales cambios se dio con la aparición de producciones artísticas que pretendían establecer un nuevo tipo de relación entre obra y público. Bajo la idea de que el espectador podía interpretar la obra en función de su conjunto de saberes y sus vivencias personales, dándole su propio significado algunos artistas comenzarían a revolucionar las reglas

de la interpretación. A partir de ello, los teatros, galerías de arte, exposiciones, espectáculos musicales y todo lo que tenga relación con la cultura, el intercambio de ideas artísticas en general ha generado un fuerte impacto en la sociedad.

El Teatro Libre, por ejemplo, se ha esmerado por enriquecer sus valores para transmitirlos a su público y es que cuando se habla de público se refiere a cualquier perfil. La magia y la pasión que se transmiten en escena no se puede segmentar, cada interpretación puede ir dirigida a muchos, incluyendo: familias, adultos mayores, niños y un sin fin de personalidades que disfrutan el teatro de diferentes maneras. Además de personas con diferentes creencias religiosas, diferentes posturas políticas, con diferencias abismales de estilo de vida, pero que al final, al llegar a un lugar como el Teatro Libre se convierten en críticos, apasionados, expertos cuando de arte se trata, es un punto de encuentro para muchos y un lugar donde no solo se comparten opiniones, sino donde cada postura se ve reflejada después de cada obra.

De esta forma lo dice el fundador del Teatro Libre “Fundamos este teatro porque queríamos hacer un grupo independiente que estuviera dedicado básicamente al teatro popular, a un teatro que sirviera de herramienta en la lucha por la transformación de la sociedad, inmerso en el proceso político, y que tendría a su público principal en las masas trabajadoras. En sus comienzos, pues éste fue un teatro que osciló el activismo político y la actividad teatral propiamente dicha” (Camacho, s.f.).

De la misma manera, esos valores se transmiten en la parte interna del teatro en sus aspectos técnicos y estructurales que como espectador no se conocen y son específicamente para los artistas y directores, elementos que suceden detrás del escenario que tratan de dar el mismo enfoque y comodidad que muestran para el espectador.

En su parte estructural el Teatro Libre no cuenta con todos los elementos técnicos a comparación de otros teatros a nivel mundial y con mayor reconocimiento, sin embargo, cuenta con lo necesario para salir al escenario y hacer una excelente presentación, elementos esenciales como lo son el telón de boca, bambalinas, camerinos. No es necesaria una gran cantidad de producción, luces o efectos especiales para realizar eventos y obras que cautiven y generen sensaciones de seguridad y hogar.

Por otro lado, la comodidad y fraternidad que se vive en el detrás de escena se trasmite al público al momento de actuar, esa confianza que se exuda en los saludos al llegar, no importa los rangos o jerarquía en papeles (directores, productores, etc...), esa unión casi familiar que crea una especie de santuario al momento de estar en los camerinos, en maquillaje o simplemente relajándose mientras se espera el inicio del show, creando un ambiente de sinceridad que permite a cada persona involucrada hablar de los aspectos a mejorar y los que se resaltan. Esa facilidad para animar a cada uno y dar todo de sí, así la próxima función pueda ser incluso mejor que la anterior.

Teatro y ciudad

Acercándose un poco al entorno en que se está rodeado, ir a teatro se ha convertido en un plan que rompe esquemas, rutinas, jornadas extensas de trabajo y escuela, incluso se ha convertido en una tarea cuando se habla de instituciones, colegios y academias que exigen la visita al teatro como parte fundamental de la formación. Por lo tanto, tener en la mente escenarios como los mencionados anteriormente, y encontrar espacios menos estructurados, que sean artísticos y abiertos ha forzado al teatro a existir de la manera que se ve y vive actualmente, como si el arte hubiera transmutado y no necesitara un lugar específico para ser disfrutado.

Es por ello que el contexto social y los colectivos para el teatro son fundamentales y ha sido de los aportes más importantes en teatros grandes y pequeños, perdiendo esa idea de que el teatro es un espacio aburrido y apagado, con grandes estructuras y arquitectura deslumbrante. Cuando en realidad el teatro se puede dar en cualquier lugar, establecimiento y momento, abriendo nuevas posibilidades a la ciudad y público en general, esto corta la idea de ir al teatro como una obligación y rompe de esta forma los esquemas, adentrándose más a una parte emocional y experiencial.

Los escenarios que se ven hoy en día ahora toman un valor emocional muy importante, es como si los actores fueran todos, el público puede presenciar una dramatización en una esquina de la calle: Sucede en los parques, en una iglesia, en la casa de la abuela, todo gracias a la inspiración de lo que pasa alrededor de la ciudad.

En el caso del Teatro Libre, la infraestructura que ha adoptado con el paso de los años se ha enfocado en las personas que viven atadas al caos de la ciudad, que poco a poco ha logrado ofrecer un lugar seguro, casi como estar en casa. La diferencia con la casa es que este teatro es un espacio en donde se reúnen cientos de personas de todo tipo de perfiles, las cuales se unen con un mismo propósito, el de brindar y obtener aprendizajes, recuerdos, revivir momentos de la infancia y recorrer lugares mágicos a partir de las experiencias en el teatro, logrando establecer una comunidad que les permite ser una parte de un todo.

Teatro Libre y sus alternativas

Al hablarse del contenido que ofrece el teatro, este siempre ha sido comparado con el cine y la televisión, aún más, cuando en el momento de pandemia varios actores decidieron mudarse a la pantalla grande debido a la dificultad de presentar shows y seguir creando obras en esos momentos de crisis.

En ese aspecto difiere el Teatro Libre, quien defiende desde siempre su esencia, argumentando que no hay una rivalidad concreta con el cine, se piensa que son dos artes diferentes que se exponen al mundo de maneras diferentes, pero teniendo un punto en común el cuál es transportar al espectador a nuevos escenarios.

Según actores que han pasado por el Teatro Libre, la experiencia de estar sobre el escenario es una experiencia única que no la cambiarían por la pantalla grande, así se esté viviendo momentos de crisis. En el cine no existe esa cercanía y contacto con el público que se vive al estar en un escenario de teatro, el arte de improvisar en el acto y la sensación de convertirse completamente en el personaje, sus movimientos, sus gestos, su forma de hablar y poder comunicar esas sensaciones cuando termina la obra, ya desde distintos puntos de vista como espectador y como interprete. Es así como el cine y la televisión fueron capaces de mostrar como los actores y artistas que conforman el Teatro Libre tienen un sentido de fidelidad con el lugar que les ha permitido mostrarse y explotar su creatividad, no dejando de actuar y exponer obras, en cambio, reinventando y buscando nuevas alternativas y posibilidades que permitieran continuar llevando el Teatro Libre a toda Bogotá.

