

Universidad de Lima
Facultad de Comunicación
Carrera de Comunicación



UNA MIRADA A LA PRODUCCIÓN DE CONTENIDOS ARTÍSTICOS Y CULTURALES

Trabajo de Suficiencia Profesional para optar al Título Profesional de Licenciada en
Comunicación

Katerine Patricia Rodriguez Koecklin

Código 19982595

Asesor

Miguel Gustavo Bernal Quijano

Lima-Perú
Noviembre de 2021



**UNA MIRADA A LA PRODUCCIÓN DE
CONTENIDOS ARTÍSTICOS Y CULTURALES**

ÍNDICE

RESUMEN	6
INTRODUCCIÓN	8
1. EXPERIENCIA PROFESIONAL	9
1.1 Inicios en la producción audiovisual: documentales para la televisión estatal.....	9
1.1.1 Asistencia de producción	9
1.1.2 Producción ejecutiva.....	9
1.1.3 Producción, dirección y guion	9
1.2 La producción audiovisual para clientes corporativos	10
1.3 Una incursión a la comunicación ambiental	10
1.4 La producción de eventos	11
1.5 Ingresando a la producción cinematográfica y afianzando mi experiencia como productora audiovisual.....	11
1.5.1 Atiaja Film	11
1.5.2 Proyectos audiovisuales en Miami.....	12
1.5.3 Todos estamos haciendo Perú	13
1.6 La producción de actividades artísticas y culturales	13
1.6.1 Exposición “The Belly Feeling Project”.....	13
1.6.2 Encuentro de danza contemporánea en la Universidad de Lima	13
1.7 El Centro Cultural de la Universidad de Lima	14
2. COMPETENCIAS PROFESIONALES	15
2.1 Exposiciones de arte en La Galería de la Universidad de Lima	15
2.2 La coordinación de comunicaciones en un festival internacional de artes escénicas	18
3. REFLEXIONES PROFESIONALES	27
3.1 La formación universitaria como base del desarrollo profesional en un sector en constante cambio	27
3.2 La comunicación de contenidos artísticos y culturales en época de multiplataformas	30

3.3 Recomendaciones para los egresados de la carrera de Comunicación.....32

BIBLIOGRAFÍA35

ANEXOS36



RESUMEN

Comunicadora especializada en la producción y realización de contenidos artísticos y culturales para diversas plataformas, como cine, video, televisión, radio y medios digitales, así como en exposiciones y espectáculos escénicos. Con cerca de 20 años de experiencia profesional, se desempeña actualmente como directora del Centro Cultural de la Universidad de Lima, donde previamente ejerció el cargo de productora de actividades artísticas y coordinadora de La Galería ULima. La diversidad de proyectos en los que ha participado la han llevado a trabajar en diversas regiones del Perú, así como en el extranjero, colaborando incluso con comunidades nativas de la selva y quechuahablantes. Ha liderado equipos de trabajo dedicados al desarrollo y a la ejecución de campañas de comunicación para eventos culturales y festivales de artes escénicas. Su labor como productora se ha visto enriquecida y complementada con el conocimiento y uso de herramientas de diseño gráfico, fotografía, *social media* y edición de video. Asimismo, su continua formación en talleres de danza, teatro y cine la hacen competente en el campo de la escritura de guiones, la dramaturgia y la dirección de proyectos audiovisuales y escénicos.

Palabras clave: producción, contenidos culturales, estrategia de comunicación, arte, audiovisual, redes sociales

RESUMEN EN INGLÉS

Communicator specialized in production and realization of artistic and cultural content for different platforms such as movies, video, tv, radio and digital media. Also gallery shows and scenic shows. With nearly 20 years of professional experience, she is now the Director for the University of Lima Cultural Center, where she previously was the Artistic Activities Producer and ULima Gallery coordinator. Because of the diversity of the projects she has been a part of, she has had the chance to work in many different region of Peru and abroad, she has also collaborated with native communities in the Jungle and Quechua communities as well. She has lead work teams dedicated to the development and execution of communication campaign for cultural events and scenic arts festivals. Her labor as a producer has been enriched and complemented by the knowledge and use of graphic design, photography, social media and video editing tools. Also her constant training and formation through dance, theater and film workshops have made her a competent script writer, dramaturgy and direction of audiovisual and scenic projects.

Keywords: production, cultural content, communication strategy, art, audiovisual, social network.

INTRODUCCIÓN

En mi experiencia como productora de actividades y contenidos artísticos y culturales, he aprendido a valorar y a integrar una serie de conocimientos adquiridos en la Facultad de Comunicación de la Universidad de Lima y a través de los diferentes proyectos trabajados, e incluso he podido incorporar aprendizajes que más bien respondían a intereses o búsquedas personales.

Mi formación universitaria estuvo dividida en dos etapas. Durante los primeros ciclos llevé cursos relacionados con la especialidad de publicidad y *marketing*, y adquirí conocimientos sobre creación y desarrollo de estrategias de medios, planificación de campañas publicitarias, manejo de presupuestos, estudio de mercados y comportamientos del consumidor. En la segunda mitad de la carrera me orienté hacia la producción audiovisual, con lo que obtuve una base general acerca de las diferentes especialidades (guion, dirección, edición, fotografía, arte, sonido, producción y posproducción) y comprendí la importancia de integrarlas a través del trabajo en equipo para sacar adelante un producto sólido y creativo. Además, complementé mi formación siguiendo toda la línea de cursos de diseño gráfico y fotografía, y poniendo un especial énfasis en adquirir herramientas para la redacción y la escritura.

Esta diversidad de conocimientos me permitió desarrollarme en diferentes rubros de la realización audiovisual, como documentales para la televisión estatal, cine y proyectos corporativos en video y radio, especializándome principalmente en la producción, aunque tuve la oportunidad de asumir las funciones de edición, guion y dirección. Asimismo, mi trabajo como productora exigió que me capacite en administración y contabilidad de empresas, estrategias de ventas, financiamiento y búsqueda de auspicios. Además, al incursionar en el cine adquirí experiencia en distribución de cortometrajes, participación en festivales internacionales y el desarrollo, escritura y presentación de proyectos cinematográficos.

En paralelo, he recibido una formación continua en talleres de teatro, *clown*, danza y circo; así enriquecí mi trabajo como productora para especializarme, en los últimos años, en la realización de espectáculos escénicos, exposiciones de arte y comunicación en festivales de cine y de artes escénicas.

1. EXPERIENCIA PROFESIONAL

1.1 Inicios en la producción audiovisual: documentales para la televisión estatal

Inicié mi experiencia profesional en el programa *La buena tierra*, una coproducción entre el PNUD y Televisión Nacional del Perú que contó con la conducción de Antonio Brack. Esta serie documental promovía los econegocios, el desarrollo sostenible y la biodiversidad peruana por medio de la presentación de iniciativas y experiencias destacadas en las diferentes regiones del Perú. Mi paso por el programa se podría dividir en tres etapas:

1.1.1 Asistencia de producción (octubre 2002 - enero 2003)

Realicé mis prácticas preprofesionales en Televisión Nacional del Perú (TNP), Canal 7 (ahora TVPerú) como asistente de producción de *La buena tierra*. Me dediqué al pauteo del material grabado, la transcripción de entrevistas, la coordinación de canjes y el apoyo para las grabaciones en Lima. Tuve la oportunidad de analizar y desmenuzar todo lo que se grababa, desde el tipo de planos usados y la cobertura que se realizaba para las diferentes iniciativas hasta la forma como se guiaban las entrevistas para obtener las declaraciones más adecuadas y precisas para el programa.

1.1.2 Producción ejecutiva (febrero 2004 - marzo 2005)

Durante este tiempo, el programa fue coproducido por TNP y Mullu Producciones, empresa que en esta oportunidad me contrató directamente. Mi labor consistió en supervisar toda la estructura de producción, desde el desarrollo y la preproducción, la coordinación para grabación en provincias, la producción de campo y la asistencia de cámara, además de edición, realización de pagos y coordinación con auspiciadores, hasta la entrega del programa a TNP para su transmisión. Adicionalmente, este cargo implicó asumir parte de la gestión administrativa y contable de la empresa.

1.1.3 Producción, dirección y guion (abril 2005 - diciembre 2005)

En esta última etapa asumí la dirección y producción general de cuatro emisiones de *La buena tierra*, para lo que llevé a cabo la investigación y el

desarrollo del guion, en conjunto con Antonio Brack, quien se encargaba de la dirección científica. Los programas que realicé, que se grabaron en Loreto, Paracas, Pasco y Ucayali, fueron los siguientes:

- a. Industria maderera
- b. Loreto: tierra de oportunidades¹
- c. Política forestal
- d. Paracas: un trabajo en equipo

1.2 La producción audiovisual para clientes corporativos

Desde julio de 2006 hasta julio de 2008 me desempeñé como productora ejecutiva de Innova Films, donde coordiné y supervisé proyectos corporativos y publicitarios en diversos formatos: video, radio y eventos BTL. Como parte de mis funciones, estuve a cargo de la coordinación con clientes, venta de servicios, producción audiovisual y de eventos, supervisión de la edición de videos y grabación en estudio y cabina de audio, investigación, elaboración de guiones y realización de entrevistas de campo. Uno de los principales proyectos trabajados fue la preparación de *spots* de radio para Perú LNG, en los que se presentaron casos de éxito de emprendedores en Lima, Ica y Ayacucho, además de dramatizaciones que brindaban consejos útiles para pobladores de zonas rurales. En este proyecto elaboré guiones y realicé *castings*; además, hice la dirección de actores, grabación de audios, locuciones en estudio, entrevistas y grabaciones de campo, lo que incluyó trabajar con quechuahablantes.

1.3 Una incursión a la comunicación ambiental

En agosto de 2008 formé, junto con un socio, la empresa Línea Exótica Perú SAC, que estuvo dedicada a la realización de productos comunicacionales para la promoción de la riqueza natural y cultural del Perú, así como a la difusión del cuidado del medio ambiente. Asumí el cargo de gerente administrativa, además de labores como productora de actividades. Lo más significativo durante esta experiencia fue el trabajo con la comunidad shipibo-konibo Puerto Firmeza

¹ El programa puede verse en este enlace:
<https://videos.pucp.edu.pe/videos/ver/91d0070827e51811297e1cedf6f1416a>

(Ucayali), que implicó el desarrollo de vínculos de confianza para la realización de proyectos de mutua colaboración. En alianza con ellos, elaboramos productos con aplicaciones de bordados shipibo que se vendieron en algunas ferias y tiendas en Lima. También organizamos un intercambio cultural con dos niños de la comunidad que asistieron a clases en el colegio La Casa de Cartón, en Lima; y el I Encuentro Macrorregional de Niños Shipibos de Quinto y Sexto Grado de Educación Intercultural Bilingüe; sumado a ello, produjimos el espectáculo itinerante de cuentos amazónicos Oxe Neten Yoití, en el que también participé como narradora.

1.4 La producción de eventos

Desde diciembre de 2010 hasta marzo de 2011 brindé servicios a la empresa JQ Eventos Estructurados en la producción de campañas corporativas y eventos BTL para clientes como Backus y Graña y Montero, lo que me llevó a desarrollar diversas activaciones en la calle y en espacios públicos con gran afluencia de personas, como mercados o parques zonales.

Luego, entre marzo y agosto de 2011, fui contratada como productora general del IX Congreso Internacional en Terapia de Artes Expresivas “Viviendo en la incertidumbre: La diversidad como travesía sanadora desde las artes expresivas”, que se llevó a cabo en Lima y el Cusco del 10 al 16 de agosto de ese año, bajo la organización de TAE Perú y de la International Expressive Arts Therapy Association (Ieata). El evento reunió a más de 80 expositores provenientes de 15 países, y presentó alrededor de 70 talleres y ponencias, además de *performances* e instalaciones artísticas, que se ofrecieron tanto en español como en inglés, idioma en el que tuve que efectuar la mayor parte de la coordinación previa al congreso.

1.5 Ingresando a la producción cinematográfica y afianzando mi experiencia como productora audiovisual

1.5.1 Atiaja Film

En 2010 inicié mi colaboración con esta empresa como productora de una serie de proyectos corporativos, en los que también pude alternar las funciones de editora y guionista. Además, tuve la oportunidad de

incursionar en la realización de proyectos cinematográficos, entre los que destaca mi participación como productora asociada del cortometraje *Regreso*, de Jano Burmester, que obtuvo importantes reconocimientos en el Perú y que fue seleccionado en certámenes internacionales como el Festival de Cannes y el Clermont-Ferrand International Short Film Festival, además de ser exhibido en Argentina, Brasil, Chile, Uruguay, Italia y Estados Unidos. Los principales galardones que obtuvo fueron los siguientes:

- Ganador del Concurso de Cortometrajes Conacine 2010, con mención honrosa a mejor ópera prima (Perú, 2010)
- Selección Short Film Corner del Festival de Cine de Cannes (Francia, 2011)
- Mejor actor del XV Festival Florianópolis Audiovisual Mercosur (FAM, Brasil, 2011)
- Mejor ópera prima y mejor música original en FilmoCorto 2011, Festival de Cine de Lima (Perú, 2011)
- Selección Short Film Market Clermont-Ferrand (Francia, 2012)
- Mejor cortometraje de ficción por el Jurado Oficial en Amazônia Doc (Brasil, 2012)

También realicé la producción y el guion durante la etapa de desarrollo del documental *Hogar*, de Jano Burmester, que fue ganador del Talentdoc 2013, organizado por el Goethe-Institut, y que participó, además, en el DOC Buenos Aires 2013, donde resultó beneficiario de una asesoría por parte del Tribeca Film Institute.

