

Por Javier Ibacache V.
@Ibacache

LOS PÚBLICOS DE LAS ARTES EN CHILE

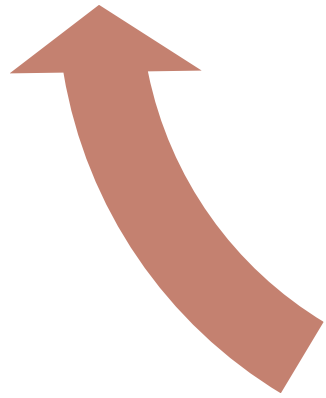
**ESPACIOS
CULTURALES**
Infraestructura



**PROGRAMACIÓN
ARTÍSTICA**
Creaciones y
contenidos



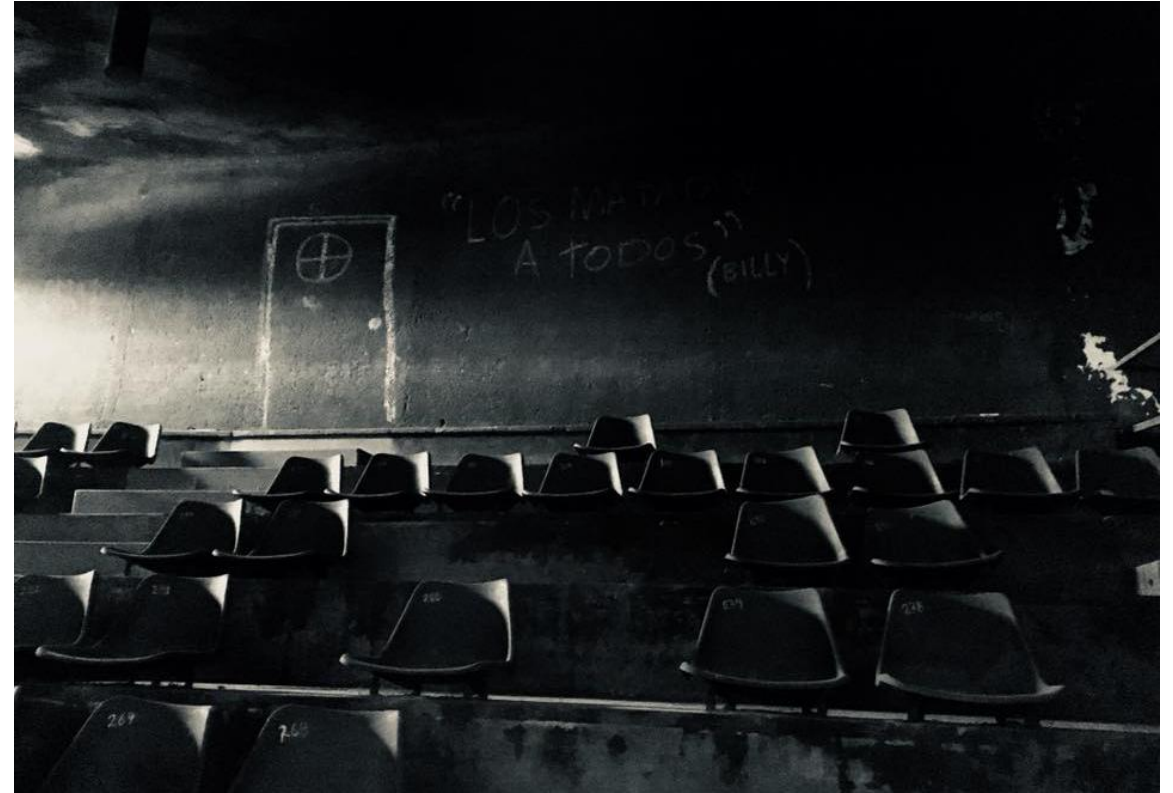
**PÚBLICOS
AUDIENCIAS**
Apropiación
simbólica



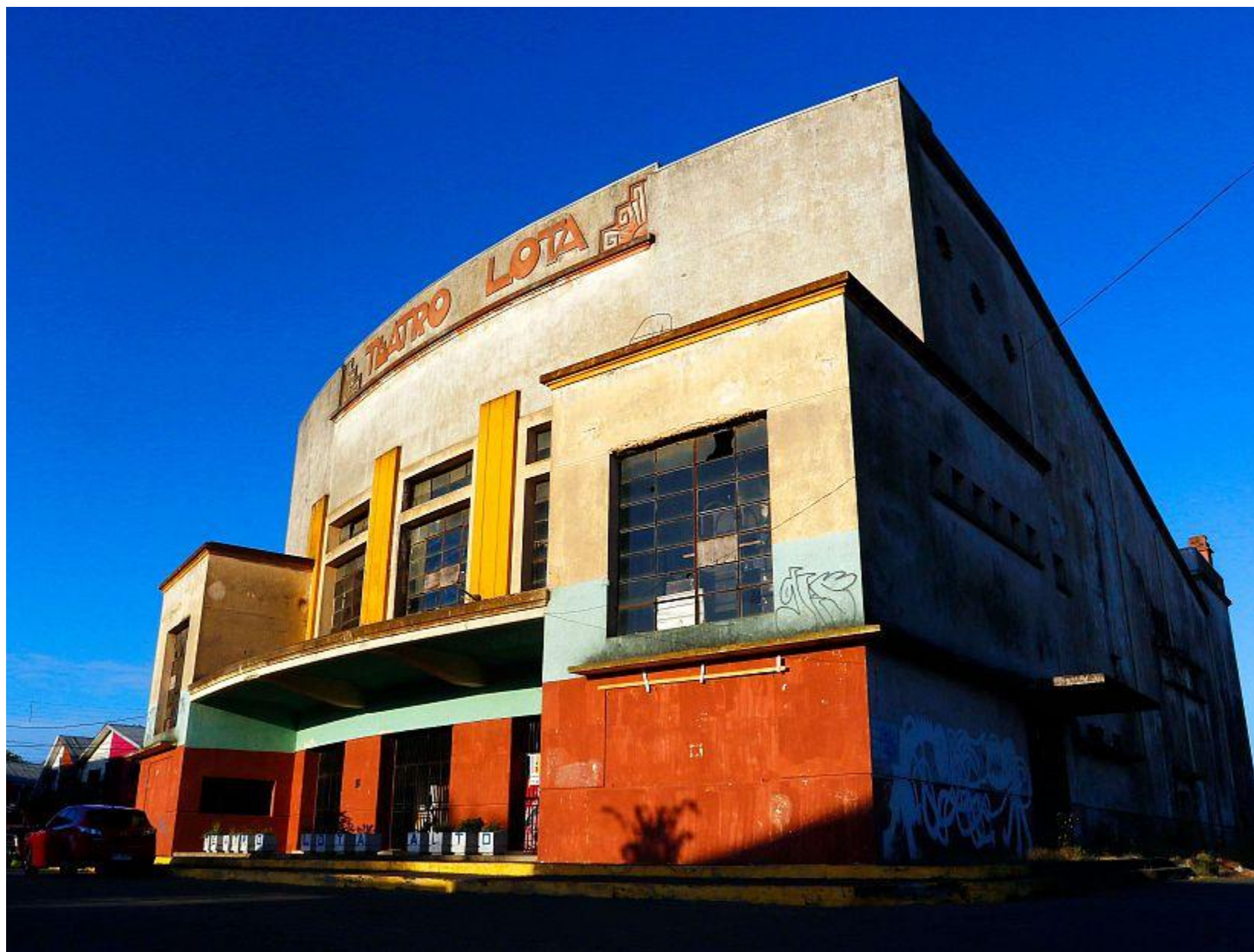
Espacios,
programación
y públicos:
DESAFÍOS Y
TENSIONES