Es de esa forma que al mirar las oportunidades que genera el mercado sobre la diversidad de ofertas que puede ofrecer el teatro hay que tener en cuenta la esencia y valores sobre la que se fundó el Teatro Libre. Es importante reconocer que es necesaria una variedad de eventos que vayan más allá de obras, pero al momento de buscar estas alternativas es crucial que estas no estén en contra de todo lo que representa el Teatro.

Al finalizar cada año el DANE hace una publicación de datos que han recogido durante los últimos doce meses en todo el país sobre consumo cultural, información que se toma para reconocer las oportunidades que este mercado ofrece. Cuando se analizan esos datos (Gráfico 1), se puede entender la importancia de que el teatro, y específicamente el Teatro Libre, continúe apostando por la presentación y desarrollo de otro tipo de eventos más allá de las obras convencionales, ya que de esta manera se está asegurando la atracción de nuevos públicos, públicos que tal vez nunca hayan escuchado sobre el teatro o que no lo recuerden, públicos que pueden enriquecer el desarrollo y la propuesta cultural del teatro sin dejar de lado sus principios.

Según las cifras del DANE, se puede percibir que el Teatro Libre podría llegar a atraer casi el doble del público actual (20,6%) con la presentación de eventos como conciertos y recitales, respecto al público que podría atraer con la exclusiva presentación de obras de teatro (11,8%). (DANE, 2020).

Gráfico 1. Porcentaje de personas de 12 años o más que asistieron a eventos, presentaciones y espectáculos culturales, por sexo, en los últimos 12 meses. Cabeceras municipales 2020

Eventos, presentaciones y espectáculos culturales	Total		Hombres		Mujeres	
	Porcentaje	IC±	Porcentaje	IC±	Porcentaje	IC±
Conciertos, recitales, eventos, presentaciones o espectáculos de música en vivo, en espacios abiertos o cerrados	20,6	1,1	21,6	1,3	19,6	1,3
Ferias o exposiciones artesanales	17,0	1,2	15,0	1,3	18,8	1,4
Teatro, ópera o danza	11,8	0,8	11,2	1,0	12,3	0,9
Exposiciones, ferias o muestras de fotografía, pintura, grabado, dibujo, escultura o artes gráficas	7,1	0,6	7,1	0,8	7,1	0,7

Gráfico 1 Encuesta de consumo cultural. Tomado de: <https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/ecnocultural/boletin-tecnico-ec-2020.pdf> Consultado el: 11 de Octubre, 2021 Dane, 2020

Importancia de las estrategias de comunicación

La atracción de nuevos públicos y espectadores que ayuden a consolidar la comunidad del teatro, es importante la manera en la que este arte se expone y comunica al mundo. Hay que considerar que generación *millennial* no consume de manera pasiva los inputs comerciales, cuestiones como la saturación comercial, propician que busquen personas e instituciones en las que genuinamente puedan confiar para llevar a cabo sus decisiones de compra y establecer una retroalimentación informativa.

Esto evidencia cómo el público busca sentirse en confianza con las marcas que quieren apoyar y seguir. Para esto, se debe tener en cuenta que del otro lado se encuentran personas comunes y corrientes, personas dispuestas a escucharlos y a actuar conforme a sus necesidades y gustos, dejando de lado los tecnicismos y la formalidad extrema que eran la norma hace algunos años.

No obstante, trasladar la estrategia de marca convencional al entorno digital no es suficiente. Con el objeto de alcanzar al nuevo público en red, es necesario implementar una gestión basada en la bidireccionalidad y la escucha activa de usuarios y usuarias. El planteamiento de conversaciones y la participación del usuario es clave para el camino hacia el éxito de las marcas en las redes sociales (Roca, 2015, p. 74). Es así que se afirma que las generaciones más jóvenes comienzan a tener más poder que las marcas.

Al analizar lo planteado anteriormente, se reconoce que las generaciones actuales ya no consumen contenido de la misma forma, lo que a su vez conlleva a que no se sientan atraídos a los comportamientos de marcas, estrategias que en el pasado lograban funcionar. Por esto es necesario romper la barrera de la unidireccionalidad, esto significa interactuar con el público de manera más cercana y continua, permitiéndole participar activamente de forma que sienta que sus palabras son escuchadas y tomadas en cuenta para las futuras decisiones de la marca.

Es por ello que al momento de plantear una estrategia de comunicación no se debe dejar de lado la esencia del teatro ni su propósito, el cual se debe compartir de manera apropiada con el público y que les llegue de la misma manera que les llegaría una obra o evento que pudieran

presenciar en el Teatro Libre, sin perder la conexión entre lo que se encuentra virtualmente y lo que se vive en el mismo teatro.

Método: Actividades Desarrolladas

Método de trabajo utilizado

- Investigación documental: Esta investigación se realizó con el fin de conocer y comprender tanto la historia del teatro en Colombia, como su comportamiento en la ciudad de Bogotá y particularmente, del Teatro Libre en aspectos tales como público objetivo, panorama de ambas sedes, motivaciones del público para consumir teatro, contexto social, el teatro en el sector cultural y la importancia de las estrategias de comunicación, igualmente, los aspectos fundamentales de este último.
- Investigación Cualitativa: La entrevista en profundidad como técnica generadora de información primaria, fue tomada en esta investigación para ofrecer la comprensión del tema, gracias al contacto directo con expertos en la materia, capaces de enriquecer, corroborar o refutar posibles argumentos planteados durante el análisis de la investigación. Con esta técnica se recopiló información que posibilitó el desarrollo de los objetivos específicos que se estructuran al inicio de la investigación.

Perfil de los entrevistados

Los expertos entrevistados fueron seleccionados por ser considerados conocedores del sector, teniendo en cuenta la vinculación con el sector del arte y seleccionando perfiles dentro del teatro.