1.5.2 Proyectos audiovisuales en Miami

En octubre de 2011 viajé a Miami gracias a una beca que obtuve para asistir al Seminario Tareula - Programa para Productores Cinematográficos Profesionales de Latinoamérica y Europa, organizado por la Entidad de Gestión de Derechos de los Productores (Egeda). Allí pude establecer contacto con productores de España, Colombia, Uruguay y Costa Rica, compartiendo y aprendiendo de sus experiencias y proyectos. A raíz de este viaje se abrió la posibilidad, en 2013, de participar en dos producciones ejecutadas en Miami: La serie web *Secreteando* (julio-agosto), en la que me

desempeñé como *data manager*, y el microprograma *Tu mejor vida* (noviembre), donde cumplí las funciones de *data manager* y *script*. Ambas producciones, a cargo de la productora Inti Films Inc. para su cliente NBC - Telemundo Network, me brindaron un acercamiento a formas de trabajo bajo estándares corporativos internacionales.

1.5.3 Todos estamos haciendo Perú

De vuelta en el Perú, entre septiembre y noviembre de 2013 trabajé como productora de proyectos corporativos, así como en el programa de TV *Mi escuela*, transmitido por TVPerú y que difundía experiencias educativas exitosas en escuelas rurales y urbanomarginales de todo el país.

1.6 La producción de actividades artísticas y culturales

1.6.1 Exposición “The Belly Feeling Project”

Realicé la producción ejecutiva de esta muestra, presentada por la artista peruana Natalia Cassinelli en el Centro Cultural Juan Parra del Riego durante marzo y abril de 2014. El proyecto consistía en *performances* en torno a una pieza escultórica con la forma del torso de una mujer embarazada, la cual se ponía sobre el propio cuerpo para experimentar, recordar o imaginar el momento efímero de transformación y transmutación que sucede durante la gestación. La exposición presentaba una instalación y una selección de fotografías hechas en Lima, México D. F., Beijing, Shanghái, Hong Kong y Londres, que fueron parte del recorrido del proyecto. Mi labor consistió en la producción de la muestra, la supervisión del montaje y el desmontaje, la difusión en medios y la producción del video que formaba parte de la *performance* inaugural.

1.6.2 Encuentro de danza contemporánea en la Universidad de Lima

En 2016 tuve a mi cargo la producción de Espacio Abierto, actividad organizada por el Taller de Danza Contemporánea de la Dirección de Bienestar de la Universidad de Lima, en homenaje al Día Internacional de la Danza. El evento presentó el trabajo de 17 coreógrafos, grupos o escuelas de danza, y tuvo el objetivo de promover el ejercicio de la creación escénica

para coreógrafos y bailarines, confrontándolos a un público consumidor y no consumidor de danza.

1.7 El Centro Cultural de la Universidad de Lima

En junio de 2016 ingresé como productora de actividades artísticas del Centro Cultural Ulima, desde donde pude participar en todo el proceso previo a la inauguración de este nuevo espacio, en septiembre del mismo año. Tuve bajo mi responsabilidad directa la coordinación de La Galería de la Universidad de Lima, que también abría por primera vez. Como parte de la estrategia de lanzamiento del Centro Cultural, se planteó una campaña de marcha blanca, es decir, que toda la programación de 2016 sea de ingreso libre, por lo que se planificó un despliegue de presentaciones variadas, como obras de teatro, conciertos y exposiciones. Ese mismo año presentamos cuatro exposiciones y, hasta 2019, antes del inicio del aislamiento, ofrecimos un total de 18 muestras. Durante ese tiempo también pude asumir la producción de alrededor de diez espectáculos escénicos complementarios a la programación teatral, como conciertos musicales y funciones de danza contemporánea, *stand up comedy* y circo contemporáneo. En todos los proyectos coordinaba, además, el desarrollo de la estrategia de comunicación, difusión y ventas, y, en el caso de los espectáculos, hacía la supervisión del personal de atención en sala y de la venta de entradas. Otra de mis funciones fue la coordinación de la impresión de todos los materiales gráficos del Centro Cultural. Adicionalmente, desde 2016 tuve la oportunidad de participar en la organización de las ediciones anuales de la Semana del Cine Ulima y del Festival de Artes Escénicas de Lima (FAE Lima), ejecutando labores principalmente en los equipos de comunicaciones. En 2020, la programación del Centro Cultural se trasladó por completo a la virtualidad, por lo que pude apoyarme en mi experiencia como productora audiovisual para hacerme cargo de la realización de 11 microprogramas que buscaban promocionar los diferentes oficios detrás de la creación artística. Desde febrero de 2021 hasta la actualidad me desempeño como directora (e) del Centro Cultural. A raíz de dicha designación, asumí la dirección ejecutiva en la edición 2021 del Festival de Artes Escénicas de Lima, que se llevó a cabo en formato 100% virtual, con lo que se hizo posible contar con espectadores de 19 regiones del Perú y 17 países del mundo.

2. COMPETENCIAS PROFESIONALES

Para hablar con mayor precisión acerca de la experiencia adquirida en la producción de contenidos artísticos y culturales, considero conveniente presentar los siguientes proyectos, que han sido relevantes en mi trayectoria profesional:

2.1 Exposiciones de arte en La Galería de la Universidad de Lima

a. Objetivos

- Fortalecer la presencia de la universidad en la comunidad a través de propuestas que generen la reflexión por medio del arte.
- Proporcionar nuevos puntos de vista sobre los temas tratados en otros espacios del Centro Cultural para profundizar la experiencia del espectador.

b. Descripción del caso

El Centro Cultural de la Universidad de Lima abrió sus puertas en septiembre de 2016 con la propuesta de aprovechar los diferentes espacios y la infraestructura del campus para llevar a cabo sus diferentes actividades. Adicionalmente, se crearon dos espacios de uso exclusivo para el Centro Cultural: el Teatro Central y La Galería Universidad de Lima, una sala especialmente ambientada para exposiciones de acceso libre para toda la comunidad universitaria y el público en general. Uno de los aspectos característicos de estas exposiciones fue su vinculación temática con contenidos presentados simultáneamente en otros espacios del Centro Cultural, principalmente en el Teatro Central. Por lo tanto, la muestra se desarrollaba en base a los temas abordados en la obra teatral en temporada, de modo que se proponía un diálogo entre las diferentes disciplinas y plataformas. Interconectando los contenidos, y haciendo uso de recursos artísticos diversos, se mostraban múltiples enfoques sobre un mismo tema para ampliar la experiencia y motivar la reflexión del público. De forma complementaria, y buscando contribuir a la formación de públicos, se realizaron visitas guiadas para una mejor comprensión y apreciación de las exposiciones.

Mi trabajo como coordinadora de La Galería consistía en establecer la línea temática de las exposiciones, en coordinación con la Dirección del Centro

Cultural y sobre la base de la programación teatral, para luego convocar a un curador que desarrolle el concepto y proponga las obras y los artistas participantes, además de la museografía. Iniciaba una etapa de coordinación directa con el curador para afinar la propuesta, considerando criterios de presupuesto y logística, así como de audiencia, incluyendo la programación de actividades complementarias para acercar la muestra a la comunidad universitaria. Finalmente, la propuesta curatorial final era validada por la Dirección, con lo que, siguiendo el procedimiento oficial, se ingresaba la actividad a la plataforma de la universidad para que pase por revisión del Comité Directivo. Una vez aprobada la propuesta, se llevaba a cabo todo el proceso para la producción y puesta en escena de la exposición, que incluía las siguientes labores:

- Administración y ejecución de presupuesto, contratación de proveedores y compra de materiales.
- Gestión para la cobertura de seguro de las obras durante su estadía en La Galería.
- Supervisión de impresión de fotografías y elaboración de materiales diversos (muebles, paneles, marcos, etcétera).
- Supervisión de montaje y desmontaje, pintado de galería, instalación eléctrica y armado de paneles.
- Coordinación con los artistas participantes para la firma de la autorización para la exhibición de sus obras.
- Desarrollo de estrategia de difusión y propuesta de contenidos comunicacionales, en conjunto con la Dirección y los equipos gráfico, audiovisual y de redes sociales del Centro Cultural.
- Supervisión de elaboración de materiales y contenidos de difusión para las diferentes plataformas físicas y virtuales: afiche, *banners*, página web, *e-mailing*, redes sociales.
- Coordinación con la Dirección de Imagen de la Universidad de Lima para la difusión en prensa.
- Producción del evento de inauguración, desarrollo del programa y presentación de la ceremonia, supervisión del registro en foto y video, y coordinación de la logística del vino de honor.

- Producción de actividades complementarias a la muestra, como visitas comentadas, dirigidas a público general y a estudiantes de determinados cursos.
- Coordinación y supervisión del registro en video y fotos de la muestra y de las diferentes actividades complementarias para la difusión.

Estas labores debían llevarse a cabo conforme a los procedimientos internos de la universidad, en coordinación con diversas áreas: legal, contabilidad, abastecimiento, bróker de seguros, personal, imagen institucional, mantenimiento y limpieza.

Más allá de las funciones específicas, como productora debía lograr que las exposiciones plasmasen y comunicasen adecuadamente la temática propuesta, en vinculación a los contenidos de otras plataformas del Centro Cultural, para brindar al público una experiencia integrada. Para tal propósito era necesario, además, articular y cohesionar la visión artística del curador, la estrategia comunicacional y la propuesta institucional, haciendo un manejo adecuado de los recursos humanos, económicos y técnicos que la universidad ponía a disposición.

c. Resultados obtenidos

- Desde el año 2016 hasta 2019 se realizaron 18 exposiciones que presentaron obras de 118 artistas nacionales e internacionales en los formatos de fotografía, pintura, escultura, video e instalación. Como actividades complementarias, se llevaron a cabo más de 40 visitas comentadas y clases maestras en las que participaron estudiantes de la Universidad de Lima (principalmente de las carreras de Comunicación, Derecho y Arquitectura, así como de Estudios Generales), estudiantes de facultades de comunicación de otras universidades, público en general y estudiantes de colegios, tanto de primaria como de secundaria.
- Además de las muestras temáticas vinculadas a las obras teatrales, se establecieron alianzas para exhibir proyectos de la Facultad de Comunicación y la Carrera de Arquitectura. Sumado a ello, en convenio con la Fundación Universitaria Iberoamericana (Funiber), se presentaron dos exposiciones con colecciones de arte español del siglo XX de artistas mundialmente reconocidos, como Salvador Dalí y Joan Miró.

- Para el año 2019 se contaba con una asistencia promedio de 4500 visitantes por exposición.

d. Materiales producidos

En el siguiente enlace se presenta un registro en video y fotos, además de material gráfico, de las exposiciones realizadas:

https://drive.google.com/drive/folders/1Ki48izy67O6uSZ_0mbtVD58O9ZN8boKQ?usp=sharing

2.2 La coordinación de comunicaciones en un festival internacional de artes escénicas

El Festival de Artes Escénicas de Lima (FAE Lima) nació en 2016 de la unión de cinco instituciones privadas que decidieron trabajar en conjunto para dar vida a un festival internacional que permitiese la consolidación y el crecimiento de los creadores escénicos locales, así como de la audiencia. El Centro Cultural de la Universidad de Lima es uno de los socios que dieron origen a esta iniciativa, que también cuenta con el apoyo del Ministerio de Cultura. Durante las ediciones celebradas en 2019 y en 2020 estuve a cargo de la coordinación de las comunicaciones.

a. Objetivos de comunicación

- Objetivo principal:

Posicionar al FAE Lima como “el espacio de encuentro” o “el evento” de las artes escénicas en Lima.