TEATRO MUNICIPAL DE OVALLE





TEATRO MUNICIPAL DE LOTA



CASA DE LA CULTURA Y EL ARTE DE NACIMIENTO



EL LUGAR DEL
TEATRO EN ARICA

EL ESPECTADOR ACTUAL

- Infiel
- Crítico
- Participativo
- Conectado y multitasking
- Devorador de imágenes
- Prosumidor
- Omnívoro
- Se vincula mediante plataformas digitales





Cambio de eje en la gestión cultural

“Hoy se reconoce cada vez más que los públicos forman parte del hecho artístico y que su presencia depende de una gran diversidad de factores que es necesario identificar y explorar, a fin de poder establecer estrategias de gestión que los pongan en el centro”.

Lucina Jiménez.



Rol del Estado frente a los públicos

“Un Estado dedicado a la promoción de las artes debe enfocarse en asegurar y atender el encuentro continuo entre los artistas y su público. Es en el marco de estos encuentros donde se conciben, engendran, estimulan y realizan las artes de nuestros tiempos”.

Zygmunt Bauman
La cultura en el mundo de la Modernidad Líquida



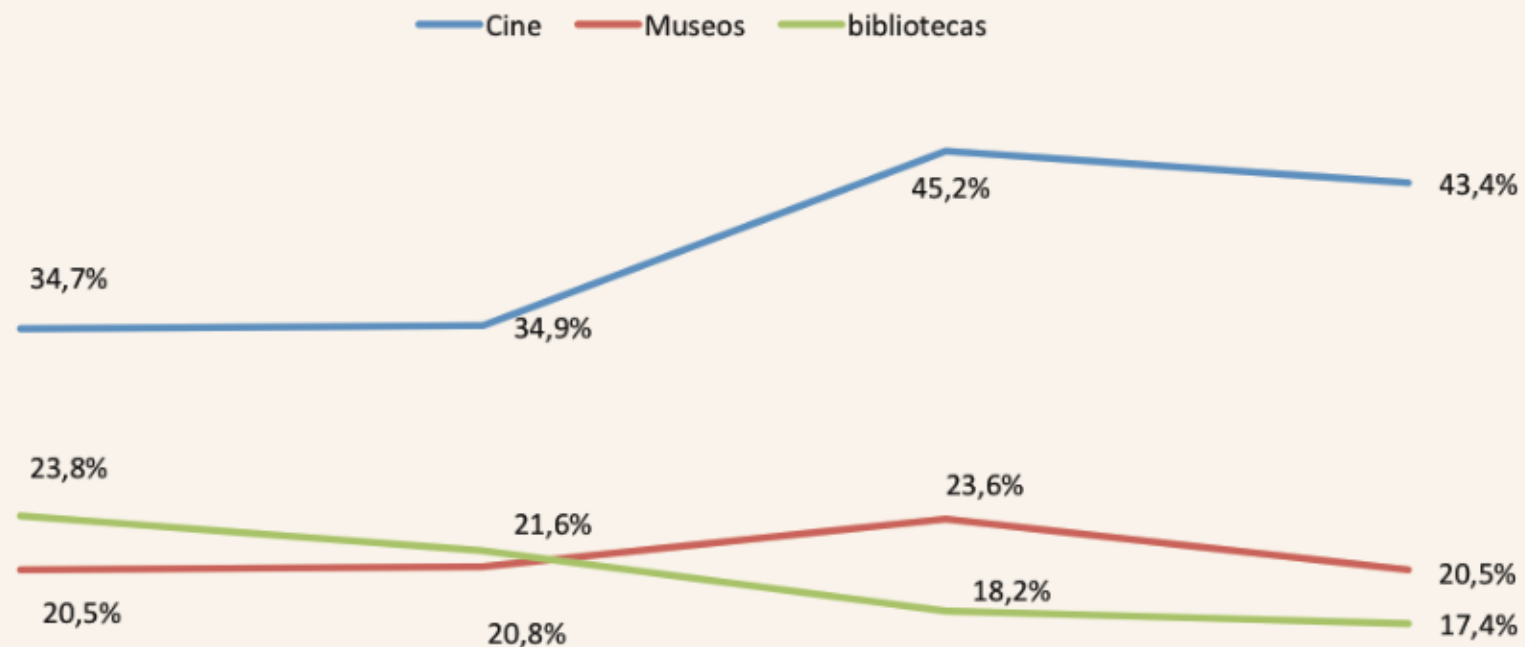
ENCUESTA NACIONAL DE PARTICIPACIÓN CULTURAL 2017

MIDIENDO LA PARTICIPACIÓN CULTURAL
DE LA CIUDADANÍA EN SU DIVERSIDAD:
UN INSTRUMENTO PARA UN MINISTERIO
DE LAS CULTURAS, LAS ARTES
Y EL PATRIMONIO.

PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

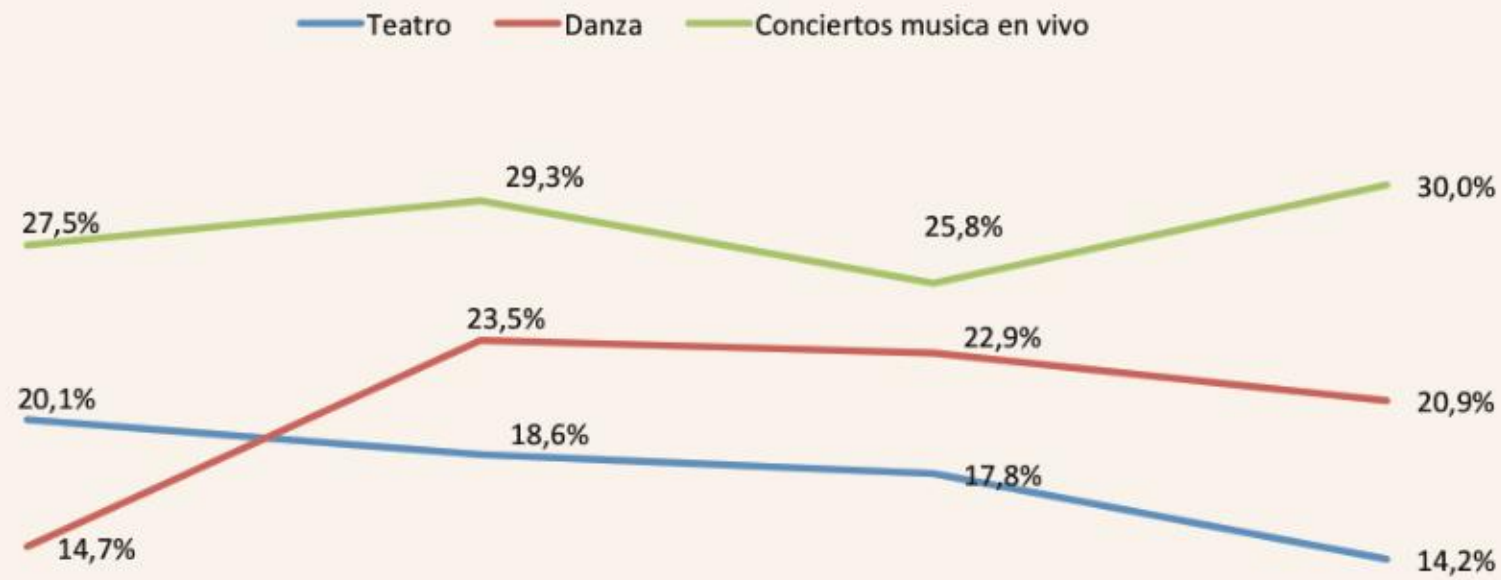
COMPARACIÓN DE LA PARTICIPACIÓN CULTURAL DE LOS CHILENOS

ACTIVIDADES
CULTURALES Y
SU ASISTENCIA
PARA EL PERIODO
2005-2017. (%)



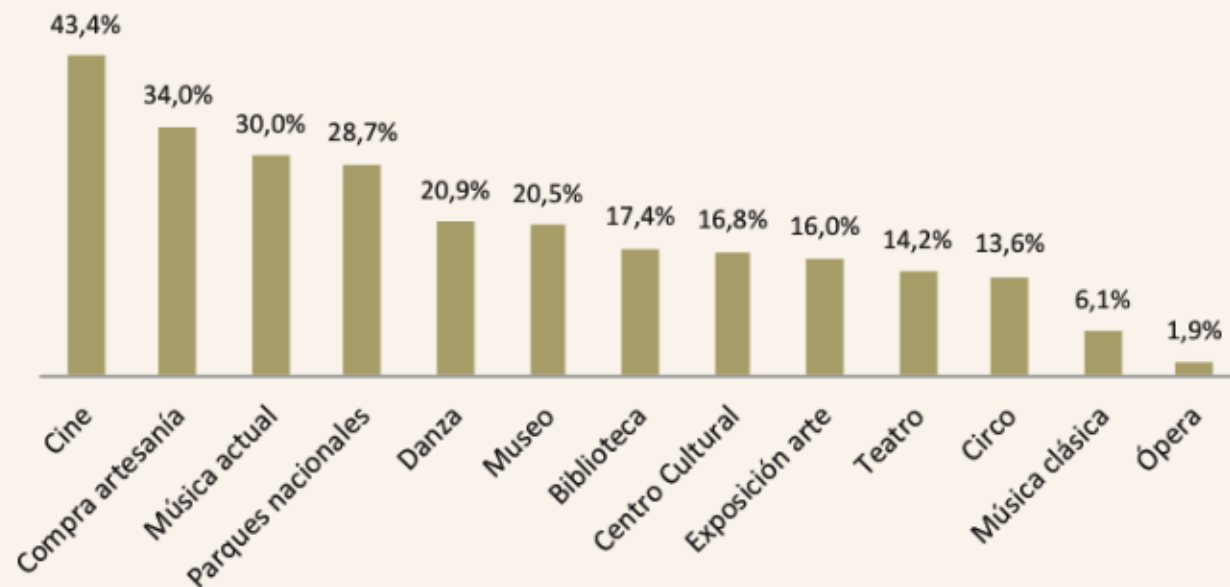
COMPARACIÓN DE LA PARTICIPACIÓN CULTURAL DE LOS CHILENOS

ACTIVIDADES
CULTURALES Y
SU ASISTENCIA
PARA EL PERIODO
2005-2017. (%)

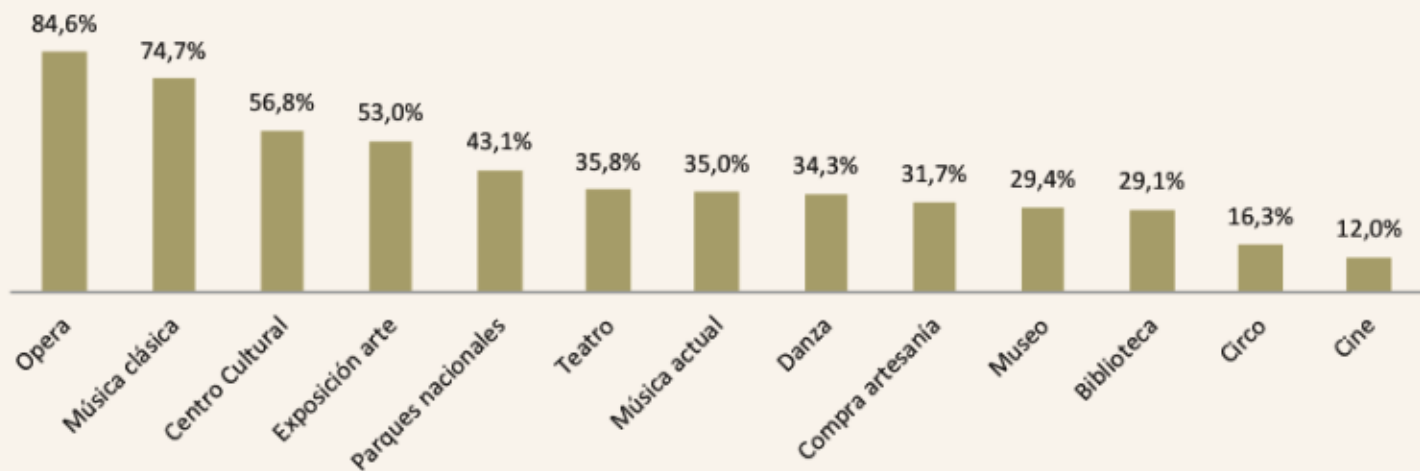


**ASISTENCIA A
ACTIVIDADES ARTÍSTICAS
Y CULTURALES EN LOS
ÚLTIMOS 12 MESES Y
ACTIVIDADES A LAS QUE
NUNCA SE HA ASISTIDO EN
LA VIDA**