De forma concreta, las entrevistas se realizaron en el siguiente orden:

- Director ejecutivo del Teatro Libre

- Trabajo de campo en las sedes de chapinero y centro del Teatro Libre
- Estudiantes de la academia del Teatro Libre
- Familiares de actores del Teatro Libre
- Espectadores

Método de la recolección de información

Para el desarrollo de esta técnica se realizaron 3 entrevistas semiestructuradas a personas consideradas informantes cualificados por su conocimiento y vinculación con el sector objeto de estudio, con el fin de conocer el público que maneja el Teatro Libre. Además, se realizó una entrevista en forma de guion (semiestructurada) abierto al director ejecutivo del teatro.

Las preguntas tenían como fin conocer la percepción del Teatro Libre como marca y conocer los diferentes puntos de vista que tienen los espectadores y asistentes sobre el teatro. Además, conocer cómo los miembros de la marca visualizan al teatro desde el interior y la manera en que se expone la marca, esto con el fin de identificar:

- ¿Qué se entiende por “ir a teatro”?
- Características artísticas en sus hobbies
- Motivación para asistir al teatro
- ¿Qué conoce del Teatro Libre?
- ¿Qué tipo de contenido consume respecto al teatro?
- Tipo y variedad de público asistente
- Aspectos atractivos del Teatro Libre
- ¿Qué les atrae del Teatro Libre para preferirlo sobre otros?

Desarrollo de las entrevistas

Las entrevistas se concertaron en función de la disponibilidad de los entrevistados y se realizaron siguiendo normas que favorecieron el desarrollo de estas. En cuanto al procedimiento de recolección de información, las entrevistas al público fueron realizadas de manera presencial en el Teatro de la sede Centro y los dos restantes se realizaron vía llamada telefónica, los entrevistados pidieron total confidencialidad con sus datos personales para proceder a la

entrevista. La entrevista al director se realizó de manera presencial en el Teatro de la sede Chapinero.

Análisis de las entrevistas

En el análisis de las entrevistas se pudo observar los diferentes públicos que maneja el Teatro Libre, los cuales varían dependiendo la sede y los aspectos positivos y negativos de este, como cambia la percepción del teatro dependiendo de la sede en la que se encuentren, así mismo los diferentes eventos que se ven en una sede a la otra, resaltando el diferencial que tiene el Teatro Libre a comparación de otros teatros y como este se vuelve un espacio más personal y seguro, en cuyas dos sedes se encuentra esa sensación familiar y de amabilidad, permitiéndoles gozar no solo de obras críticas con un contenido sin igual, sino también de música en vivo y demás actividades que abre el teatro.

También, se pudo identificar cuál es la motivación de este tipo de público para consumir teatro y contenidos culturales, siendo este el compartir de ese espacio con familiares, amigos o pareja, tener ese espacio que abre el debate y el intercambio de conocimientos teniendo el arte como punto en común.

Mapa de empatía

De acuerdo a lo que se analizó respecto al público, se realizaron tres mapas de empatía, cada uno dirigido a diferentes públicos:

- Primer cuadro (Anexo A): Se realizó analizando el público que maneja el Teatro Libre en general, tomando aspectos como lo son el “¿Qué piensa y siente?, ¿Qué ve?, ¿Qué habla y hace?, ¿Qué escucha?” lo que permitió diferenciar los dos distintos tipos de públicos que se manejan en el teatro ya que difieren según su sede, lo que llevó a los dos siguientes cuadros.

Segundo y tercer cuadro (Anexo B y C): Cada cuadro se realizó separando el público que frecuenta cada sede, analizando las entrevistas que se tomaron para poder completar de manera puntual los aspectos mencionados en el anterior cuadro, determinando de tal manera cómo el Teatro Libre es una marca monolítica que se conforma de dos tipos de públicos con distintos perfiles y gustos.

Análisis del Teatro Libre

El análisis a las entrevistas realizadas y los mapas de empatía fueron tomados como base, de los cuales se realizó un análisis sobre el Teatro Libre en el que se manejaron 4 variables:

- **Público Objetivo:** Se implementaron las entrevistas como base para conocer las motivaciones de la gente a consumir cultura, qué es lo que los lleva a consumir teatro y el porqué, encontrando en el análisis cómo el público consume cultura, ya que les permite conocer e interactuar con personas de varios perfiles y edades, desde niños a ancianos con profesiones diferentes las cuales van desde antropólogos a profesores, abogados, artistas, etc., que tengan en común el interés por el teatro y poder aprender entre ellos otros puntos de opinión para enriquecer sus conocimientos, encontrando estos espacios como un lugar para ir en familia, pareja o amigos y salir de la rutina que la ciudad genera.
- **Teatro Libre:** A partir de la información que suministró el público objetivo en las entrevistas realizadas, se planteó la pregunta: ¿qué hace el Teatro Libre por su público que para ellos es valioso? A partir de las posibles respuesta al anterior cuestionamiento, se llega a la conclusión de que el propósito del Teatro Libre es:

El Teatro Libre facilita espacios y contenidos para las personas en los que les permite compartir sus puntos de vista (profesionales, personales, emocionales) a partir de diferentes intereses, pero con un objetivo en común, orientado al arte, creando una conexión que fortalece y fomenta el crecimiento de la comunidad del Teatro Libre.

- **Competencia:** Al considerar la oferta que tiene el Teatro Libre y su propósito, se tomó la oferta cultural que tiene Bogotá y se redujo a dos posibles competencias que, a pesar de ser escenarios diferentes, tienen propósitos y contenidos cercanos a los que ofrece el Teatro Libre ya que muestra de formas alternativas contenidos que van más allá de obras y que les permite crear una conexión con el público:

- **Cinemateca distrital:** Tiene una oferta artística y cultural con un tono informal y accesible para su público, buscando traer al público contenido nacional e internacional audiovisual.
- **La media torta:** Es un espacio cultural donde muestra la diversidad de Bogotá sin importar estratos o nacionalidad, estableciendo una comunidad en la que su interés es disfrutar los diferentes eventos que ofrece (danza, teatro, música en vivo).
- **Mercado:** A partir de un análisis a los datos de consumo cultural en Colombia que publica el DANE cada año, se encontró una oportunidad de mercado que hay a partir de los datos dados: abrir más espacios de música en vivo de diferentes géneros que interactúen con el público y genere espacios de conexión.: los conciertos, recitales, presentaciones o espectáculos de música en vivo fueron los eventos a los que los hombres y mujeres más asistieron con 21,6% y 19,6%, respectivamente, (DANE, 2020).

Manifiesto

Los datos dados a conocer anteriormente y tomando el propósito del Teatro Libre se realizó un manifiesto que mostrara de manera más metafórica y emocional lo que hace el Teatro por la gente y lo que hace que el público acuda al Teatro Libre:

El teatro transforma...