- Objetivos específicos:

- Hacer sentir al público como parte fundamental del festival: “*El teatro no existe sin ti*”.
- Generar la expectativa de participación en el “aquí y ahora” del FAE Lima: “*El momento en que todo pasa*”.
- Contribuir con la expansión del imaginario del sector escénico peruano.
- Fidelizar al público especializado en artes escénicas.
- Generar nuevo público para las artes escénicas.

b. Descripción del caso

Hasta la actualidad, se han realizado cinco ediciones del FAE Lima, en las que han participado 1300 artistas y profesionales de las artes escénicas. Se han presentado más de 75 obras nacionales e internacionales, que han sido vistas por alrededor de 40 000 espectadores; 11 países han sido parte de la programación del festival. Un factor clave para este éxito ha sido su fórmula de trabajo colaborativo, sin precedentes en el sector. Las instituciones organizadoras son, en la práctica, competidores directos y, sin embargo, unen esfuerzos más allá de sus diferentes enfoques para proponer una visión artística unificada, en beneficio de las artes escénicas nacionales. Además de la inversión económica, uno de los principales aportes del comité organizador es poner a disposición a sus respectivos equipos de trabajo para que cumplan las distintas funciones que se requieren para la realización del festival. Si bien se contrata personal externo para algunos cargos principales, como producción o dirección artística, las labores de administración, producción técnica, comunicaciones y *hospitality* son asumidas por las propias instituciones, de acuerdo con sus recursos y posibilidades. Desde el primer año, el Centro Cultural de la Universidad de Lima ha sido parte del equipo de comunicaciones del FAE Lima, que, por ser una labor exigente, es trabajada por más de una institución. Durante las ediciones de 2019 y 2020, el Centro Cultural de la Universidad de Lima lideró esta comisión, en colaboración con el Centro Cultural de la Universidad del Pacífico, recayendo en mí la coordinación general de las comunicaciones.

Como primer paso, se hizo un análisis del alcance y de los logros obtenidos en las ediciones anteriores, así como de las principales dificultades o debilidades encontradas. Si bien se contaba con un logotipo, la línea gráfica consistía básicamente en el uso de colores representativos; el manejo de la información era muy claro y ordenado, pero no se trabajaba la campaña de comunicación bajo un concepto específico, más allá de transmitir el carácter festivo e integrador del evento. El festival contaba con redes sociales propias y generaba difusión en prensa, mas no había llegado a posicionarse con una personalidad definida. Habiéndose ya celebrado dos ediciones, la propuesta artística del FAE Lima estaba más consolidada, por lo que se procedió a elaborar un *brief*

actualizado con los aspectos esenciales del festival, concibiéndolo como un evento representativo de las artes escénicas en Lima y estableciendo la segmentación de su público objetivo y de sus objetivos de comunicación. Como resultado de esta etapa, se definió el concepto de la campaña bajo el eslogan “Todos somos teatro”.

A partir de esto, se desarrolló la identidad gráfica y la pieza madre (afiche), recurriendo a isotipos en forma de “muñequitos” que representaban distintas emociones, y que eran personalizados a través de diferentes colores. Este elemento lúdico reforzaba el espíritu del festival y también le daba versatilidad al diseño de las piezas, ya que permitía diferenciar de forma sencilla las principales secciones de la programación, asignándole a cada una un color distinto. Esta propuesta gráfica se mantuvo en 2020, para dar continuidad al posicionamiento del festival, pero ahora se ubicó a los “muñequitos” en espacios reales de Lima para reforzar la identidad local del evento y comunicar la idea de que el FAE Lima invade la ciudad. Así, se destacó la propuesta descentralizada de esta edición, que contaba con un mayor número de sedes en diferentes distritos, y que presentaba por primera vez una programación de ingreso libre.



Afiche 2019

Afiche 2020

Como siguiente etapa de trabajo se elaboró la estrategia de comunicación, con enfoque en ventas y una propuesta diferenciada según plataformas, considerando no solo los canales propios del festival, sino también los de todos los organizadores. Por esta razón, la coordinación resultó fundamental para identificar las dinámicas de trabajo y los recursos de cada equipo de comunicación, de modo que se cumpliera de forma efectiva con las acciones y los tiempos propuestos en la estrategia, y se aprovechara al máximo la capacidad instalada de las instituciones. Las plataformas utilizadas fueron estas:

- **Página web (www.faelima.com):** Se implementó esta plataforma para que contuviera la información completa del festival y fuese de utilidad para el público que desee asistir a los espectáculos, para el gremio teatral que busque información de talleres, charlas y actividades dirigidas al sector escénico, y para que los grupos nacionales e internacionales pudiesen presentar y difundir sus obras desde un canal formal. Esto llevó a la elaboración de un *dossier* oficial, que integraba y unificaba la información de todas las actividades del festival. La web también permitió que el equipo de trabajo cuente con correos institucionales con el dominio faelima.com
- **Redes sociales:** Fueron las principales plataformas para la comunicación, pues permitieron una presencia más amplia y constante del festival, del concepto de la campaña y de la identidad gráfica. Se trabajó principalmente en Facebook, pero a la par se buscó dar mayor impulso a Instagram, generando actividades o publicaciones para incrementar seguidores. Una vez logrado esto, se desarrollaron contenidos diferenciados por red que además tuvieran un mayor valor artístico. Esto derivó en el diseño de piezas más elaboradas, algo no realizado en ediciones anteriores, como un video promocional a modo de *spot* oficial de la edición. Se desarrolló una estrategia de inversión en pauta publicitaria como un soporte importante para las ventas, estableciendo los materiales principales a difundir y brindando apoyo a las obras con ventas bajas.
- **E-mailing:** A raíz de la página web, se dio inicio a la creación de una base de datos propia del festival a través de una sección de registro o suscripción. Previamente, las instituciones enviaban la información del FAE a sus propias bases de datos, pero no había un *e-mailing* propio del festival. Esta plataforma

fue de utilidad para reforzar las ventas, anunciando momentos como el inicio de preventa o las promociones para obras con baja demanda.

- **Plataformas de las instituciones organizadoras o aliadas:** Con anticipación, los organizadores contribuían principalmente a la difusión a través de sus redes sociales, compartiendo las publicaciones del Facebook del FAE. Para estas dos ediciones se llevó a cabo un trabajo más organizado mediante reuniones de coordinación presenciales, formularios para recojo de información, elaboración de un directorio de comunicaciones y coordinación continua a través de correo electrónico y grupo de WhatsApp. Adicionalmente, se utilizó Dropbox para crear una carpeta de actualización permanente, con la cual proveer a las instituciones de los elementos gráficos base del FAE (logotipo, *font*, isotipos) y de una serie de editables que puedan adaptar a sus propios formatos de difusión, colaborando con la asesoría y la revisión de los materiales finales. Se estableció una lógica para la difusión en redes, definiendo contenidos para compartir y para publicar directamente, así como publicaciones obligatorias, con lo que se pudo generar un efecto de viralización de contenidos importantes durante la campaña. Además, la coordinación permitió que las mismas instituciones elaboren contenido propio de los espectáculos presentados en sus teatros, lo que alimentó el Instagram del FAE. También se desarrolló un plan para *e-mailing*, elaborando plantillas que facilitaran y organizaran el envío por parte de los equipos de comunicación de las instituciones. Por lo mismo, fue posible aprovechar algunos canales de uso frecuente para ellos, como boletines, *banners* web, revistas o folletos impresos. Además, se amplió el uso de piezas comunicacionales en las sedes. Inicialmente se colocaban banderolas en los teatros durante el festival para generar presencia e integrar las sedes. Para 2020, se elaboraron locuciones y videos con los que difundir distintos mensajes antes y durante el festival, contribuyendo a crear expectativa, informar sobre la programación y anunciar promociones de venta.
- **Prensa:** Se contrató a una persona encargada de hacer la difusión en prensa escrita, televisión, radio y prensa *online*. Se designó a voceros oficiales por edición, que incluían a la directora artística y a dos directores de las instituciones organizadoras.

- **Vallas publicitarias:** Se gestionó un auspicio para contar con esta publicidad en calles principales, a un costo reducido. Se colocaban una semana antes del festival y continuaban hasta finalizado el evento, para reforzar la idea de que se iba a organizar la fiesta representativa de las artes escénicas en Lima.
- **Materiales gráficos impresos:** Se elaboraron materiales para difusión externa, como afiches, vallas y banderolas, y materiales para difusión en sedes, como folletos, postales, *photocall* y carteles.
- **Coordinación con grupos nacionales:** Se diseñó una guía de difusión para que los grupos tuviesen acceso a información clara y detallada, materiales gráficos y enlaces para una difusión más efectiva de sus espectáculos.

Además, se propuso una campaña de comunicación estructurada por etapas:

- **Convocatoria:** Medio año antes del festival, se desarrollaba una convocatoria abierta para seleccionar las obras nacionales que formarían parte de la programación. Se activaban las redes sociales y la página web para difundir el concurso, haciendo uso de la identidad gráfica para reforzar la recordación de marca. Además, se generaban publicaciones destacando los logros de las ediciones pasadas para contribuir al posicionamiento del festival como el más grande y representativo de las artes escénicas nacionales. Para agilizar la etapa de elaboración del *dossier* oficial del festival, se implementaron formularios, de forma que los grupos postulantes brinden el tipo de información y la extensión que se iba a requerir más adelante para la difusión.
- **Expectativa:** Tres meses antes del festival, iniciaba con fuerza la campaña de redes sociales, generando contenidos artísticos que reforzaban la personalidad de la edición y generaban expectativa sobre las novedades de la edición actual, además de ir introduciendo su eslogan y la propuesta gráfica. En 2020 los teatros se unieron a esta etapa a través de locuciones antes de las funciones y videos promocionales en el *lobby* del local. Además, en este tiempo se realizaba la preparación y coordinación para el lanzamiento oficial, por lo que se elaboraba el *dossier* y se implementaba la web, se establecía la dinámica de trabajo con los equipos de comunicación de las instituciones, se realizaban el *spot* oficial y las piezas madre para gráficas y videos, y se

generaban acciones como sorteos para incrementar seguidores en redes e inscritos a la base de datos.

- **Lanzamiento de campaña:** Dos meses antes del festival, se presentan el *spot* y el afiche oficial, junto con la programación completa de obras y actividades. El afiche en físico también es colocado en diversos puntos de la ciudad. Se inician tanto el envío de correos como la difusión en prensa, además de la coordinación con los grupos nacionales. Se lanza la convocatoria para talleres de formación en coordinación con el Ministerio de Cultura.
- **Preventa:** Se inicia un mes antes del festival, brindando la información detallada de los espectáculos y de los puntos de venta. Se lanza la página web y en las redes se publican piezas visualmente llamativas para motivar la compra. Se inicia la difusión de las actividades paralelas de ingreso libre para comunicar lo nutrido de la programación y su aporte a la formación y al desarrollo del sector escénico. En estrecha coordinación con la producción del festival, se activan promociones para obras con baja demanda. Al finalizar esta etapa, se colocan vallas publicitarias y banderolas en todas las sedes.
- **Durante el festival:** El objetivo fue brindar información actualizada diariamente, para que el público esté enterado de lo que se presentaba cada día, así como de anuncios y novedades del momento. Además, se había establecido un plan de cobertura de fotos y videos del festival, por lo que se publicaban álbumes diarios y videos con el registro de todas las actividades. También se estableció una colaboración con un portal de crítica teatral para que elabore artículos y entrevistas sobre los distintos espectáculos, y así generar un contenido más especializado para redes.
- **Cierre de campaña:** Durante los días posteriores al festival en las redes sociales, se publica un video resumen de toda la edición que destacase la variedad y la calidad de los espectáculos y de las actividades realizadas, además de mostrar la acogida del público. También se hacen los agradecimientos a auspiciadores y colaboradores.

Finalmente, la labor de comunicaciones no contaba con un presupuesto muy amplio, por lo que se priorizó la contratación de personal con funciones a tiempo completo que no podrían ser asumidas por las instituciones, como el *community manager*, el encargado de prensa y el equipo para registro en fotos

y video. También se asignó un monto para inversión publicitaria en redes y para impresión de materiales gráficos, además de cubrirse gastos mínimos para soporte de la página web y la producción de los *spots* oficiales. Los servicios restantes fueron cubiertos por personal y recursos de las dos instituciones que formaron parte del equipo de comunicaciones, en colaboración con la producción del festival y con de los equipos de comunicación de las demás instituciones organizadoras.

c. Resultados obtenidos

- Se fortaleció el posicionamiento del FAE Lima a través de la creación de una identidad gráfica y el diseño de dos campañas de comunicación estructuradas por etapas y desarrolladas bajo un concepto que reflejase la personalidad del festival y resaltase las fortalezas o características propias de cada edición, y que también invitase al público a ser parte activa del festival.
- Se implementaron estrategias de comunicación con contenidos diferenciados de acuerdo con las distintas plataformas propias del festival y de las instituciones organizadoras. Además, se estableció una dinámica de estrecha coordinación interinstitucional que hizo posible el aprovechamiento de una mayor cantidad de recursos y canales de comunicación de instituciones organizadoras y colaboradores. Así, los materiales elaborados no solo pudieron ser replicados en más plataformas, sino que fueron difundidos sin costo en plataformas de gran alcance, como las pantallas en Larcomar, la pantalla gigante en el frontis del Gran Teatro Nacional durante dos ediciones del AfueraFest (conciertos) y la agenda cultural impresa de la Municipalidad de Lima (10 000 ejemplares).
- En cuanto a piezas gráficas y audiovisuales, los equipos de trabajo de las instituciones a cargo de las comunicaciones elaboraron dos *spots* oficiales, más de 400 gráficas y alrededor de 75 videos promocionales.
- En cuanto a la difusión en prensa, la presencia del festival en medios tuvo la siguiente valorización: 764 370,38 dólares en 2019 y 774 100,00 dólares en 2020.
- Se implementaron nuevas plataformas y canales de comunicación propios del FAE Lima: página web y generación de base de datos con más de 3 000 contactos para *e-mailing*.