Asistencia a actividades artísticas culturales en los últimos 12 meses. (%)

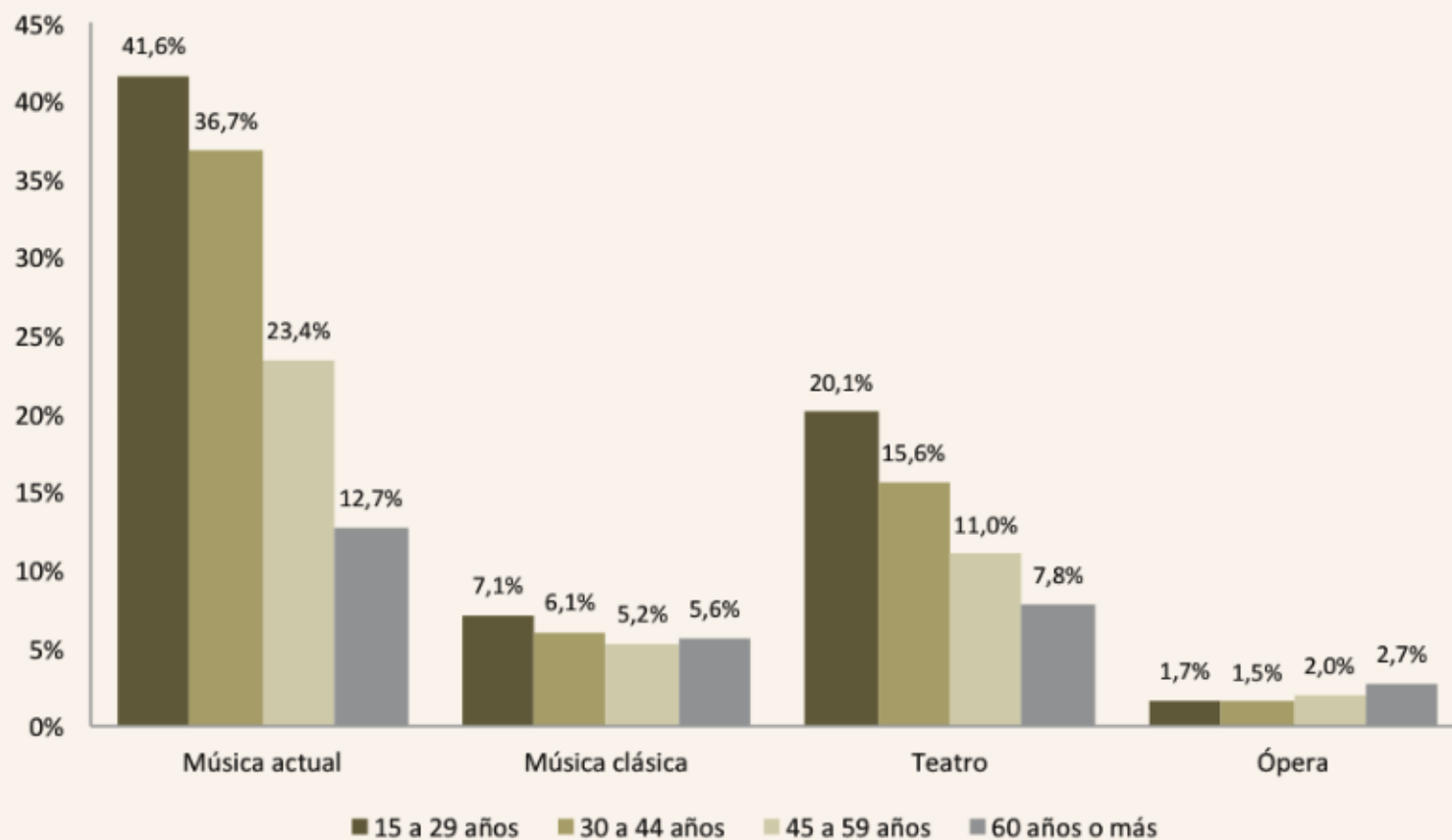


Actividades culturales a las que nunca se asistió en la vida. (%)