Transforma escenarios, puntos de vista, personas, pensamientos

Transforma ideas, emociones,

El teatro es un lugar donde se crean familias, amistades, debates

Un lugar que construye historias y que le da el poder a su público de compartir lo que siente al presenciarlo, de explotar todo lo que lleva dentro, de hablarlo con el que está en la silla de al lado, de comunicarse con los personajes de la obra, de compartir con el actor en escena y fuera de ella, el teatro crea encuentros, tardes de café, argumentos, críticas y aprendizajes que se convierten en muchas historias por contar

Teatro Libre de Bogotá.

Personalidad de Marca

A partir del análisis que se realizó al Teatro Libre, mapas de empatía y teniendo como base el manifiesto, se empezó a trabajar en la construcción de la personalidad de marca del Teatro Libre, el cual se dividió en una lista de características que se reflejarán en el Teatro a partir del punto de vista del cliente, las entrevistas realizadas, valores que representa el mismo teatro y lo que este reflejaba en el momento que se realizó las visitas de campo:

- Valores e ideas que defienden:
 - Romper esquemas (trasgresores)
 - Transformación social
 - Autenticidad
 - Disciplina
 - Creatividad

- Acciones que realizan:
 - Ofrecerle a la comunidad alternativas de arte con diferentes contenidos, talleres y exposiciones mostrando una variada franja de contenido a sus espectadores.
 - Romper la rutina del teatro habitual mostrándole a los asistentes cómo los actores pueden desenvolverse en papeles primarios, secundarios, extras, desligándose de las jerarquías.
 - Disciplina en sus oficios, asistiendo religiosamente a los ensayos y mostrando el esfuerzo que hacen por cada evento.
 - Contenido crítico que hace pensar más allá al espectador, generando curiosidad y dando pie a la conversación entre el público y actores.
 - Brindar espacios de aprendizaje en las que comparten y expanden el arte del Teatro, apoyando el talento local.

- Cómo se percibe el teatro de manera sensorial (estructura, tonos, texturas, entre otros).
 - Sede Chapinero:
 - Elegante, clásico.
 - Predominan las tonalidades rojas y la madera con su textura.

- Fuente de iluminación de tonalidad cálida, grandes bombillos lo que genera un ambiente cálido.
- Ambiente orientado a los amigos y pareja.
- Sede Centro:
 - Coloquial, estilo colonial.
 - Predominan las tonalidades blancas y los tonos madera con su textura.
 - La luz natural es la fuente principal de iluminación, esto da una sensación de tranquilidad.
 - Ambiente familiar.

A partir de un análisis de estos 12 arquetipos de marca, se seleccionaron dos que se adaptan directamente a la marca:

- Arquetipo explorador:
 - Autenticidad
 - Busca nuevos retos
 - Escapar del aburrimiento
 - Inconformista (Transformación social)

El Teatro Libre rompe esquemas del teatro tradicional, ya que por medio de sus actores demuestra cómo estos pueden desenvolverse en cualquier tipo de personajes de una forma original e inspiradora, sacando de la monotonía al público y dándole el poder de aprender y convertirse en un crítico.

Por otro lado, el Teatro Libre ofrece espacios donde se comparten opiniones entre el público, lo cual se relaciona con la transformación social del arquetipo explorador.

- Arquetipo creador:
 - Formación artística
 - Creatividad

La creatividad está presente en el Teatro Libre ya que ofrece varias alternativas de contenido artístico para su público, la disciplina para sus ensayos y preparación para cada evento se relaciona con la formación artística del arquetipo creador.

Racional

Habiendo establecido los arquetipos que tiene la marca, se realizó a partir de ellos el racional. El racional es un párrafo en el cual se resume las motivaciones del público y los valores de la marca, complementándose con el propósito:

“El Teatro Libre no solo entretiene a las personas, es un espacio donde todos pueden ser ellos mismos, un lugar donde surgen preguntas y nuevas respuestas, donde el arte en vez de dividir opiniones las une, donde se comparte energía, emociones, intereses y donde se crean conexiones inexplicables entre las personas que asisten a él, casi como un espacio donde nacen nuevas comunidades que siempre tendrán una historia por contar.”

Concepto

Después de haber establecido el racional y teniendo en cuenta todo lo realizado, se construyó a partir de ello un concepto que reúne y expresa lo que el Teatro Libre quiere comunicarle al público, dejando este como un slogan que es la base de la construcción de las tácticas:

- Unidos para transformar historias.

Territorios

Para continuar con el desarrollo de la estrategia que abarca todos los puntos anteriormente mencionados, es necesario definir unos territorios en los que la marca va a desarrollar sus acciones y en los que se va a mover el contenido. Al hablarse de territorios de marca, se refiere a un espacio, idea o situación en la que se espera que el público relacione a la marca. Es así como se definieron tres en los que se involucrará el Teatro Libre:

- Curiosidad por las historias de sátira política (por su contenido actual en las obras)
- Nuevos talentos a partir de habilidades aprendidas o innatas que se puedan conectar al arte (por su academia de formación)
- Entretenimiento alternativo enfocado a las presentaciones en vivo como música, stand up, comedia, etc. (por la variedad de oferta que tiene el teatro)

Tácticas

Habiendo definido los territorios en los que se moverá la marca, se realizaron tres tácticas enfocadas cada una en un territorio, estas tácticas consisten en una serie de acciones o herramientas que se requieren para poner en marcha la estrategia. En cada táctica se define la acción, el cómo, diseño, la forma en la que esta será difundida, su tono de comunicación y tienen un inicio, desarrollo y cierre el cual cuenta todo el proceso de la acción:

- **Táctica 1:**

Hay temas que generan un interés especial en el público, incluso se convierten en el foco de una nueva conversación donde personas de la comunidad juegan el papel de críticos y generan un debate alrededor de estos, por ejemplo, la sátira política que se ha convertido en un tema muy relevante para las obras de teatro. Esta vez se busca que la comunidad se una para transformar las historias y contarlas a su manera.

- **Inicio:** Se creará un podcast el cuál se llamará “Unidos a una sola voz” donde se recopilará las voces de la comunidad y los debates que pueda generar cada obra que presenta el teatro, como ejemplo se usará la obra *El inspector*. El podcast constará de micro grabaciones de máximo 15 minutos que tendrán las voces de la comunidad y sus posturas frente a los temas que vean en las obras de teatro lo cual ayudará a tener un registro de los diferentes puntos de vista de la comunidad, las opiniones de todos los perfiles del público y adicional a esto servirá como contenido para publicar en redes sociales y abrir debates con los seguidores.