- Se aumentó considerablemente el número de seguidores en las redes sociales del festival (Facebook pasó de 20 000 a 31 000 seguidores, y en Instagram este número aumentó en más de 10 000 seguidores).
- Se extendieron las acciones de comunicación para que el FAE Lima tuviese presencia la mayor parte del año. Durante ambas ediciones, las redes del festival se mantuvieron activas a lo largo de entre nueve y diez meses. Y, con la implementación de la página web, el festival ahora cuenta con una plataforma vigente todo el año que le otorga una presencia de carácter institucional.

d. Materiales producidos

Una muestra de las piezas comunicacionales producidas y de los documentos desarrollados para la estrategia se pueden encontrar en el siguiente enlace:

https://drive.google.com/drive/folders/1uuFpuFqoHACEhcxGPubKNynK2scLLuB_?usp=sharing

3. REFLEXIONES PROFESIONALES

3.1 La formación universitaria como base del desarrollo profesional en un sector en constante cambio

Mi formación en la Facultad de Comunicación de la Universidad de Lima me brindó una visión amplia de las comunicaciones. Los cursos relacionados con la especialidad de publicidad y *marketing* me dieron las herramientas para aplicar el pensamiento estratégico, poniendo atención en los públicos y mercados a los que me dirijo. Luego, al orientarme hacia la realización audiovisual, adquirí una base general de todo lo que conlleva la creación de contenidos que plasmen ideas y conceptos, o narren historias en múltiples plataformas. Aprendí, además, nociones sólidas sobre diseño gráfico, fotografía, edición de video, redacción y escritura de guiones, que plantean el uso de diferentes soportes y requieren de tiempos y modalidades distintas para la realización de piezas.

Esta diversidad de conocimientos me otorgó una versatilidad que resultó muy valiosa para mi desarrollo profesional. Cuando el programa *La buena tierra* dejó de ser producido por Canal 7, el equipo de realización formó una productora independiente para continuar con el proyecto. Con mi experiencia previa como asistente de producción, fui considerada para hacerme cargo de la coordinación y supervisión de toda la cadena de producción, incluyendo parte del manejo administrativo de la empresa. Además, el puesto me dio continua interacción con camarógrafos y editores, de quienes terminé aprendiendo a ejecutar sus tareas básicas. También participé en los viajes de grabación con Antonio Brack, el director científico, por lo que me familiaricé con conceptos y temas relacionados con el desarrollo sostenible. Todo este *know-how* permitió luego mi paso a la dirección y coescritura de guiones cuando esa plaza quedó disponible. Más adelante, en Innova Films, pude encargarme de un proyecto pequeño que requería de una sola persona para realizar entrevistas en provincias, hacer registro sonoro y guionizar *spots* breves para una campaña en radio, que en una segunda etapa exigió que grabase testimonios con quechuahablantes. Después, el cliente requirió que se hicieran dramatizaciones, con lo que pasé a trabajar también en guion, *casting*, producción y dirección de actores.

Así es como tuve la capacidad de asumir tareas relacionadas con la realización, del mismo modo que, en otros proyectos, pude aportar como estratega, creativa, gerente y administradora, hasta tomar el lugar de un “primer público”, para brindar una apreciación crítica de cómo se recibiría el contenido. Esta cualidad también ha sido útil, a lo largo de mi carrera, para incursionar en nuevos rubros. Lo fue en su momento con el cine y la distribución de cortometrajes en festivales internacionales; también al ingresar como productora del Centro Cultural de la Universidad de Lima y hacerme cargo de la coordinación de La Galería. Si bien contaba con amplia experiencia en la realización de actividades artísticas, solo había producido una exposición de arte, por lo que representó un desafío investigar, proponer y colaborar con la puesta en escena de muestras que respondieran al enfoque institucional y la visión del nuevo espacio. Bajo esa misma lógica asumí luego la producción de espectáculos en disciplinas que abordaba por primera vez, como conciertos musicales o *shows* de *stand up* y circo.

Además de esta mirada amplia y diversa, la formación universitaria me enseñó la importancia del trabajo en equipo y la necesidad de adoptar un enfoque colaborativo e interdisciplinario. Por eso es que aprendí a identificar las particularidades de cada proyecto y del personal que lo trabajaba; además, adquirí la capacidad de integrar los distintos elementos en un solo conjunto, a partir de lo cual pude proponer un eje o lógica de funcionamiento que una las partes y las conduzca como un todo hacia el logro de los objetivos trazados. Esta perspectiva me llevó a desarrollar a lo largo de mi trayectoria profesional una lógica de trabajo orientada a la generación de sinergias, lo que me ayudó a detectar el potencial en los diferentes proyectos y en sus equipos de trabajo, incluso ante obstáculos o situaciones de conflicto. En la edición 2020 del Festival de Artes Escénicas de Lima partimos de analizar los puntos débiles de la campaña 2019, así como las características específicas de los equipos con los que trabajaríamos la campaña. Uno de los problemas que identificamos en la difusión por redes era que algunas instituciones tenían que promocionar otras obras al mismo tiempo que el festival, por lo que no quedaba espacio en su grilla para compartir todas las publicaciones que les solicitábamos. Entonces, buscamos que la nueva estrategia incorpore las dinámicas propias de las instituciones para disminuir el efecto de sus debilidades y aumentar el impacto de sus fortalezas. Antes, las instituciones compartían las publicaciones desde el Facebook del FAE Lima para generar mayor movimiento en esa plataforma y nutrirlo con seguidores de sus redes.

Esto fortalecía los canales propios del festival, pero desaprovechaba el máximo rendimiento que podrían tener las publicaciones si los contenidos se publicasen directamente desde las redes de los teatros. Por eso, para lograr un mayor impacto con menos publicaciones, seleccionamos solo tres contenidos importantes de la campaña para que sean publicados por las instituciones al mismo tiempo y desde sus propias plataformas, con lo que se logró un efecto de viralización o tendencia en redes que fue muy efectivo para la difusión.

Finalmente, la formación universitaria me brindó una base sólida para adaptarme a los constantes cambios y avances tecnológicos, así como a la evolución en los medios y plataformas. Como productora audiovisual, inicié trabajando en formato Mini DV, que implicaba comprar cintas para cada grabación (si el material previo necesitaba conservarse) e incluir en la edición un tiempo de captura del material que era equivalente a la duración del video grabado. Luego pasé a filmar proyectos de cine digital en 4K, con el objetivo de obtener la mejor calidad de imagen e ingresar en forma competitiva a los festivales internacionales. Gestionar un material tan pesado resultaba más manejable porque ya se contaba con discos duros externos de gran capacidad y resistencia a precios accesibles. En la actualidad, ante tantas alternativas disponibles, la calidad del registro de video está en función del tipo de proyecto y plataforma de difusión. En redes sociales, por ejemplo, un buen celular puede ser suficiente para elaborar contenidos. Incluso, a veces esto es lo más conveniente si lo que prima es la inmediatez, como sucede con los *stories* para Instagram. Junto a estos cambios en soportes y materiales, la gestión del equipo humano también fue variando. Las plataformas de transferencia y de almacenamiento de archivos, de uso gratuito en muchos casos, facilitaron el trabajo colaborativo y aceleraron el paso entre una y otra etapa de trabajo. Asimismo, surgieron nuevos roles fundamentales para la realización de contenidos, como el *data manager* o el *community manager*. Al hacerme cargo, como productora, de convocar, organizar y supervisar la labor del equipo de trabajo, incorporar un nuevo rol implicaba que debía conocer al menos las nociones básicas de lo que dicha función debía realizar. Así, en la práctica fui adquiriendo un conocimiento general para incorporar mi experiencia previa al trabajo con las nuevas plataformas mediáticas, por lo que mi desarrollo profesional se ha mantenido también en constante evolución y crecimiento.

3.2 La comunicación de contenidos artísticos y culturales en época de multiplataformas

Como productora de actividades artísticas y culturales, pude observar el aumento y la diversificación de las plataformas de difusión. A comienzos de 2000, los esfuerzos se concentraban en gestionar notas o menciones en medios tradicionales (prensa, radio y, si era posible, TV), además de aprovechar los espacios públicos culturales para colocar afiches o entregar volantes. Actualmente es imprescindible contar con estrategias de *marketing* para medios digitales, especialmente redes sociales.

Aquí surge una serie de consideraciones que se interconectan y afectan entre sí. Debido al exceso de información en internet, no basta solo con elaborar un mensaje claro, atractivo y preciso: este debe ser lo suficientemente llamativo y novedoso para destacar en medio del mar de contenidos similares. El elemento distintivo o diferencial se convierte en la regla ante un público selectivo que pierde la atención con demasiada rapidez. Esto lleva a desarrollar un enfoque de diferenciación e integración al momento de abordar la comunicación. Se tiene que pensar en un único mensaje o concepto (varias ideas a la vez pueden dispersar la atención del público y quitarle claridad al mensaje), concebido para distribuirse mediante una serie de piezas, con variaciones de formato, estilo y contenido, que se adapten a diferentes plataformas y, en pocos segundos, logren capturar la atención de públicos distintos que buscan consumir contenidos diferenciados y personalizados. Pero, más que hacer la adaptación de una pieza principal para que sea replicada en otras plataformas, desde su concepción el mensaje surge para ser contado en múltiples medios y con múltiples lenguajes. Por eso, texto, audio, imagen fija e imagen en movimiento se utilizan de forma independiente, como conjunto, o complementándose el uno al otro, en todas las combinaciones posibles. Luego, a estos elementos se suma otro más: la interactividad. Los receptores no están aislados, sino que se conectan entre sí, e incluso construyen el significado de los mensajes en forma colectiva. A su vez, interactúan todo el tiempo con otros contenidos dentro de la misma plataforma, y con contenidos en otras plataformas, que también conllevan a interactuar con otros receptores: públicos e información (mensajes y contenidos) en constante interacción multidimensional. Las características de dicha interacción, que variarán según la plataforma específica, es lo que podría considerarse como la cultura o ecosistema de ese medio.

Pero, además, hay que retroceder unos pasos y considerar un componente diferencial de los contenidos artísticos y culturales, que no debe ser pasado por alto. Las propuestas artísticas destacan por esa voz única para contar una historia diferente, que no ha sido contada antes y que no podría ser contada igual por otra persona o grupo. Preservar esa unicidad y novedad de la propuesta artística a través de estándares institucionales que rigen la comunicación es un gran reto. Como productora, he tenido siempre que participar en la difusión, por ser una herramienta vital para las ventas y para la imagen o posicionamiento del proyecto o contenido. En toda mi experiencia, he entendido que una de mis funciones vitales es lograr un equilibrio que permita conciliar la visión o propuesta artística, el enfoque o lineamiento institucional, y los objetivos comerciales, de imagen o de promoción y sensibilización, según sea el caso.

Además, este balance debe trabajarse en paralelo mediante estrategias de comunicación interna que hagan posible que el entramado de personas y equipos que intervienen en el proceso avancen juntos, aporten, sumen. Se trata de conducir, monitorear y supervisar para dar lugar a una sinergia. O, si lo queremos plantear desde una mirada más artística (y habría que aprovechar que el contexto lo amerita), es escucha, observación continua, interpretación, acción-reacción, creatividad, adrenalina, movimiento. Es tomar el lugar de un enlazador de mundos, visiones y lenguajes, para lograr un mensaje único con la participación de muchas voces. Y, en ese sentido, mi formación como comunicadora me ha brindado el perfil necesario para poder tender esos puentes.

Habiendo abordado la mediatización en la comunicación de contenidos artísticos, y algunos procesos previos a esta, podemos finalizar mencionando un fenómeno surgido a raíz del contexto pandémico. Las actividades y productos artísticos de carácter presencial, como obras teatrales o espectáculos de artes escénicas y performativas, tuvieron que trasladarse al formato virtual o digital, por lo que el medio ya no afectó solamente la difusión, si no que pasó a intervenir el mismo contenido y generar una amalgama de lenguajes. Lo que el medio restaba al lenguaje escénico, para poder narrar de una manera más efectiva o impactante, se compensaba con elementos del lenguaje audiovisual, dando lugar a productos transmedia o híbridos que a veces se acercaban más a lo teatral y, a veces, más a lo cinematográfico. Por eso, durante un tiempo la gran discusión fue si esto podía considerarse teatro o no. Para algunos, al menos se tenía que garantizar la

presentación o transmisión en vivo para replicar la interacción en tiempo real, característica de una puesta en escena. También se manejó la modalidad *on demand* para seguir dando movimiento a obras fuera de temporada o para ofrecer una alternativa que se acomode a los tiempos del consumidor. Entre ventajas y desventajas, los medios digitales dieron a las artes escénicas la posibilidad de acceder a audiencias fuera del mercado local.