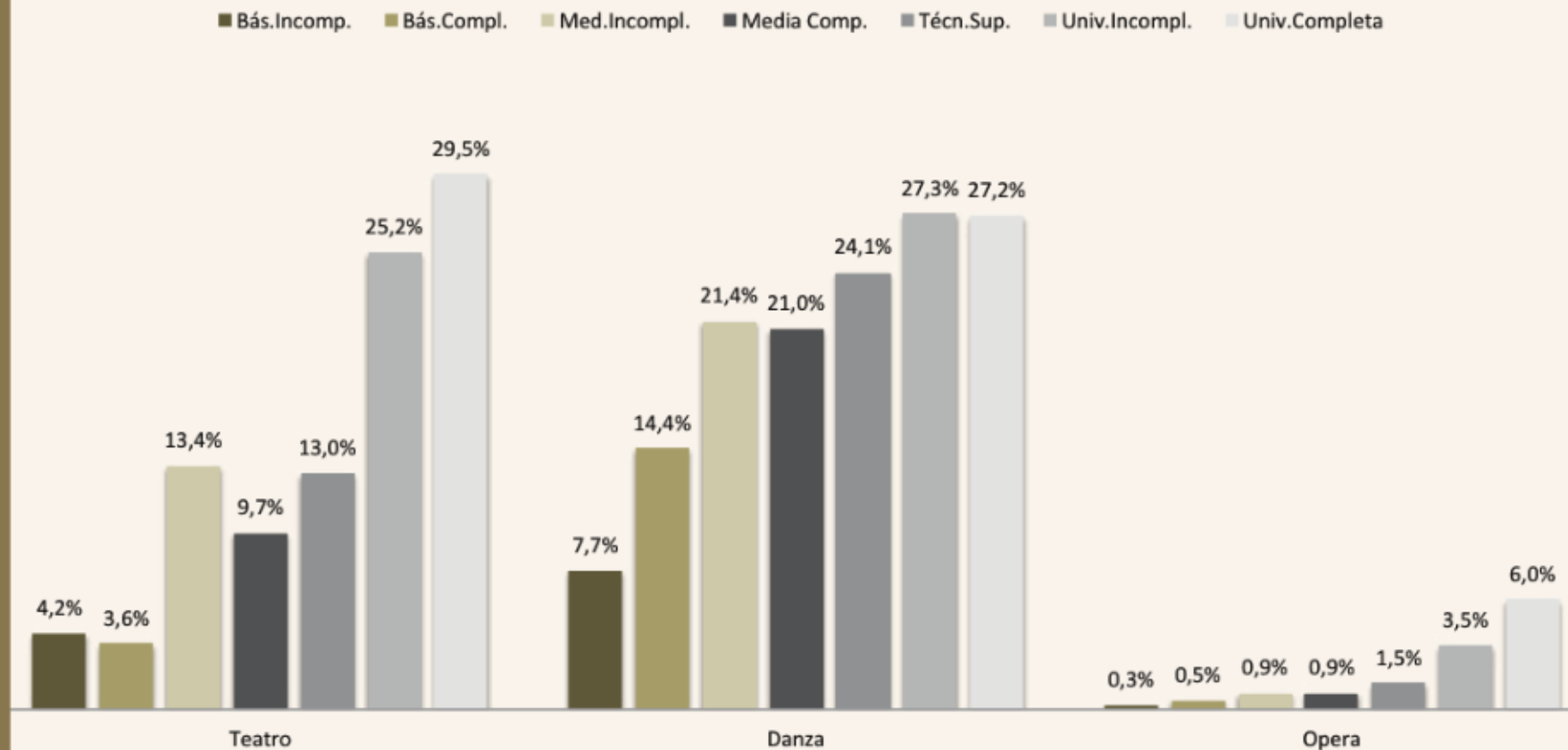
RESULTADOS:
PRÁCTICAS CULTURALES
DE LOS CHILENOS
**PARTICIPACIÓN CULTURAL
PARA ALGUNOS SECTORES
SEGÚN RANGO EDAD**

Personas que asistieron al menos una vez en el último año a actividades culturales según rango edad. En porcentaje (%).



ROL DE LA ESCUELA EN LA PARTICIPACIÓN CULTURAL DE LOS CHILENOS

Personas que asistieron al menos una vez en el último año a actividades culturales según nivel de escolaridad y sector. En porcentajes (%)



RESULTADOS:
PRÁCTICAS CULTURALES
DE LOS CHILENOS
PARTICIPACIÓN EN
CENTROS CULTURALES

Personas que han asistido a centros culturales durante los últimos 12 meses, en porcentaje (%)

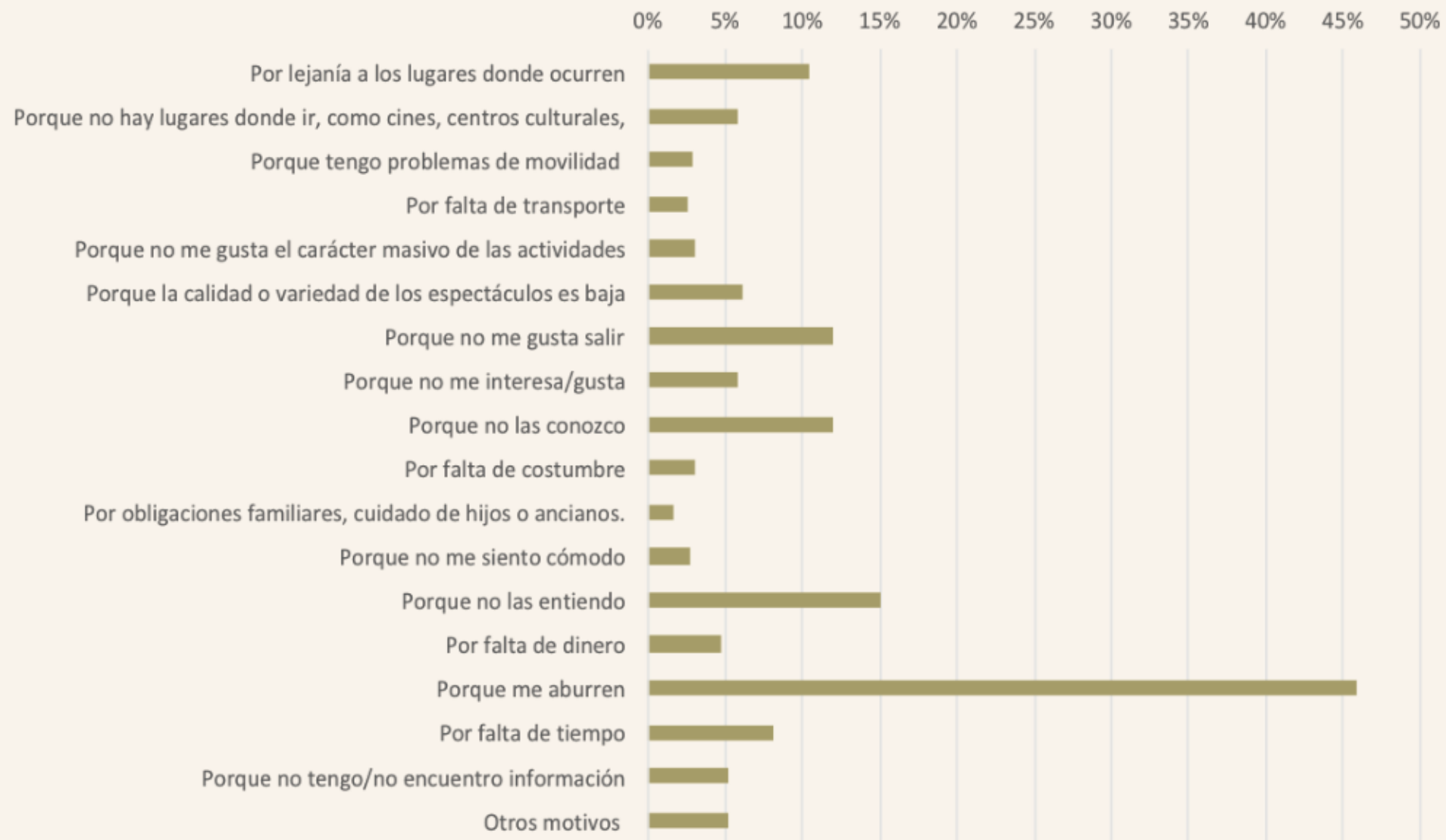
	Frecuencia	Porcentaje
SÍ	2.115.391	16,8
NO	10.456.548	83,2
Total	12.571.939	100