¿Qué se necesita?

Comunicar a la comunidad esta nueva dinámica para que cuando asistan al teatro puedan participar y formar parte de nuestro podcast.

1. Se realizará una serie de historias de Instagram en las que se iniciará con una serie de encuestas con preguntas como:

- ¿De qué tema te gustaría que habláramos en el siguiente capítulo de nuestro podcast “Unidos a una sola voz”?
 - Corrupción en la sociedad
 - Corrupción en la educación
 - Compra de votos

También se harán historias con preguntas abiertas en las que se pondrá una caja de respuestas para que el público conteste, ejemplo:

- ¿Crees que la corrupción puede llegar a estar justificada en algún caso?

Después de las preguntas se pondrá una historia en la que tenga un copy en los que invite al público que interactuó en las historias a que cuenten esos pensamientos e ideas:

- ¡Queremos escucharlos!
Ahora en las sedes del Teatro libre podrán alzar la voz y contarnos su postura frente a los temas de nuestras obras, es por ello que les presentamos...

Se cerrará la serie con una historia en la que presente el nombre que tendrá el podcast: “Unidos a una sola voz”, indicando cómo podrá ser encontrado pronto en spotify.

2. Se hará un flyer en el que se invitará a la participación del podcast y se hará entrega de este al tiempo que se realice la compra de la entrada a la obra, para expandir la invitación.

○ **Desarrollo:**

Se tendrá una vocera que se encargue de hablar con las personas al final de cada obra de teatro, para hacerles preguntas puntuales referentes a los temas que

pueden generar un debate importante dentro de la comunidad que asiste a las obras. De esta manera, se podrá transformar la historia original y conocer la perspectiva del público para crear nuevos puntos de vista, nuevas posturas y nuevos temas de conversación. Contará con la oportunidad de traer “invitados” (Los invitados serían los actores, o el director de la obra, etc.) con los que las personas podrán debatir ahí en el mismo teatro, enfocándola sátira, uniendo este al tema de la obra que recién se vio y como los lleva a la realidad de Colombia en temas como la corrupción, compra de votos, dictaduras, etc. El podcast constará de una temporada que durará un ciclo de obras del Teatro con 6 episodios (2 por mes) en dónde se tratarán temas importantes de cada obra. Por ejemplo, para la obra de *El Inspector* los temas serán: corrupción en la política, compra de votos, corrupción en la sociedad, corrupción en la educación, abuso de autoridad y falta de controles en el actuar de nuestros gobernantes. El orden de los temas se definirá a través de encuestas vía historias de Instagram en donde el público escogerá qué quiere escuchar en el próximo capítulo. Al finalizar la temporada, se hará un análisis de la efectividad del podcast respecto a la atracción de nuevo público para el Teatro y se evaluará la posibilidad de una segunda temporada. El espacio de las grabaciones se encontrará en ambas sedes, ubicados en los espacios sociales que cuenta el teatro.

1. Cada podcast contará de tres tiempos en los que se dará inicio con el moderador contando la temática del capítulo y su relación con la obra el inspector, luego se mostrará los 5 mejores debates y los mejores encaminados al debate. Se cerrará con una conclusión de la moderadora o invitado de la semana sobre el tema, terminando con el slogan “Unidos a una sola voz, visita el Teatro Libre y encuéntranos en sus dos sedes”.
2. Se subirá un post de Instagram en el que incluirá la imagen del espacio del teatro junto con el poster de expectativa del podcast, invitando y enseñando en donde podrán encontrar a la vocera para hacer oír su voz, dando indicaciones

de que se encontrará en spotify y que será un contenido que se subirá cada jueves de por medio.

3. La temática del podcast se manejará de acuerdo a las obras que se están presentando en cartelera, en este caso poniendo de ejemplo la obra “El inspector” por lo que se hará historias de Instagram que tendrá una caja de respuestas en la que la pregunta central será: “¿Qué tema crees que se podrá relacionar de la obra el inspector hoy en su función, con nuestro contexto político actual?”

Se cerraría la historia con una invitación “Cuéntanos hoy en nuestro espacio ‘Unidos a una sola voz’ después de la función, si el tema que pensaste lo viste reflejado en la obra o si esta tomó un giro que no esperabas”

4. Los actores crearán micro capsulas de vídeo que se compartirán por sus redes sociales en las cuales invitarán a las personas a participar en la grabación de los podcast:

“Nuestra obra de teatro el inspector está en nuestras salas este mes y queremos que ustedes participen en ella, ¿Cómo? Siendo la voz de nuestro próximo capítulo de podcast. Ven a nuestras sedes del teatro libre y cuéntanos que tan cerca de nuestra realidad se sintió la obra.”

○ **Cierre:**

1. Al final de cada episodio del podcast se realizará una invitación al público tanto a que sigan las redes del Teatro Libre, como a que asistan al Teatro y todo lo que tiene por ofrecerles, además de poder participar en los próximos episodios del podcast.

○ **2.** Se subirá una historia de Instagram cada jueves que no se sube capítulo del podcast indicando la fecha que sale el próximo capítulo de la serie de spotify y el nombre que este tendrá, dando la invitación a que no se lo pierdan.

3. Se hará una serie de mini capsulas de video en las que se muestre a las personas participando de las grabaciones y debates, los cuales se subirán como una serie de historias de Instagram, cerrando con una historia invitando a participar al próximo debate teniendo en cuenta la siguiente obra.

“¡No te pierdas de esta temporada en Spotify! Búscanos como “Unidos a una sola voz”. Descubre porqué deberías ir a ver *El Inspector* al Teatro Libre y participar del debate, encuétranos al final de cada función en nuestras sedes y continuemos unidos alzando la voz”

- **Táctica 2:**

Se quiere demostrar que el arte está en todas partes y que unidos se puede no solo transformar la cultura, sino, también, contar historias inolvidables, por eso esta vez los actores no van a salir del teatro sino del público. Bogotá es una ciudad que respira arte, sus expresiones son infinitas, es normal ver en la esquina al cuentero y en la siguiente cuadra al pintor.