Actualmente, con la progresiva vuelta a la presencialidad se proyecta una rápida disminución de la demanda de productos teatrales virtuales. Sin embargo, los hábitos de los consumidores ya han sufrido modificaciones y las plataformas digitales están más fortalecidas que nunca, por lo que habrá que estar muy atentos a los cambios que se vienen en el terreno de las comunicaciones.

3.3 Recomendaciones para los egresados de la Carrera de Comunicación

- Es necesario escuchar antes de comunicar. La investigación y el análisis de los públicos y de las plataformas es imprescindible, ya que estas se actualizan constantemente, modificándose algunas de sus características o lineamientos, lo que a su vez origina tendencias o cambios en el comportamiento de los usuarios. Es un ecosistema vivo que responde y reacciona a los movimientos del ambiente. Lo que en un momento es efectivo, probablemente no genere los mismos resultados más adelante, pues intervienen muchos factores y siempre están apareciendo nuevos elementos; difícilmente las mismas circunstancias vuelven a repetirse. Además, también conviene prestar atención a casos exitosos de productos o contenidos de otros rubros o plataformas, ya que alguna característica, acción o estrategia implementada podría convertirse en referente o punto de partida para aplicar en tu propio proyecto.
- Poner el foco en el fondo y no en la forma. A veces una imagen, un estilo para comunicar o un tipo de contenido nos cautiva. Hemos identificado su impacto y estamos convencidos de que logrará el mismo efecto en nuestro proyecto. Le damos un lugar importante en la propuesta, e incluso acomodamos la historia o elaboramos la estrategia en función a esa “gran idea”. No somos conscientes de que esa acción o contenido creativo e impactante lo es seguramente porque responde a las características propias y únicas de ese producto o proyecto. Las referencias externas son necesarias, pero no debemos dejar de mirar hacia adentro. Si no lo hacemos, corremos el riesgo de pasar por alto la esencia particular de

nuestro proyecto, y de todas las particularidades alrededor de él. Las “grandes ideas” deben ser contrastadas con esa esencia para, a partir de ella, decidir si son las adecuadas para cumplir nuestros objetivos.

- Ser intencionales y planificados. No solo es importante establecer objetivos de comunicación precisos, sino también definir con claridad el propósito que cumplen las diferentes acciones, etapas o canales planteados en la estrategia. En la elaboración de piezas gráficas o publicaciones para redes sociales, muchas veces he notado que los mensajes contienen información redundante o ahondan en generalidades. El mensaje resulta correcto, se entiende y está bien redactado, pero no está dirigido a lograr un resultado específico, sino que busca alcanzar varios objetivos a la vez. O persigue los mismos objetivos en todas las plataformas, sin considerar las características particulares de cada una. De esa manera, las piezas y contenidos pierden impacto y efectividad. Evaluar si los mensajes son urgentes, específicos y relevantes me ayuda a determinar si están cumpliendo sus objetivos en forma adecuada. Por ejemplo, se pueden plantear las siguientes preguntas: ¿el mensaje necesita ser comunicado en ese momento? ¿Puedo distinguir la idea principal que el mensaje comunica? ¿El mensaje me permite lograr un impacto o resultado que es indispensable para la comunicación? ¿El mensaje tiene las características necesarias para ser efectivo en dicha plataforma? No trabajar con una estrategia diferenciada, con objetivos específicos y una planificación cuidadosa llevará a que la comunicación pierda efectividad y a que el logro de nuestras metas se retrase o no se cumpla a cabalidad.
- Poner el foco en las personas. Trabajamos de la mano con personas para elaborar e implementar una estrategia dirigida a personas, con el fin de comunicar lo que otras personas desean expresar. Incluso si se trata de un proyecto institucional, podemos tomar en cuenta lo que aplica para una conversación directa y personal. Generamos impacto cuando hablamos con pasión de algo que conocemos y en lo que creemos; generamos confianza si nos presentamos en forma sincera, mostrando quiénes somos; generamos cercanía si damos espacio para que quien escucha también comparta su punto de vista, sea escuchado y reciba nuestra respuesta en base a lo que está diciendo. Adoptar esta perspectiva puede ayudar a enriquecer la propuesta comunicacional.

- Incorporar nuestro bagaje de experiencias y aprendizajes. Pienso que, por lo general, los comunicadores cultivamos intereses muy variados. La misma carrera nos ofrece una gama amplia donde desarrollarnos. Aprovechemos esa diversidad de conocimientos y miradas, y encontremos formas creativas de darles uso en cada uno de nuestros proyectos. Saber de narración de historias me permite darles un toque de calidez a los mensajes institucionales. Mi formación en talleres de teatro me ha brindado herramientas valiosas al momento de dirigir reuniones de coordinación con equipos grandes o al fungir de presentadora en eventos de la galería. Usando el término mencionado por Steve Jobs en uno de sus discursos²: conectemos o unamos los puntos de nuestras experiencias pasadas, personales y profesionales para agregar valor a nuestra experiencia presente.

²Steve Jobs Discurso en Stanford: https://www.youtube.com/watch?v=HHkJEz_HdTg&t=865s

BIBLIOGRAFÍA

- Acaso, M. y Megías, C. (2017). *Art Thinking. Cómo el arte puede transformar la educación*. Barcelona: Ediciones Paidós.
- Bonet, L. y Schargorodsky, H. (2016). *La gestión de teatros: modelos y estrategias para equipamientos culturales*. Barcelona: Quaderns Gescenic.
- Buitrago Restrepo, F. y Duque Márquez, I. (2013). *La economía naranja, una oportunidad infinita*. Washington, DC: Banco Interamericano de Desarrollo.
- Fuentes Medrano, A. (2012). *El dramaturgista y la deconstrucción en la danza*. Bogotá, D. C., Colombia: Icono.
- Galand, R. (2017). *Naturaleza de la fuerza en el cuerpo y la danza: una investigación sobre los principios del cuerpo y el movimiento*. Buenos Aires: Fondo Metropolitano.
- Harris, M. (1989). *Vacas, cerdos, guerras y brujas. Los enigmas de la cultura*. Madrid: Alianza Editorial.
- Laban, R. (1988). *El dominio del movimiento*. Plymouth: Northcote House.
- Nichols, B. (1997). *La representación de la realidad: cuestiones y conceptos sobre el documental*. Barcelona: Paidós.
- Pallasmaa, J. (2014). *Los ojos de la piel: la arquitectura y los sentidos*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Vogler, C. (2002). *El viaje del escritor*. Barcelona: Ediciones Robinbook.

ANEXOS



ANEXO 1. *Curriculum vitae* documentado

KATERINE PATRICIA RODRÍGUEZ KOECKLIN

DNI: 41131259
Fecha de nacimiento: 08/09/1981
Teléfono: (51) 950606980
E-mail: krkoecklin@gmail.com / krodrigu@ulima.edu.pe
Dirección: Av. El Polo 620, Casa 18 - Santiago de Surco

EDUCACIÓN

Superior Universidad de Lima
Facultad de Comunicación
Bachiller
1998-2003

Secundaria Colegio María Reina (Lima)
1993-1997

Primaria Colegio María Reina (Lima)
1991-1992

Colegio Virgen Dolorosa (Tarapoto)
1987-1990

FORMACIÓN COMPLEMENTARIA

- Taller de Dramaturgia no Verbal, con Juliana Reyes (Colombia)
Escena contemporánea
Agosto - Septiembre 2020
- Taller de Diseño y Montaje de Exposiciones
Británico Cultural
Enero - Febrero 2018
- Entrenamiento del cuerpo y la voz, con Teresa Ralli
Grupo Cultural Yuyachkani
Junio - Julio 2015
- Taller de Narración sonora, con Trinidad Piriz y Daniel Marabolí (Chile)
Festival Sala de Parto - Teatro La Plaza
Septiembre 2014
- Seminario Tareula – Programa para Productores Cinematográficos Profesionales de Latinoamérica y Europa, organizado por Egeda
Miami, octubre 2011

- Arte Dramático
Club de Teatro de Lima
Enero - Diciembre 1998
- Formación continua en talleres de teatro, danza, acrobacia y música con maestros como Bruno Odar, Roberto Ángeles, Pilar Núñez, Pipo Gallo, Reynaldo D'amore, Mirella Carbone, Carola Robles, Franklin Dávalos, Alonso Villanueva, entre otros.

IDIOMAS

Inglés Avanzado (TOEFL iBT: 104)

EXPERIENCIA PROFESIONAL

- UNIVERSIDAD DE LIMA
Directora del Centro Cultural
Febrero 2021 a la fecha
- Festival de Artes Escénicas de Lima (FAE Lima)
Coordinadora de Comunicaciones
Junio 2018 - Mayo 2020
- UNIVERSIDAD DE LIMA
Productora de Actividades Artísticas del Centro Cultural
Coordinadora de La Galería Universidad de Lima
Junio 2016 - Febrero 2021
- UNIVERSIDAD DE LIMA
Productora de Espacio Abierto – Danza Ulima
Marzo - Abril 2016
- IMIZU PRODUCCIONES
TEASER SERIE “LLEGARON LOS HUARCAYA”
Asistente de Dirección
Julio - Agosto 2014
- “The Belly Feeling Project”, exposición de Natalia Cassinelli
Productora Ejecutiva
Centro Cultural Juan Parra del Riego
Marzo - Abril 2014
- TODOS ESTAMOS HACIENDO PERÚ
Productora de Proyectos y del programa *Mi escuela* (TVPerú)
Septiembre - Noviembre 2013
- UNIVISION (Miami)
Script / Data Manager – Comerciales Tarjeta de Debito Prepagada
Abril 2013

- *TU MEJOR VIDA*, serie web para Telemundo (Miami)
Script / Data Manager
Octubre 2012
- *SECRETEANDO*, serie web para Telemundo (Miami)
Data Manager
Agosto 2012
- ATIAJA FILM
Productora - Editora - Guionista
Junio 2010 - Mayo 2016
- TERAPIA DE ARTES EXPRESIVAS PERÚ
Productora general del IX Congreso Internacional en Terapia de Artes Expresivas
Marzo - Agosto 2011
- JQ EVENTOS ESTRUCTURADOS
Productora de eventos
Diciembre - Marzo 2011
- LÍNEA EXÓTICA PERÚ SAC
Gerente administrativa
Agosto 2008 - Marzo 2010
- INNOVA COMUNICACIONES
Productora ejecutiva
Julio 2006 - Julio 2008
- MULLU PRODUCCIONES
Programa documental *La buena tierra*, con Antonio Brack
Productora - Directora - Guionista
Abril - Diciembre 2005
- MULLU PRODUCCIONES
Programa documental *La buena tierra*, con Antonio Brack
Productora Ejecutiva - Asistente de dirección
Febrero 2004 - Marzo 2005
- TNP - Canal7
Programa documental *La buena tierra*, con Antonio Brack
Asistente de Producción
Octubre 2002 - Enero 2003

LOGROS Y RECONOCIMIENTOS

- Largometraje documental *Hogar* de Jano Burmester
Productora - Guionista
 - *Proyecto ganador del TalentDOC 2013, organizado por el Goethe-Institut en Bolivia.*
 - *Premio especial: beca para el Taller Colón de la Fundación TYPa, en Argentina.*

- Cortometraje *Regreso* de Jano Burmester (2010)
Productora asociada – Distribución
 - *Ganador del Concurso de Cortometrajes Conacine 2010. Mención honrosa a mejor ópera prima (Perú, 2010)*
 - *Selección Short Film Corner - Festival de Cine de Cannes (Francia, 2011)*
 - *Mejor actor en el XV Festival Florianópolis Audiovisual Mercosur (FAM, Brasil, 2011)*
 - *Mejor ópera prima y mejor música original - FilmoCorto 2011 (Festival de Cine de Lima, Perú, 2011)*
 - *Selección Short Film Market Clermont-Ferrand (Francia, 2012)*
 - *Mejor cortometraje de ficción por el jurado oficial - Amazônia Doc (Brasil, 2012)*
 - Cortometraje *Mi cine de barrio* de Danny Céspedes (2003)
Productora
 - *Mención honrosa del género documental – I Festival de Creación Audiovisual Universitario, organizado por la Asociación Peruana de Facultades de Comunicación Social (Trujillo, 2003)*
 - *Seleccionado para representar al Perú en el II Festival Iberoamericano de Creación Audiovisual Universitaria (Puerto Rico, 2003)*
 - Puesto 6 de egresados de la Facultad de Comunicación, promoción 2003-2
Universidad de Lima
 - Puesto 1 de la Facultad de Comunicación, ciclo 1998-2
Universidad de Lima
-

OTRAS ACTIVIDADES

- Moderadora del conversatorio “Economía creativa en el Perú”,
Organizado por la Facultad de Comunicación - Universidad de Lima
Febrero 2021
 - Organización del I Encuentro Macro Regional de Niños Shipibos, en alianza con la comunidad nativa Puerto Firmeza (Ucayali)
Agosto 2009
 - “Oxe Neten Yoití – Contando bajo la noche de luna”
Espectáculo itinerante de cuentos amazónicos
Productora - Dramaturga - Narradora
Febrero - Marzo 2009
 - Exposición fotográfica “Por tierra al mar...”
Fotógrafa
 - *Facultad de Comunicación - Universidad de Lima (Mayo 2006)*
 - *Facultad de Traducción, Interpretación y Ciencias de la Comunicación – Unifé (Junio - Julio 2006)*
 - Participación como bailarina en el Festival Danza Nueva (ICPNA), Fiteca 2016, el Festival Internacional de la Escena El Arte del Sol, el Encuentro Experiencias de la Carne 2016 (Centro Cultural de España), entre otros.
-

Diploma de bachiller



UNIVERSIDAD DE LIMA

A nombre de la Nación

El Rector de la Universidad de Lima

Por cuanto:

El Consejo Universitario ha otorgado el

Grado Académico de Bachiller en Comunicación

a doña Katerine Patricia Rodriguez Koecklin

quien después de haber cumplido como alumno de la Facultad de

Comunicación

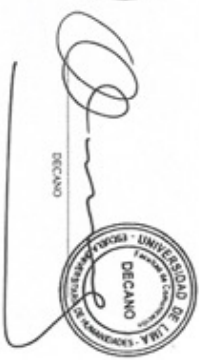
con los requisitos exigidos por las disposiciones legales vigentes, optó dicho

Grado el día 3 de junio de 2004

Por tanto:

Expide el presente Diploma, para que se le reconozca como tal.