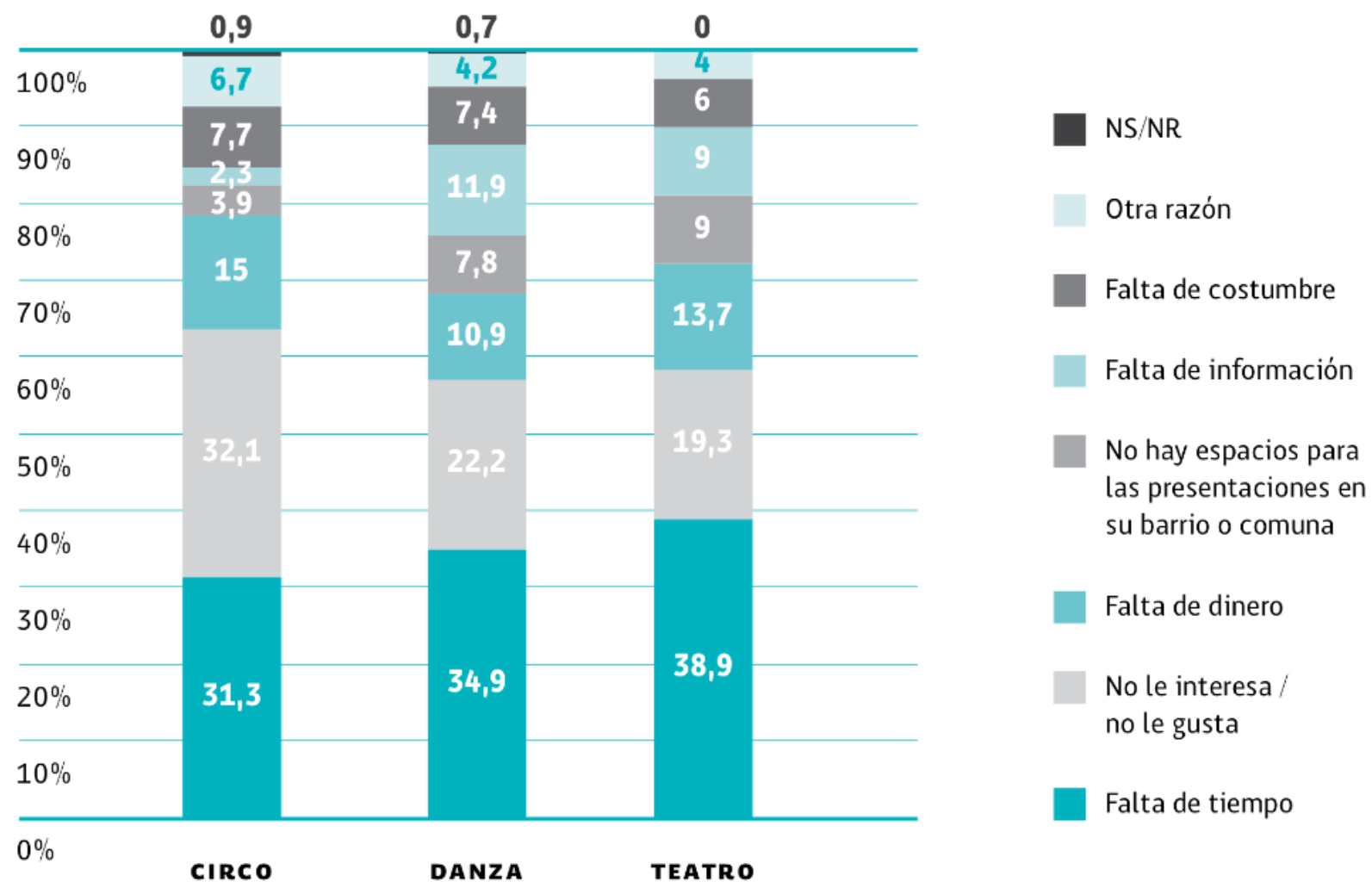
La última vez que fue a un centro cultural, ¿qué tipo de actividad fue a realizar?
solo personas que asistieron a centros culturales los últimos 12 meses, en porcentaje.



RESULTADOS: PRÁCTICAS CULTURALES DE LOS CHILENOS **MOTIVOS DE NO PARTICIPACIÓN EN ACTIVIDADES ARTÍSTICO-CULTURALES**

Principalmente, ¿por qué razones usted no asiste a alguna de las actividades culturales mencionadas en esta encuesta? Todos responden. Respuestas múltiples, en porcentaje.





Fuente: Elaboración CNCA a partir de datos de la ENPCC 2012 (CNCA, 2012c).