- **Inicio:** Se realizará la primera exposición abierta de arte callejero expuesta dentro del Teatro Libre sede centro, con actores que nos representan desde las calles, que inspiran, que viven de la pasión y que nacieron con el talento de transformar a través del arte. Por eso, se les dará visibilidad a través de otro artista: un fotógrafo. Estos serán los encargados de hacer un tour por Bogotá y tomará el registro fotográfico de los cientos de expresiones artísticas que hay en las calles para luego ser expuestas en el teatro y en sus redes sociales.

¿Qué se necesita?

Comunicar esta nueva iniciativa e incentivar al público a participar y ser parte de la exposición.

1. Se iniciará con una serie de historias en Instagram en las que se hará unas preguntas retóricas y se cerrará con una de invitación:

Historia 1: ¿Eres de esas personas que desde que entran al teatro están tomando fotos? ¿Desde la sala hasta el escenario?

Historia 2: ¿No sueltas el celular y siempre tienes lista el modo cámara para cualquier ocasión?

Historia 3: ¡Te estamos buscando!

1. Se hará un post de Instagram en el que tendrá el copy “Primera exposición en el teatro libre, Unidos capturando historias”, en donde se explicará en la descripción lo que será la primera exposición abierta del teatro libre e invitando a la comunidad a participar.

Post: Unidos vamos a transformar la historia del arte, la cultura y el teatro. Los requisitos son: Tener un celular con cámara, ganas de darte un tour por Bogotá y un ojo crítico que sepa capturar en segundos los mejores momentos de los artistas que están por la ciudad. Serán 5 fotógrafos los que tendrán sus obras expuestas en el teatro, no te quedes sin participar.

2. Se hará un vídeo en el que se compartirá a través de historias de Instagram, cerrando estas con el post de invitación en historia.

Historia 1: Persona caminando por la calle, ve a un artista callejero “Uy, esto es justo lo que estaba buscando para la convocatoria del teatro libre”

Historia 2: El personaje saca su teléfono y le toma una serie de fotografías “Eso, así seguro que me van a escoger para la exposición”.

Historia 3: El personaje mira a la cámara (espectador) “¿Y tú? ¿no te vas a unir? ¡Es la convocatoria a la exposición del teatro libre! Las mejores fotografías se van a exhibir en el teatro, ¿Qué esperas?”

Historia 4: Cierra con el post del feed en el que está la invitación de la convocatoria.

○ **Desarrollo:**

La exposición se llamará “Unidos capturando historias” y mostrará como a partir de 3 fotografías el arte transforma la vida o historia una persona. El Teatro Libre hará un filtro de los trabajos que les lleguen al correo, escogiendo de esa forma las 5 mejores obras que se expondrán en el teatro. Los seleccionados serán contactados por correo, dándoles las indicaciones del formato a imprimir sus obras y el día de montaje.

El espacio de exposición será en la sede centro del teatro, en donde en su patio central se expondrán las obras de 5 fotógrafos elegidos, dicha exposición tendrá una duración de dos semanas.

1. Se hará un post en el que tendrá como copy el nombre de la exposición y en su descripción explicará los requisitos para postularse:

Post: ¡Esto apenas comienza! Juntos podemos seguir transformando historias, te invitamos a la primera exposición de fotografía del teatro libre, ¿Cómo puedes participar? ¡Solo necesitas un celular! Los requisitos son: Tomar 3 fotografías en las que nos muestres como el arte transforma la vida de las personas. Tienes hasta el 20 de Diciembre para enviar las obras al siguiente correo: xxxxx xxxxx
¡No te quedes sin participar!

2. El poster de la convocatoria se expondrá en ambas sedes del teatro con un código QR en el que podrán encontrar los requisitos para participar y el beneficio que obtendrán.

3. Se hará un post en el cual se hará la invitación al lanzamiento del evento, el cual se invitará al director del teatro quien dará unas palabras y dará inicio a la exposición, habrá música en vivo y unas palabras finales en las que cada artista explicará su intención con el trabajo expuesto.

Post: Gráfica con el copy de la exposición.

¡Se viene el gran día! La primera exposición de fotografía del teatro libre. Te invitamos este 10 de enero a participar en la inauguración de nuestra exposición en donde podrás ver el arte a través de otros ojos.

Será en nuestra sede centro, no te lo pierdas.

4. Se subirá una serie de historias de Instagram en las que contará con vídeos de 15 segundos del evento, las obras expuestas y los invitados y en las cuales seguirá invitando a la comunidad a conocer y ver el espacio.

○ **Cierre:**

1. Se harán capsulas de vídeos que se subirán como reels de Instagram en los que expongan las obras de cada artista con su intención (voz en off), las cuales se subirá cada una como historia de Instagram, cerrando esta con una historia invitando a votar por su serie favorita.

Historia final: ¿Cuál fue tu favorito? Ingresa al link y vota por quién crees fue la mejor fotografía, tienes hasta el 25 de enero para decidir.

2. Se hará un post carrusel en el que se mostrará el ganador de las votaciones junto con sus obras, felicitando a este y dando a conocer al público que se realizará una subasta con las obras del fotógrafo, invitando a participar en esta.

Post: ¡Juntos capturamos historias! Xxxxxxx (nombre del artista) captó cómo el arte puede seguir transformando historias, sus fotografías serán subastadas el 30 de enero en nuestra sede centro, los fondos recolectados serán usados en nuestra escuela de formación para seguir apoyando el talento que hay en Bogotá.

- **Táctica 3:**

La música y entretenimiento es un valor agregado al momento de estar en espacios culturales ya que complementa la esencia y esa magia que llena el espacio. Actualmente, en Bogotá hay una gran cantidad de artistas que aún no han logrado tocar esa pequeña parte de reconocimiento en el público y están emergiendo, buscando espacios y escenarios que les permitan presentarse de manera adecuada y darse a conocer.

- **Inicio:** En el espacio de música en vivo de la sede centro abrirá la oportunidad a que artistas puedan estar en el escenario contando sus historias a través de su talento. Constará de una convocatoria en la que el teatro invitará a que se inscriban y participen en la selección de 5 nuevos artistas que estarán tocando cada viernes en el teatro libre. El teatro libre será el encargado de escoger los 5 mejores artistas que estarán participando, avisando a los seleccionados por medio de correo electrónico y explicando a detalle como podrán tocar tres canciones por artista, la hora del día en el que se presentarán y el orden.

¿Qué se necesita?

Comunicar la convocatoria e incentivar la participación de los artistas a que se unan al teatro libre.