Dado y firmado en Lima el 4 de junio de 2004



CERTIFICO:
QUE EL PRESENTE DOCUMENTO ES COPIA
FIEL DEL ORIGINAL

LIMA

30 JUN 2004

JORGE POWER MANCHEGO MUÑOZ
Secretario General



INSCRITO EN EL "REGISTRO GENERAL DE GRADOS
Y TITULOS", EN EL ASIENTO N° 150
DE FOLIAS 75 DEL TOMO XXIII
Lima 9 de Junio de 2004



REPUBLICA DEL PERU
MINISTERIO DE EDUCACION
SECRETARIA GENERAL
OFICINA DE TRAMITE DOCUMENTARIO
En la fecha se legaliza la firma que se ve
sin juzgar al contenido del Documento.

N° 35708

Lima 30 JUL 2004

Rosalia Cardenas Alvarez
ROSALIA CARDENAS ALVAREZ
LEGALIZACIONES

Constancias de formación complementaria



escena
CONTEMPORÁNEA

CERTIFICADO DE PARTICIPACIÓN

Escena Contemporánea
certifica que

Katerine Rodríguez Koecklin

participó en el taller **DRAMATURGIA NO VERBAL**,
realizado por la dramaturga colombiana **Juliana Reyes** del 25 de agosto al 08 de
septiembre de 2020 (5 sesiones, 10 horas).

Lima, septiembre de 2020

Juliana Reyes



Lima, febrero de 2018

CONSTANCIA

A través de la presente se hace constar que **Katerine Patricia Rodríguez Koecklin** ha participado en el taller *Diseño y Montaje de Exposiciones* a cargo del museógrafo Miguel Ángel Vidal Trujillo, realizado en el BRITÁNICO Cultural durante los meses de enero y febrero, los días martes y jueves de 7:00 a 10:00 pm, con una intensidad total de 42 horas.

Atentamente,


CLEMENCIA FERREYROS
Gerente de Cultura



[Sala de parto] Confirmación de cupo como PARTICIPANTE en taller de narración sonora

Alejandro Clavier <aclavier@teatrolaplaza.com>

Sat 9/6/2014 8:48 PM

To: Rodrigo Zalles <rodrigopues@gmail.com>; Claudia Tangoa <claudiatangoa@gmail.com>; luisa fernanda lindo <luisafernandalindo@gmail.com>; Mario balón <marioballonaguirre@gmail.com>; CHRISTIAN YSLA <christianysla@gmail.com>; Sebastián Eddowes <diegoseb88@hotmail.com>; Guillermo castrillón <elmuditobarrancal@yahoo.es>; urpi.abufom@gmail.com <urpi.abufom@gmail.com>; Tirso Causillas <t.causillas@gmail.com>; krkoecklin@hotmail.com <krkoecklin@hotmail.com>; perezzero@gmail.com <perezzero@gmail.com>; alberick garcia <alberickgarciacerna@gmail.com>
Cc: Janice Villalobos Paz <janice.villalobospaz@gmail.com>

Estimados,

Les escribo para **confirmar su participación en el taller de narración sonora** dictado por Trinidad Piriz y Daniel Marabolí en el marco de Sala de parto. Pedimos disculpas por la tardanza de la confirmación de este mail, ya que hemos tenido un contratiempo con el número de cupos.

Fechas: 8, 10 y 11 de setiembre (empezamos este lunes, nótese que no hay sesión el día 9 pues el grupo estará preparándose para la función de Helen Brown).

Horario: 2 a 5pm (Se exige puntualidad).

Dirección: Cajamarca 235, Barranco. Una casita roja. Aquí el mapa: <https://goo.gl/maps/KWNuR>

Les pido que confirmen por esta vía la recepción de este correo.

Un abrazo grande,

Jano



Madrid, 29 de septiembre de 2011

Por la presente certificamos que **Katerine Patricia Rodríguez Koecklin (ATIAJA FILM)**, ha sido seleccionada para participar con el proyecto "Familia" en el Seminario "SEMINAR PROGRAMME FOR LATIN AMERICAN AND EUROPEAN PROFESSIONAL FILM PRODUCERS (TAREULA III)" organizado por EGEDA. Dicho evento tendrá lugar en Miami (Florida, EE.UU.) del 20 al 22 de octubre de 2011.

Firmado:

Carlos Antón

Director de TAREULA

CLUB DE TEATRO DE LIMA
(ENTE JURIDICO, NO LUCRATIVO, RECONOCIDO OFICIALMENTE POR EL GOBIERNO DEL PERU)
R.U.C. 19228088

DOMICILIO
AV. 28 DE JULIO 183 - MIRAFLORES - LIMA 18 - PERU (SOUTH AMERICA)
ADDRESS
TELEFONOS: 45-7780/47-7183

C E R T I F I C A D O

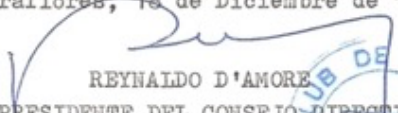
CERTIFICAMOS QUE LA Srta. K A T E R I N E P A T R I C I A R O D R I G U E Z K O E C K L I N, HA ESTUDIADO EL CURSO DE ARTE DRAMATICO EN LA ESCUELA DE NUESTRA INSTITUCION DURANTE UN AÑO.

ESTOS ESTUDIOS TIENEN PRESENTACIONES INTERNAS FRENTE A PUBLICO Y A SUS PROFESORES QUE LA Srta. RODRIGUEZ CUMPLIO EN FORMA DESTACABLE.

ASIMISMO CERTIFICAMOS SU CAPACIDAD, DISCIPLINA E INTERES DURANTE EL DESARROLLO DEL CURSO.

EXPEDIMOS EL PRESENTE CERTIFICADO A SU SOLICITUD Y PARA LOS FINES QUE CREA CONVENIENTE.

Miraflores, 18 de Diciembre de 1998


REYNALDO D'AMORE
PRESIDENTE DEL CONSEJO DIRECTIVO




Reconocido por el Gobierno del Perú, Ministerio de Educación - Instituto Nacional de Cultura
Registros Públicos de Lima: Asiento 1 - Folios 409 del Tomo III del Registro de Asociaciones
Registros de Entidades Perceptoras de Asignaciones Cívicas Deducibles del Tomo III - Folio 40 Nº 06354
Registro de Entidades Exentas del Impuesto a la Renta en Tomo IV Folio 477-Nº 10974

DIRIGIR TODA CORRESPONDENCIA AL C.T.L.
SIN MENCION DE PERSONA


ALL CORRESPONDENCE SHOULD BE ADDRESSED
TO THE CTL AND NOT TO INDIVIDUALS

ADRESSER TOUTE CORRESPONDANCE
AU CTL SANS MENTION DE PERSONNE

Constancia TOEFL (idioma inglés)



*Listening. Learning.
Leading.*



TOEFL
English Language Learning

[Log Out](#) | [FAQs](#) | [Help](#) | [Contact Us](#) | [TOEFL Home Page](#)

Candidate Profile

[Update Contact Information](#)

[Update Identifying Information](#)

[Update TOEFL Search Service Preferences](#)

[Change Password](#)

Test Registration and Orders

[Register for a Test](#)

[Order Score Reports](#)

[View Order\(s\)](#)

Scores

[View Scores](#)

[Store](#)

[Bulletin](#)

[My Home Page](#)

View Scores

Registration Number: 000000018898233 [Request additional score reports](#)

Security Information
 Type: Passport
 Country: Peru
 ID: 2798766

Test	Test Date	Reading	Listening	Speaking	Writing	Total
TELXML	Fri Jun 14 07:45:24 EDT 2013	24	29	24	27	104

[How to interpret scores](#)

Katerine Patricia Rodriguez
 Av. El Polo 620, Casa 7, Urb. Monterrico Chico, Surco
 Lima, Lima LIMA 33
 Peru
 krkoecklin@hotmail.com
 (51) 5116582503
 ETS ID: 8478335

Reading Skills	Level	Your Performance
Reading	High(22-30)	<p>Test takers who receive a score at the HIGH level, as you did, typically understand academic texts in English that require a wide range of reading abilities regardless of the difficulty of the texts.</p> <p>Test takers who score at the HIGH level, typically</p> <ul style="list-style-type: none"> have a very good command of academic vocabulary and grammatical structure; can understand and connect information, make appropriate inferences, and synthesize ideas, even when the text is conceptually dense and the language is complex; can recognize the expository organization of a text and the role that specific information serves within the larger text, even when the text is conceptually dense; and can abstract major ideas from a text, even when the text is conceptually dense and contains complex language.
Listening Skills	Level	Your Performance
Listening	High(22-30)	<p>Test takers who receive a score at the HIGH level, as you did, typically understand conversations and lectures in English that present a wide range of listening demands. These demands can include difficult vocabulary (uncommon terms, or colloquial or figurative language), complex grammatical structures, abstract or complex ideas, and/or making sense of unexpected or seemingly contradictory information.</p> <p>When listening to lectures and conversations like these, test takers at the HIGH level typically can</p> <ul style="list-style-type: none"> understand main ideas and important details, whether they are stated or implied; distinguish more important ideas from less important ones; understand how information is being used (for example,

		<p>to provide evidence for a claim or describe a step in a complex process);</p> <ul style="list-style-type: none"> ● recognize how pieces of information are connected (for example, in a cause-and-effect relationship); ● understand many different ways that speakers use language for purposes other than to give information (for example, to emphasize a point, express agreement or disagreement, or convey intentions indirectly); and ● synthesize information, even when it is not presented in sequence, and make correct inferences on the basis of that information.
Speaking Skills	Level	Your Performance
Speaking about familiar topics	Good(3.5 - 4.0)	Your responses indicate an ability to communicate your personal experiences and opinions effectively in English. Overall, your speech is clear and fluent. Your use of vocabulary and grammar is effective with only minor errors. Your ideas are generally well developed and expressed coherently.
Speaking about campus situations	Fair(2.5 - 3.0)	Your responses demonstrate an ability to speak in English about reading material and experiences typically encountered by university students. You are able to convey relevant information about conversations, newspaper articles, and campus bulletins; however, some details are missing or inaccurate. Limitations of grammar, vocabulary, and pronunciation at times cause difficulty for the listener. However, they do not seriously interfere with overall communication.
Speaking about academic course content	Fair(2.5 - 3.0)	Your responses demonstrate that you are able to speak in English about academic reading and lecture material, with only minor communication problems. For the most part, your speech is clear and easy to understand. However, some problems with pronunciation and intonation may occasionally cause difficulty for the listener. Your use of grammar and vocabulary is adequate to talk about the topics, but some ideas are not fully developed or are inaccurate.
Writing Skills	Level	Your Performance
Writing based on reading and listening	Good(4.0 - 5.0)	<p>You responded well to the task, relating the lecture to the reading. Weaknesses, if you have any, might have to do with</p> <ul style="list-style-type: none"> ● slight imprecision in your summary of some of the main points and/or ● use of English that is occasionally ungrammatical or unclear.
Writing based on knowledge and experience	Fair(2.5 - 3.5)	<p>You expressed ideas with reasons, examples, and details, but your response indicated weaknesses such as</p> <ul style="list-style-type: none"> ● you may not provide enough specific support and development for your main points; ● your ideas may be difficult to follow because of how you organize your essay or because of the language you use to connect your ideas; and/or ● grammatical mistakes or vague/incorrect uses of words may make the writing difficult to understand.