EL ESTADO DE LAS COSAS

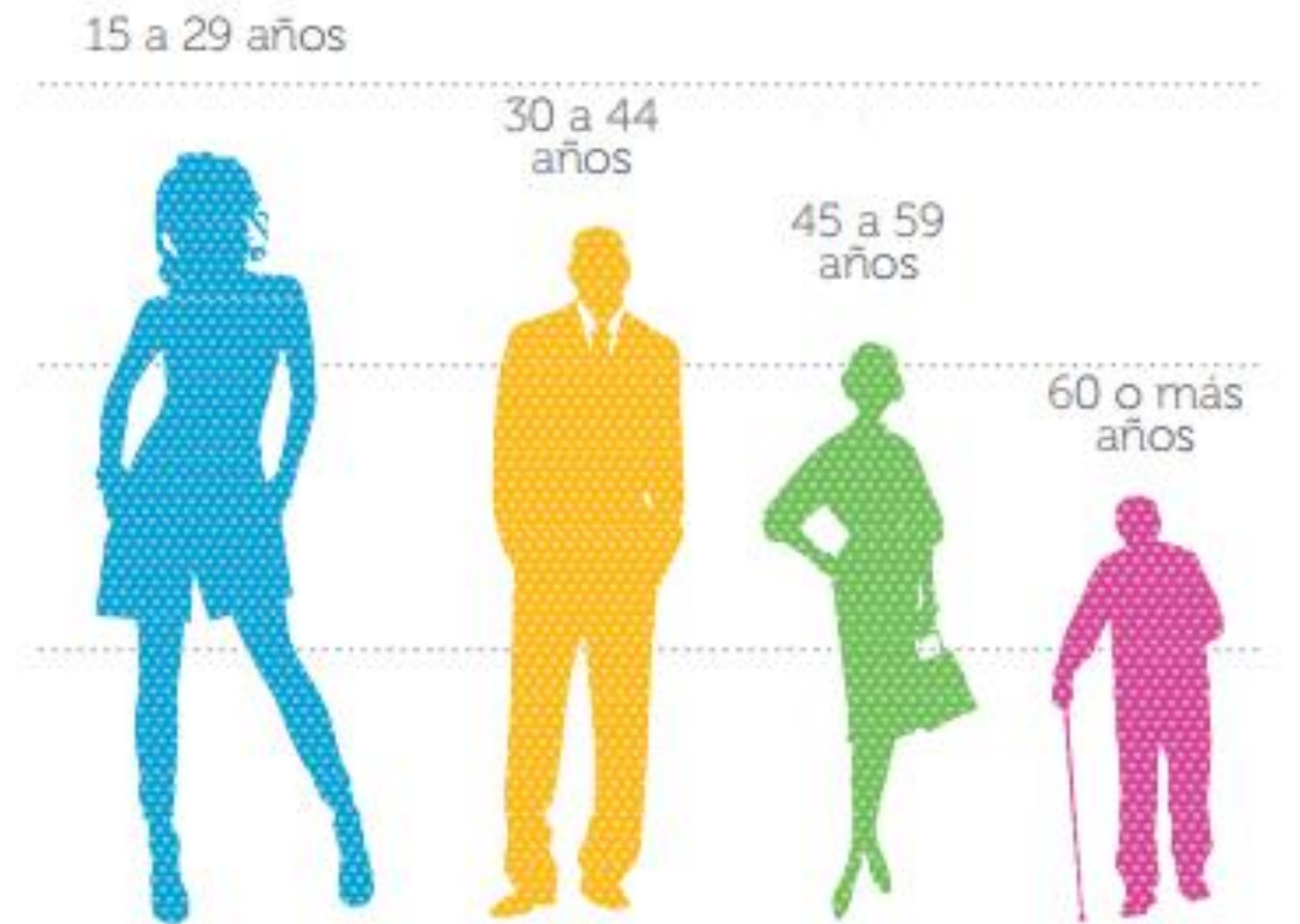


ESTADO DE SITUACIÓN DE MÚSICA Y AUDIOVISUAL

- ☐ Alta afluencia de públicos a grandes conciertos y grandes producciones de cine
- ☐ Baja asistencia a producciones audiovisuales nacionales (-1% en 2017)
- ☐ Alto consumo *on-demand* y *streaming*
- ☐ Oferta permanente, selectiva y relevante para segmentos
- ☐ Generación de experiencias integrales
- ☐ Diversificación de audiencias

PÚBLICOS DE ARTES ESCÉNICAS Y MUSICALES

- ☐ Baja asistencia de población chilena a espectáculos
- ☐ A mayor nivel socioeconómico, se incrementa asistencia
- ☐ A mayor edad, disminuye asistencia
- ☐ Quienes asisten lo hacen con una frecuencia de 2 a 3 veces por año
- ☐ Conciertos: falta de dinero principal razón de no asistencia. Teatro y danza: falta de tiempo y falta de interés.