1. Serie de historias de Instagram en las cuales será publicado a modo de storytelling la invitación a la convocatoria.

Historia 1: “¿Sabías que la sede centro del teatro libre cuenta con música en vivo?” Caja de respuestas si/no.

Historia 2: “En nuestra sede centro disfrutamos de buena música a la vez que podemos hablar con nuestros amigos de los eventos que vivimos aquí en el teatro.”

Historia 3: “¿Te gustaría estar aquí y contar historias con tu talento? ¡Pues ahora puedes!

Historia 4: “Se abre la convocatoria en la que podrás tocar aquí cada viernes. Entérate en nuestras redes sociales de como podrás participar” Junto con el copy el talento de contar historias.

2. Post de Instagram en la que contará con el copy “El talento de contar historias”, el cual en su descripción expondrá la convocatoria y sus requisitos.

Post: ¡Sé parte del teatro libre con tu talento! Se abre el primer espacio en el que podrás contar con tu voz nuevas historias. Podrás mandarnos al siguiente correo xxxxx un vídeo de 30 segundos interpretando tu mejor canción. Se recibirán vídeos hasta el 30 de diciembre.

3. Se harán posters los cuales serán expuestos en ambas sedes del teatro con el copy de la convocatoria invitando a las personas a participar de esta, dejando un código QR que los redirigirá a los post de Instagram y reel donde expone la convocatoria y requisitos.

Poster: En la sede centro se vive el talento de contar historias. ¿Cómo puedes unirte? Escanea el código y entérate cómo.

○ **Desarrollo:**

El arte de contar historias será un espacio de música en vivo los viernes en el teatro, en los que se compartirán los artistas que estarán, presentándolos como artistas exclusivos y promocionando ese espacio con el que cuenta el teatro libre.

1. Post de Instagram con copy “Con arte transformamos historias “en la que en su

descripción extenderá la invitación a la comunidad de participar en los eventos de música en vivo con los que cuenta el teatro libre.

Post: ¿Conoces nuestros artistas exclusivos? Cada viernes en nuestra sede centro podrás escuchar un nuevo artista que transforma historias a través del arte
¡Visítanos!

2. Se hará un flyer con los nombres de los artistas que se están presentando, en el cual el público podrá seleccionar su favorito los cuales podrán ser depositados en una urna a un lado del escenario.

Flyer: ¿Cuál de estos artistas te gustaría ver de nuevo aquí en nuestra sede centro?

3. Se hará una serie de historias de Instagram en las que mostrará en 15 seg un pequeño vídeo con cada artista tocando e invitando a la comunidad.

Historia: Puedes vivir esta experiencia cada viernes en la sede centro del teatro.

Cierre:

1. Teniendo en cuenta los votos de los participantes que dejaban en la urna, se seleccionará un (o dos, dependiendo los votos) artista el cual se le dará la invitación de ser un artista permanente del teatro.

2. Se publicará una serie de historias en las que se pondrán una lista de tres canciones del artista seleccionado, junto con su presentación en vivo y una invitación a que lo visiten al participar en los eventos de música en vivo.

Historia 1: Lista de las tres canciones que presentaron en el teatro.

¿Escuchaste estas tres canciones y quedaste con ganas de más?

Historia 2: ¡No te preocupes! Ellos llegaron para quedarse

Historia 3: Vídeo de fondo con la presentación del artista “Ahora podrás verlos todos los viernes en nuestra sede centro, visítanos después de cada función!”

3. Capsula de vídeo en la que el artista cuenta su experiencia y cómo transformó su historia pasar por el teatro libre.

Reflexión final

A lo largo de la historia del teatro en Colombia, y en especial del teatro en Bogotá, se ha evidenciado cómo este siempre ha estado como un testigo invisible en el entorno y vidas de los ciudadanos bogotanos, siendo un arte que acompaña y aunque es casi imperceptible siempre ha estado allí. El teatro ha pasado por diferentes situaciones y contextos culturales que lo han ido transformando de a poco, pero siempre manteniendo su esencia como creador y formador de grandes y reconocidos artistas en el país que lo han llevado a lo más alto.

En algunas ocasiones, es olvidado o cambia de nombre, pero ha resurgido en distintas épocas y ha tomado fuerza, quedando en la memoria de varias generaciones hasta llegar al día de hoy, donde con ayuda de las estrategias de comunicación, las redes sociales y el voz a voz, puede tomar gran impulso y volver a reencontrarse con la cultura que algunas ocasiones lo dan por perdido.

El proyecto de investigación permitió ver cómo la unión interdisciplinar de tres áreas enfocadas al arte, son complementos importantes al momento de abordar una problemática con enfoque cultural y artístico como lo es el teatro en Bogotá, y más específicamente el Teatro Libre. Los distintos puntos de vista ayudaron a tener un panorama más completo, y en tres contextos diferentes que permitieron afrontar de forma más completa la investigación. Así mismo, comprender la importancia de las distintas profesiones al momento de realizar un análisis profundo a un cliente real.

Es importante traer de nuevo a la mira cómo el teatro (y en especial el Teatro Libre) ha sido un punto de integración y entretenimiento por años para la sociedad, así como este sigue siendo un factor importante para el sector cultural y que busca, a partir de la investigación, la

comprensión del teatro como un arte que no muere. El teatro sigue atrayendo a cientos de personas que encuentran un lugar que les permite salir de la rutina y adentrarse en una comunidad que abre la posibilidad de crear un espacio de discusión y trabajar en su pensamiento crítico.

Apoyar el teatro y, sobre todo, al Teatro Libre es apoyar la historia y la cultura de Bogotá, es recordar los troles (buses de Bogotá), las quebradas y la vegetación en el oriente de la ciudad, escuchar ese tono cachaco que se caracterizó y que hoy en día se han perdido, donde se buscaba un espacio para distraerse, para divertirse y para relacionarse, en el que en muchas ocasiones ese espacio era el teatro. Hoy en día se debe seguir apoyando nuestra identidad y buscar esos espacios en donde tal vez abuelos y padres se conocieron, donde es posible ir por un café, leer un libro o, mejor aún, hablar y discutir sobre la experiencia que se vivió con otras personas después de que se termine la función.

Listado de referencias

Adame, D. Prieto, A. (2011) Filosofía, teatro y comunidad: Diálogo con Germain Meyer. *Segunda época, Volumen 1, Núm. 2*, página 105 - página 116.