Constancias de experiencia profesional



CONSTANCIA DE TRABAJO

La Dirección Universitaria de Personal deja constancia de que la señorita **KATERINE PATRICIA RODRIGUEZ KOECKLIN** presta servicios en esta Casa de Estudios desde el 14 de junio de 2016, habiendo desempeñado los siguientes cargos en el Centro Cultural:

Del 23 de febrero de 2021 a la fecha

Cargo: **Directora (e)**

Del 14 de junio de 2016 al 22 de febrero de 2021

Cargo: **Productora de Actividades Artísticas**

Funciones:

- Efectuar la preproducción y producción de la puesta en escena de las actividades artísticas y de eventos.
- Identificar y realizar el seguimiento de artistas y grupos artísticos en Lima.
- Realizar la búsqueda de auspicios para los eventos.
- Supervisar la producción de materiales gráficos y video gráficos.
- Desarrollar la estrategia de difusión de cada actividad y de contenidos.
- Organizar los equipos de atención al público y de ventas de entradas.
- Diseñar e implementar las estrategias de venta de entradas corporativas.

Se expide la presente constancia a solicitud de la interesada para los fines que estime convenientes.

Lima, 5 de abril de 2021

Documento firmado digitalmente

Por **BRITTA OLSEN RAVINA**

Directora

DIRECCION UNIVERSITARIA DE PERSONAL

Lima, 24 de marzo de 2021

A quien corresponda:

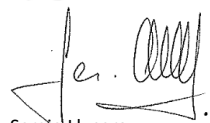
Por la presente se deja constancia que, durante el periodo de junio del 2018 a marzo del 2019, la Srta. Katerine Patricia Rodríguez Koecklin se desempeñó como Coordinadora de comunicaciones del Festival de Artes Escénicas de Lima – FAE Lima 2019, evento que fue organizado por el Británico Cultural, el Centro Cultural de la Pontificia Universidad Católica del Perú, el Centro Cultural de la Universidad de Lima, el Centro Cultural de la Universidad del Pacífico, el Gran Teatro Nacional y el Teatro La Plaza, y presentado por el Ministerio de Cultura del Perú.

Como parte de la propuesta de trabajo en conjunto, dichas instituciones organizadoras asumieron las diferentes labores necesarias para la realización del festival. En la edición 2019 del FAE Lima, el área de comunicaciones estuvo a cargo del Centro Cultural de la Universidad de Lima y el Centro Cultural de la Universidad del Pacífico.

El Centro Cultural de la Universidad de Lima asumió las siguientes funciones: elaboración de la estrategia de difusión y el plan de comunicaciones, desarrollo del concepto gráfico y realización de videos, página web y piezas gráficas. Este equipo de trabajo fue liderado por la Srta. Katerine Patricia Rodríguez Koecklin, quien además asumió la coordinación general de las comunicaciones del festival.

Se emite el presente documento para los fines que el interesado considere pertinente y para los fines que hubiere lugar.

Atentamente,



Sergio Llusera
Director ejecutivo FAE Lima 2019
Director Centro Cultural de la Universidad del Pacífico

Lima, 24 de marzo de 2021

A quien corresponda:

Por la presente se deja constancia que, durante el periodo de junio del 2019 a mayo del 2020, la Srta. Katerine Patricia Rodríguez Koecklin se desempeñó como Coordinadora de comunicaciones del Festival de Artes Escénicas de Lima – FAE Lima 2020, evento que fue organizado por el Británico Cultural, el Centro Cultural de la Pontificia Universidad Católica del Perú, el Centro Cultural de la Universidad de Lima, el Centro Cultural de la Universidad del Pacífico, el Gran Teatro Nacional y el Teatro La Plaza, y que fue presentado por el Ministerio de Cultura del Perú y la Municipalidad de Lima.

Como parte de la propuesta de trabajo en conjunto, dichas instituciones organizadoras asumieron las diferentes labores necesarias para la realización del festival. En la edición 2020 del FAE Lima, el área de comunicaciones estuvo a cargo del Centro Cultural de la Universidad de Lima y el Centro Cultural de la Universidad del Pacífico.

El Centro Cultural de la Universidad de Lima asumió las siguientes funciones: elaboración de la estrategia de difusión y el plan de comunicaciones, desarrollo del concepto gráfico, gestión de las redes sociales y la página web, desarrollo de plataforma para postulación a convocatorias, y realización de piezas gráficas y audiovisuales. Este equipo de trabajo fue liderado por la Srta. Katerine Patricia Rodríguez Koecklin, quien además asumió la coordinación general de las comunicaciones del festival.

Se emite el presente documento para los fines que el interesado considere pertinente y para los fines que hubiere lugar.

Atentamente,



Clemencia Ferreyros
Directora ejecutiva FAE Lima 2020

Lima, 24 de marzo de 2021

A quien corresponda:

Como productoras del Festival de Artes Escénicas de Lima – FAE Lima, desde xxxx del 2017 hasta la actualidad, dejamos constancia que durante este mismo periodo de tiempo la Srta. Katerine Patricia Rodríguez Koecklin ha cumplido labores dentro del área de comunicaciones del festival, como representante del Centro Cultural de la Universidad de Lima, una de las instituciones organizadoras del FAE Lima.

Además, estuvo a cargo de la coordinación general de comunicaciones durante las ediciones 2019 y 2020 del festival, en el plazo de junio del 2018 a mayo del 2020, desempeñando las siguientes funciones:

- Elaboración de la estrategia de difusión y el plan de comunicaciones.
- Coordinación y supervisión del desarrollo del concepto gráfico, e-mailing y realización de piezas audiovisuales y gráficas.
- Gestión de redes sociales y página web.
- Coordinación con las áreas de comunicación de las instituciones organizadoras, presentadores y aliados del FAE Lima para la difusión conjunta del festival.
- Supervisión de impresión de materiales gráficos.
- Desarrollo de plataforma para postulación a convocatorias.

Se emite el presente documento para los fines que el interesado considere pertinente y para los fines que hubiere lugar.

Atentamente,



Fabiola Castro
Productora del FAE Lima



Roxana Araoz
Productora del FAE Lima

Av. Javier Prado Este, Cuadra 45
Urbanización Monterrico, Lima 33, Perú

Apartado 852, Lima 100, Perú

T (511) 437 6767, 436 0500

F (511) 437 8066

www.ulima.edu.pe



CONTRATO DE LOCACIÓN DE SERVICIOS

Conste por el presente documento el Contrato de Locación de Servicios que celebran de una parte la **UNIVERSIDAD DE LIMA**, identificada con RUC N°20107798049, con domicilio en la Avenida Javier Prado Este N°4600, Urbanización Fundo Monterrico Chico, Distrito de Santiago de Surco, Provincia y Departamento de Lima, a quien en adelante se le denominará "**LA UNIVERSIDAD**", debidamente representada por su Rector, doctor Óscar Alfredo Quezada Macchiavello, identificado con DNI N°08248246; y, de la otra parte, **Katerine Patricia Rodríguez Koecklin**, identificada con DNI N° 41131259 y RUC N°10411312599, con domicilio en Av. El Polo N° 620 casa 7 distrito de Santiago de Surco, provincia y departamento de Lima, a quien en adelante se denominará "**LA LOCADORA**"; en los términos y condiciones siguientes:

PRIMERA: "**LA UNIVERSIDAD**" es una Institución Autónoma destinada a impartir educación superior, promover la investigación y proyectarse a la comunidad, a fin de contribuir con el desarrollo nacional.

SEGUNDA: De acuerdo con los objetivos mencionados en la cláusula precedente y con la finalidad de ejecutar dichos fines, "**LA UNIVERSIDAD**" requiere la contratación eventual de profesionales, para que presten sus servicios.

Con dicha finalidad "**LA UNIVERSIDAD**" contrata los servicios de **Katerine Patricia Rodríguez Koecklin**.

TERCERA: "**LA LOCADORA**" conviene en prestar sus servicios como asistente de producción en la actividad denominada Espacio abierto - creadores de danza y movimiento en homenaje al "Día Internacional de la Danza" evento organizado por la Dirección de Bienestar de la Universidad de Lima.

CUARTA: "**LA LOCADORA**" conviene en prestar sus servicios sin subordinación y con la dedicación que considere pertinente para brindar el servicio, en forma personal, teniendo en cuenta la naturaleza del servicio.

QUINTA: El plazo de vigencia del presente contrato será del 01 de marzo al 15 de abril del 2016, sin embargo, "**LA UNIVERSIDAD**" se reserva el derecho de resolverlo, ya sea por incumplimiento de las obligaciones asumidas por "**LA LOCADORA**" o sin expresión de causa, y sin que el ejercicio de este derecho genere lucro cesante alguno o indemnización de ningún tipo.

SEXTA: "**LA LOCADORA**" percibirá por concepto de honorarios profesionales y por todo otro concepto, el monto de S/. 500.00 (QUINIENTOS CON 00/100 SOLES).

El monto total será cancelado el 15 de abril de 2016, con cargo al evento con código AC.07.005.2016 a entera satisfacción por parte de "**LA UNIVERSIDAD**", previa presentación del comprobante de pago correspondiente.

OAL 3





Av. Javier Prado Este, Cuadra 46
Urbanización Monterrico, Lima 33, Perú
Apartado 852, Lima 100, Perú
T (511) 437 6767, 436 0500
F (511) 437 8066
www.ulima.edu.pe

Queda plenamente establecido, que el monto señalado en el párrafo precedente, estará sujeto a las retenciones por concepto de Impuesto a la Renta por Cuarta Categoría, de conformidad con la legislación vigente sobre la materia, así como a los impuestos y retenciones que en el futuro pueda disponer el Supremo Gobierno.

El pago se verificará en el domicilio de "LA UNIVERSIDAD" señalado en la parte introductoria del presente documento.

SEPTIMA: En todo lo no previsto en el presente contrato de locación de servicios serán de aplicación los artículos 1764° y siguientes del Código Civil, a cuyas disposiciones se someten expresamente las partes, así como a las demás de carácter civil que resulten aplicables.

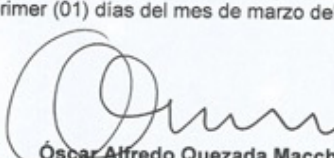
OCTAVA: Las partes dejan expresa constancia, que el presente convenio no constituye un contrato de trabajo y se rige por las normas invocadas en la cláusula precedente; circunstancia por la cual su prestación no genera derecho o beneficio social alguno previsto en la Legislación Laboral vigente.

NOVENA: Las partes convienen en señalar como sus domicilios, los mencionados en la parte introductoria del presente contrato, y que todo aviso, comunicación, documentación o notificación cursada a ellas se tendrá por válida y bien realizada, si la variación del domicilio no es comunicada por escrito a la otra parte, con la debida anticipación.

DECIMA: Para todo lo relacionado con el presente documento, las partes renuncian al fuero de sus domicilios y se someten a la Jurisdicción y Competencia de los Jueces y Tribunales de la Ciudad de Lima.

Hecho en tres (3) ejemplares de un mismo tenor, que suscriben ambas partes en señal de conformidad y aceptación. En Lima, al primer (01) días del mes de marzo del 2016


Katerine Patricia Rodríguez Koecklin


Oscar Alfredo Quezada Macchiavello
Rector



OAL 3



Lima, 13 de Junio de 2016

CONSTANCIA LABORAL

Por medio de la presente se deja constancia que la Srta. Katerine Patricia Rodríguez Koecklin, identificada con DNI 41131259, se ha desempeñado como Productora y Editora de **ATIAJA FILM SAC**, empresa dedicada a la producción audiovisual y cinematográfica, desde Junio del 2010 hasta Mayo del 2016, participando en proyectos corporativos además de los siguientes proyectos filmicos:

- Producción Asociada y Distribución en Festivales del Cortometraje "Regreso", dirigido por Jano Burmester, film ganador de Conacine 2010, Selección del Short Film Corner del Festival de Cannes 2011, Mejor Opera Prima y Música Original en Filmocorto del Festival de Cine de Lima 2011, Mejor Actor en FAM 2011, Selección Short Film Market de Clermont-Ferrand, Mejor Ficción por el Jurado Oficial en AMAZONIA DOC4.
- Producción y Guión del Largometraje Documental "Hogar", de Jano Burmester (en producción), proyecto ganador del Talent Doc 2013, organizado por el Goethe-Institut, y seleccionado para el Taller del Tribeca Film Institute dentro del marco del Doc Buenos Aires 2013 y para el Taller TyPA de la Fundación Colón, en Argentina.

Se extiende la presente para los fines que se considere convenientes.