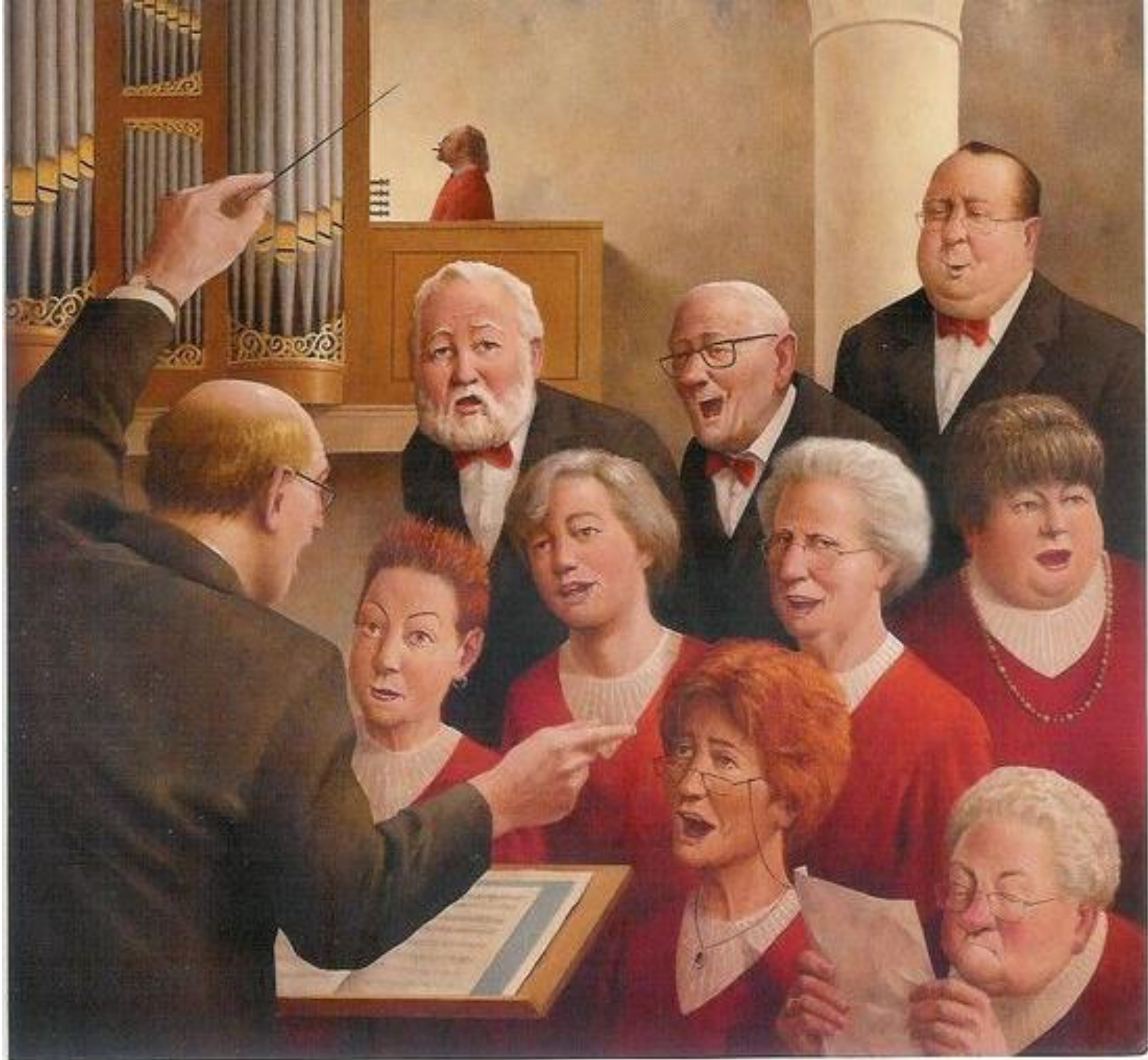
NO CONOCEMOS A NUESTROS PÚBLICOS

- INDAGACIONES DE RECIENTE DATA
- DIFICULTAD PARA ESTABLECER PARALELOS O COMPARACIONES
- FUENTES DISPARES Y RELEVOS PARCIALES. ANUARIO ESTADÍSTICAS CULTURALES, ENPCC
- AUSENCIA DE OBSERVATORIO DE PÚBLICOS



FOCO PREFERENTE EN PÚBLICOS DEL MAÑANA

- POLÍTICAS PÚBLICAS Y ORGANIZACIONES CULTURALES SE CENTRAN PREFERENTEMENTE EN SISTEMA ESCOLAR Y PÚBLICOS DEL MAÑANA
- COMPOSICIÓN DE PIRÁMIDE POBLACIONAL EN PROCESO ACELERADO DE CAMBIOS
- OPORTUNIDADES DESAPROVECHADAS DE DESARROLLO Y FORMACIÓN DE PÚBLICOS DEL HOY
- REDUCCIÓN DE MEDIACIÓN CULTURAL A EDUCACIÓN



INDUSTRIAS CREATIVAS VERSUS AUDIENCIAS

- ADOPCIÓN RECIENTE DE POLÍTICAS SECTORIALES DEL AUDIOVISUAL Y LA MÚSICA EN TORNO AL DESARROLLO DE AUDIENCIAS PARA PRODUCCIONES LOCALES
- SUPERPOSICIÓN DE ESTRATEGIAS DE DESARROLLO Y GENERACIÓN DE DEMANDA CON NUEVAS PERSPECTIVAS SOBRE IMPLICACIÓN DE LOS ESPECTADORES
- BAJO NIVEL DE DESARROLLO DE HERRAMIENTAS O PLATAFORMAS LOCALES DE FIDELIZACIÓN DE AUDIENCIAS



IMPACTO DE CAMBIOS TECNOLÓGICOS

- INEXISTENCIA DE DEBATE SOBRE IMPACTO DE LOS CAMBIOS TECNOLÓGICOS EN LA RELACIÓN DE LOS PÚBLICOS CON LAS ARTES
- FALTA DE INDAGACIÓN EN IMPLICANCIAS DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN EL SECTOR EN LA PRÓXIMA DÉCADA
- RENUENCIA A LA INTEGRACIÓN DE SISTEMAS DE DATOS (BIG DATA) EN DISTINTOS CAMPOS DEL SECTOR



BARRERAS DE ACCESO Y PARTICIPACIÓN

- ESTRATEGIAS ENFOCADAS PREFERENTEMENTE EN BARRERAS ECONÓMICAS Y TERRITORIALES
- INDAGACIONES ESTABLECEN QUE LA BARRERA PREDOMINANTE ES DE ORDEN SIMBÓLICO/ACTITUD
- GRATUIDAD NO GARANTIZA FIDELIZACIÓN O GENERACIÓN DE HÁBITO
- REVISIÓN DEL ROL QUE CUMPLEN AGENTES INTERMEDIARIOS (EQUIPAMIENTOS, REDES, ESPACIOS)
- NECESARIA ACTUALIZACIÓN DE PROGRAMAS DE GESTIÓN CULTURAL Y GESTORES DE ESPACIOS



CONTEXTO INTERNACIONAL

- GRAN TEATRO NACIONAL DE LIMA.
Reorientación hacia desarrollo y formación de públicos
- GOBIERNO DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES.
Establecimiento de Subsecretaría de Políticas Culturales y Nuevas Audiencias
- RED IBEROAMERICANA DE DESARROLLO DE PÚBLICOS, RIDP. Argentina, Chile, Perú, Uruguay, Colombia, España.
- PROGRAMA EUROPA CREATIVA. Unión Europea. Con foco en Desarrollo de Audiencias. Estudios de espacios y profesionales. Fundación Fitzcarraldo.





FIDELIZAR
DIVERSIFICAR
RENOVAR



NUEVAS ESTRATEGIAS DE PARTICIPACIÓN

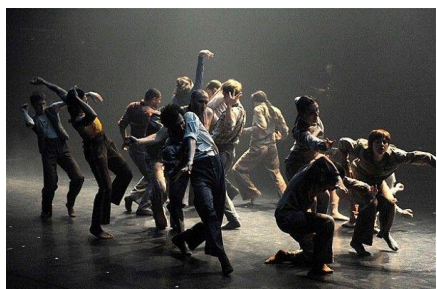


- RESIDENCIAS Y LABORATORIOS

CO-CREACIÓN

- VOLUNTARIADO Y PASANTÍAS

CO-PRODUCCIÓN



- EMBAJADORES Y CÍRCULOS DE ESPECTADORES

CO-DIFUSIÓN

CO-PROGRAMACIÓN

- COMITÉS CONSULTIVOS DE ESPECTADORES



ÁMBITOS DE PARTICIPACIÓN DE LOS PÚBLICOS



AUDIENCIAS, PÚBLICOS Y
COMUNIDADES

Formar PÚBLICOS → Incidir en prácticas, actitud y preferencias culturales

TRABAJAR SOBRE EL **HABITUS**

→ MEDIAR, EDUCAR, implicar DESARROLLAR HERRAMIENTAS DE APRECIACIÓN

→ **ACTITUD:** PREDISPOSICIÓN EMOCIONAL ANTES DE LA ACCIÓN

Desarrollo de Audiencias

“Desarrollo de audiencias es el **proceso a largo plazo** de atraer y captar a los participantes y audiencias objetivos de las artes, y retenerlos al establecer y mantener **relaciones estratégicas, dinámicas y sostenibles**.

Las metas claves son:

- Integración
- Acceso
- Comprensión enriquecida, apreciación y disfrute
- Incremento de participación, asistencia y consumo”

Council for the Arts, Australia.



GRACIAS! javieribacachevillalobos@gmail.com