<https://investigacionteatral.uv.mx/index.php/investigacionteatral/article/view/1092/2021>

Asier. (2018, 19 de octubre) Teatro vs Cine: Comparando distintas técnicas de actuación.

<https://aficionarts.com/teatro-vs-cine-comparando-distintas-tecnicas-de-actuacion/>

Baez, J. R. (2020, 12 de Mayo). *¿El show podrá continuar?, repercusiones de la pandemia en el teatro colombiano*. Obtenido de Anadolu Agency : <https://www.aa.com.tr/es/cultura/-el-show-podr%C3%A1-continuar-repercusiones-de-la-pandemia-en-el-teatro-colombiano-/1838383#>

Bautista, E., Carreira A. M., Llanos, Y. M., García, D. & Malagón, R. (s.f.) *Práctica del teatro en Bogotá: La expresión de un acontecimiento*. Universidad Tadeo Lozano.

<https://www.utadeo.edu.co/es/link/politicas-y-practicas-de-la-vida-cultural/44731/practica-del-teatro-en-bogota-la-expresion-de>

“Comunidad” (2021, 11 de octubre) En Significados.com.

<https://www.significados.com/comunidad/>

DANE. (2020) Encuesta de consumo cultural, ECC 2020 [Conjunto de datos]

<https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/eccultural/boletin-tecnico-ecc-2020.pdf>

“Espectador” (2021, 12 de octubre) En Portal del Arte.cl

<http://www.portaldearte.cl/terminos/espectador.htm>

Galeano, R. (s.f.) El arte de teatrear. El teatro en Colombia.

<https://elartedeteatrear.wordpress.com/teatro-en-colombia/>

Garcés, A. (2015) La ciudad teatro: El lugar de la escena y otros lugares. [Tesis doctoral]

Universitat Politècnica de Catalunya, Departamento de Proyectos Arquitectónicos.

<http://hdl.handle.net/10803/334981>

Iglesias, D. (2016, 3 de agosto) ¿Qué es el Territorio de Marca? Estrategia de contenidos, Lab

School. <https://www.labschool.es/que-es-el-territorio-de-marca-estrategia-de-contenidos/>

Méndez, D. (s.f.) ¡Un minuto y a escena!, XL Semanal.

<https://www.xlsemanal.com/actualidad/20160124/minuto-escena-9428.html>

Pérez-Curiel, C., Sanz-Marcos, P. (2019). La Investigación en Moda: Nuevos Formatos de Comunicación y Consumo. *Revista Prima Social*, Núm. 24, página 8 - página 12.

<https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/86318/2826-10636-1-PB.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Perez, L. (s.f.) Los 12 arquetipos de personalidad ¿Cuál le va a tu marca?, Making love marks.

<https://www.makinglovemarks.es/blog/arquetipos-de-personalidad-de-marca/>

Reyes, C. J. (1979) Una historia: del teatro colombiano. *Tramoya*, abril-junio 1979 no. 15, página 30 - 43.

<https://cdigital.uv.mx/bitstream/handle/123456789/4794/197915P30.pdf?sequence=2&isAllowed=y>

Rosamanco. (2014, 22 de junio) Teatro vs. Cine.

<https://cortinasrojas.wordpress.com/2014/06/22/teatro-vs-cine/>

Teatros canal. (2016, 11 de abril) Conoce las partes de un teatro que no ves como espectador.

<https://blog.teatroscanal.com/2016/04/11/conoce-las-partes-de-un-teatro-que-no-ves-como-espectador/>

Teatro Libre. (2021, 12 de octubre) Historia. Teatro Libre. <https://teatrolibre.com/historia/>

Torres, I. (s.f.) Comunicación estratégica y táctica: el cómo y el con qué, Morpho.

<https://morpho.com.mx/comunicacion-estrategica-y-tactica-el-como-y-el-con-que>

Zona Bogotá D.C (2014, 26 de abril) ¿Y cómo empezó el teatro en Colombia?

<https://www.zonabogotadc.com/2014/04/y-como-empezo-el-teatro-en-colombia.html>

Anexos

Anexo A



Anexo B



Anexo C



Por intermedio del presente documento en mi calidad de autor o titular de los derechos de propiedad intelectual de la obra que adjunto, titulada “**La función después de la función**”, autorizo a la Corporación universitaria Unitec para que utilice en todas sus formas, los derechos patrimoniales de reproducción, comunicación pública, transformación y distribución (alquiler, préstamo público e importación) que me corresponden como creador o titular de la obra objeto del presente documento.

La presente autorización se da sin restricción de tiempo, ni territorio y de manera gratuita. Entiendo que puedo solicitar a la Corporación universitaria Unitec retirar mi obra en cualquier momento tanto de los repositorios como del catálogo si así lo decido.

La presente autorización se otorga de manera no exclusiva, y la misma no implica transferencia de mis derechos patrimoniales en favor de la Corporación universitaria Unitec, por lo que podré utilizar y explotar la obra de la manera que mejor considere. La presente autorización no implica la cesión de los derechos morales y la Corporación universitaria Unitec los reconocerá y velará por el respeto a los mismos.

La presente autorización se hace extensiva no sólo a las facultades y derechos de uso sobre la obra en formato o soporte material, sino también para formato electrónico, y en general para cualquier formato conocido o por conocer. Manifiesto que la obra objeto de la presente autorización es original y la realicé sin violar o usurpar derechos de autor de terceros, por lo tanto, la obra es de mi exclusiva autoría o tengo la titularidad sobre la misma. En caso de presentarse cualquier reclamación o por acción por parte de un tercero en cuanto a los derechos de autor sobre la obra en cuestión asumiré toda la responsabilidad, y saldré en defensa de los derechos aquí autorizados para todos los efectos la Corporación universitaria Unitec actúa como un tercero de buena fe. La sesión otorgada se ajusta a lo que establece la ley 23 de 1982.

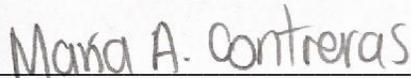
Para constancia de lo expresado anteriormente firmo, como aparece a continuación.

Firma



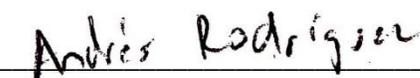
Nombre Sara Jiménez Galvis

CC. 1031174372



Nombre María Alejandra Contreras Medina

CC. 1015441625



Nombre Andrés Felipe Rodríguez Beltrán

CC. 1016106481



Nombre Esteban Juan Zsakay Cajica

CC. 1070942455