Jano Burmester-Atiaja
Director ATIAJA FILM



CONSTANCIA LABORAL

Por medio del presente documento, se deja constancia que la **Srta. Katerine Patricia Rodríguez Koecklin**, identificada con DNI 41131259, se desempeñó desde Marzo a Agosto del 2011 como Productora General del IX Congreso de la Asociación Internacional de Terapia de Artes Expresivas: "*Viviendo en la incertidumbre: La diversidad como travesía sanadora desde las artes expresivas*", que se llevó a cabo en Lima y Cusco, del 10 al 16 de Agosto del 2011, bajo la organización de TAE PERÚ y el International Expressive Arts Therapy (IEATA).

Lima, 06 de junio de 2012

José Miguel calderón Vertiz
Director de Tae Perú

INNOVA FILMS

1

Lima, 7 de abril de 2021

A quien corresponda:

Por medio del presente documento de constancia que la señorita **Katerine Patricia Rodríguez Koecklin** ha trabajado como Productora ejecutiva de INNOVA FILMS de forma satisfactoria con dedicación y enfoque desde julio del 2006 a julio del 2008.

Durante este período estuvo a cargo de la coordinación, producción, investigación, elaboración de propuestas, guiones y registro audiovisual en proyectos de video, campañas para radio, cobertura de eventos, publicaciones promocionales y activaciones, desarrollados con clientes como Banco Financiero, Mi Banco, Apoyo Comunicación Corporativa, Perú LNG, Enersur, Avon, Tottus, Laive, FOVIDA, entre otros.

Se emite el presente documento para los fines que se consideren convenientes.

Atentamente,



Director General
MARCO MELGAR
INNOVA FILMS



CONSTANCIA DE TRABAJO

Por medio del presente documento de constancia que la Srta. Katerine Rodríguez Koecklin, identificada con D.N.I. 41131259, ha trabajado en MULLU PRODUCCIONES S.A.C., empresa especializada en la producción audiovisual, ocupando el cargo de Producción Ejecutiva y Asistencia de dirección para el programa "LA BUENA TIERRA", transmitido por TELEVISIÓN NACIONAL DEL PERÚ – Canal 7, desde Febrero del 2004 hasta Marzo del 2005, y luego encargándose de la producción, dirección y elaboración del guión del mismo programa durante los meses de Abril a Diciembre del 2005.

Durante este tiempo la Srta. Katerine Rodríguez realizó los siguientes documentales dentro de "LA BUENA TIERRA":

1. Industria maderera
2. Loreto: Tierra de Oportunidades
3. Política Forestal
4. Paracas: Un trabajo en equipo

Asimismo cabe agregar que ocupó el cargo de Productora Ejecutiva desde Enero del 2003 hasta Febrero del 2005 en los programas:

1. En Busca del Árbol de la Quina
2. Huancavelica
3. Reforestación: El Negocio del Siglo XXI
4. Inversión Forestal: Sembrando el futuro del Perú
5. Objetivo 7, los desafíos del cambio
6. Castaña: Una realidad olvidada
7. Industria Maderera
8. Concesiones forestales... Quizás, nuestra última oportunidad
9. Servicios Ambientales: Las maravillas que la naturaleza nos brinda
10. Jóvenes: Un futuro que se aleja.
11. Financiamiento Forestal, llevando los capitales al bosque

Se extiende la presente para los fines que considere convenientes.

Lima, 22 de marzo del 2006

MULLU PRODUCCIONES S.A.C.

HUGO SHINKI HIGA

HUGO SHINKI HIGA
Gerente General

Av. Primavera 936 B Surco / Teléfono: 2554009
mulluproducciones@gmail.com

Documentos sustentatorios de logros y reconocimientos



CERTIFICADO

El Goethe-Institut, y el jurado conformado por Sebastian Winkels (Alemania), Cathy de Haan (Alemania), Violeta Bronstein (Argentina), Charlotte Uzu (Francia), Diego Mondaca (Bolivia), Manolo Sarmiento (Ecuador) y Gabriela Yepes (Perú),

confieren un fondo de apoyo con una plaza en el Taller Colón, organizado por la Fundación TYP A (Argentina), al proyecto de:

“HOGAR” de Alejandro Augusto Burmester Atiaja

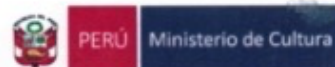
seleccionado como el proyecto peruano que se beneficia del TalentDOC, desarrollado, del 26 al 30 de Agosto de 2013.

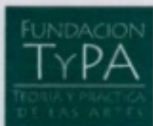
Cochabamba, 30 de agosto de 2013


Michael Friedrich
Goethe-Institut


Diego Mondaca
Coordinador TalentDOC



Elisabeth Torres
Fundación Simón I. Patiño

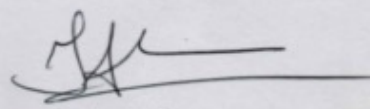




Certifico que **JANO BURMESTER** ha participado del **"XIV TALLER COLÓN DE ANÁLISIS DE PROYECTOS CINEMATOGRAFÍCOS"** organizado por la Fundación TyPA - Teoría y Práctica de las Artes, con su proyecto *Hogar*.

Con tutorías a cargo de Vicente Ferraz (Director, Brasil), Luis Miñarro (Productor y Director, España) y Rodrigo Moreno (Director, Argentina), se llevó a cabo del 6 al 12 de diciembre de 2013 en la ciudad de Colón, Prov. de Entre Ríos, Argentina.


Américo Castilla
Presidente
Fundación TyPA


Ilse Hughan
Vice-presidente
Fundación TyPA



UNA PRODUCCION DE ATIAJA FILM



REGRESO

UN CORTOMETRAJE DE JANO BURMESTER



Obra premiada en el Cuarto Concurso Extraordinario de Obras Cinematográficas Peruanas de Cortometraje CONACINE 2010



PRODUCCIÓN EJECUTIVA HAYDEE ATIAJA - LILY CHOU GUION Y DIRECCIÓN JANO BURMESTER ATIAJA DIRECCIÓN DE FOTOGRAFÍA INTI BRIONES
 PRODUCCIÓN GENERAL JANO BURMESTER ATIAJA JEFE DE PRODUCCIÓN KOKI CARRILLO PRODUCCIÓN ASOCIADA KATY RODRIGUEZ POST Y MEZCLA DE SONIDO TOMAS GISTAU
 MÚSICA ORIGINAL PAUCHI SASAKI SONIDO OMAR PAREJA ASISTENCIA DE DIRECCIÓN GABRIELA GAVERO DIRECCIÓN DE ARTE ANGEL CAVERO
 EDICIÓN JOSE BARLETTI DISEÑO MIGUEL CASTILLO, BRISCILA DEGREGORI, GERARDO GARCIA, MARCELA VERASTEGUI.



Concurso Extraordinario de Obras Cinematográficas
Peruanas de Cortometraje - CONACINE 2010

MEJOR ÓPERA PRIMA

Alejandro Burmester

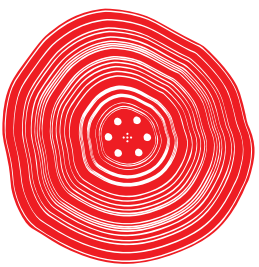
Cortometraje: **Regreso**

Lima, setiembre de 2010


Emilio Moscoso Manrique
Secretario Ejecutivo CONACINE


Rosa María Ollari Velarde
Presidenta CONACINE


Alvaro Velarde La Rosa
Presidente del Jurado



**AMAZÔNIA DOC.4
FESTIVAL PAN-AMAZÔNICO
DE CINEMA**

Certificamos que o filme **“Regreso”** do diretor Jano Burmester recebeu a premiação de Melhor Curta Ficção segundo o Júri Oficial da Associação Paraense de Críticos de Cinema - APCC/PA na Mostra Competitiva do Festival Amazônia Doc.4.

Belém/PA, 30 de Setembro de 2012.

Zienhe Castro
Direção Geral

CONSTANCIA

El Decano de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Lima deja constancia de que la producción *MI CINE DE BARRIO*, con la cámara de:

KATERINE PATRICIA RODRÍGUEZ KOECKLIN

ha obtenido la Mención Honrosa del Género Documental en el I Festival de Creación Audiovisual Universitario organizado por la Asociación Peruana de Facultades de Comunicación Social (APFACOM), en el marco del XXIV Encuentro Nacional de Facultades de Comunicación Social, realizado en la ciudad de Trujillo, del 25 al 28 de junio de 2003. Asimismo, y debido a la distinción obtenida, ha sido seleccionada para representar al Perú en el II Festival Iberoamericano de Creación Audiovisual Universitaria a realizarse en Puerto Rico entre el 5 y 8 de octubre de 2003.

Lima, julio de 2003



ÓSCAR QUEZADA MACCHIAVELLO
Decano
Facultad de Comunicación





CONSTANCIA



El Director Universitario de Servicios Académicos y Registro deja constancia que, la señorita:


KATERINE PATRICIA RODRIGUEZ KOECKLIN

con código 19982595, obtuvo el puesto N°6 en el orden de mérito de los egresados de la Facultad de COMUNICACION, en el período Agosto-Diciembre del 2003.

En dicho período el número de alumnos de la promoción fue de 66 integrantes.

Se extiende la presente constancia a solicitud de la interesada y, para los fines que considere convenientes.

Lima, 7 de junio del 2004.


Dirección Universitaria
de Servicios Académicos y Registro



Documentos sustentatorios de mi participación en diversas actividades



Lima, 25 de febrero de 2021

Señorita
Katerine Rodríguez
Directora
Centro Cultural de la Universidad de Lima
Presente.-

De mi consideración:

Tengo el agrado de dirigirme a usted para hacerle llegar mi más sincero agradecimiento por su participación como moderadora en el conversatorio "Economía Creativa en el Perú", organizado por la Facultad de Comunicación de esta casa de estudios.

Ha sido grato contar con su destacado aporte en este evento que se desarrolló el 25 de febrero de este año. En nombre de la Facultad de Comunicación reciba usted mi más especial saludo.

Atentamente,

Juan Carlos García Vargas
Decano (e)
Facultad de Comunicación



COLORIDO. Danzas en honor de la Virgen de la Candelaria.

(CUENTOS)

Oxe Neten Yoiti.

Recital itinerante de cuentos amazónicos profundos para mejorar la calidad educativa de los niños de la comunidad shipibo-coniba de Puerto Firmeza. Participan: Carlos Victoria y Katerine Rodríguez. Música en vivo: Cali Flores. Dirección: Mario Marthans.

★ LA TARIMA CAFÉ CONCERT, MANUEL BONILLA 118, MIRAFLORES. 8 PM. DONACIÓN: S/10.

16 SOCIEDAD |

agen
da.21



Marionetas de la Selva

Amacayacu: una aventura en el Amazonas nos cuenta las vivencias del travieso Paquito. • Lugar: Británico de San Martín de Porres (Av. Mendiola 1200). • Hora: 11:30 a.m.

/// música

DÚO MIXTO HUANCAYO

Polo Palomino y Yolanda Roque 'Trinitaria del Valle' vuelven al escenario para ofrecernos lo mejor de su repertorio musical andino. Invitados Haydeé Ledesma, Yuli del Perú, Violeta Retamozo, Leonidas Cervantes, Rolando Silvera y Los Pochos del Perú.

Peña Pocho

Av. El Triunfo Mza. K1, lote 4, Cooperativa Umamarca de la Panamericana



Los cuentos del Amazonas

• Lugar: La Tarima Café Concert (Manuel Bonilla 118, Miraflores).

• Hora: 8 p.m. • Entrada: 10 soles.

Oxe Neten Yoiti: Contando en noche de luna es un recital itinerante de cuentos amazónicos de origen shipibo-conibos. A través de ellos, podremos conocer la visión mágica que tienen del mundo. Participan: Carlos Victoria, Katerine Rodríguez. Música en vivo: Cali Flores. Dirección: Mario Marthans.



Lima, 10 de julio de 2006

Srta.
Katerine Rodríguez Koecklin
Fotógrafa
Presente. -

De mi consideración:

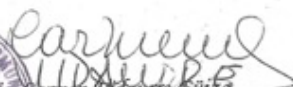
Es grato dirigirle la presente para manifestarle nuestro más profundo agradecimiento por la Exposición Fotográfica "Por tierra al Mar..." presentada del 19 de junio al 7 de julio de 2006 en los corredores de la Facultad de Traducción, Interpretación y Ciencias de la Comunicación.

La exposición fue apreciada por alumnas, docentes y visitantes por lo cual estamos seguros que cumplió con motivar el intercambio cultural y de relación entre los países hermanos recorridos, así como de contribuir con la formación profesional de las estudiantes.

Por lo demás le auguro éxitos en sus futuras presentaciones. Con este motivo, aprovecho la oportunidad para reiterar a usted los sentimientos de mi distinguida consideración.

Cordialmente,




Carmen Viqueiro Guise
Directora del Programa Académico de
Ciencias de la Comunicación