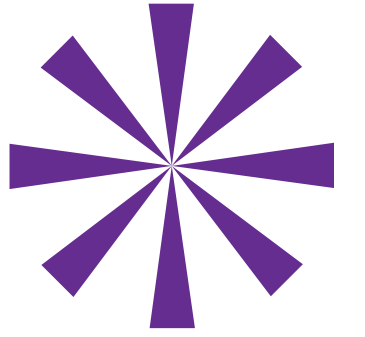




Plan de Desarrollo de Públicos 2022

Programas

Miradas Regionales • Acercando el Cine • Festival Internacional de Cine de La Serena



CENTRO CULTURAL ORGANIZARTE

El Centro Cultural Organizarte trabaja para entregar una programación audiovisual nacional e internacional diversa, contingente a los debates contemporáneos y de calidad para toda la macrozona norte de nuestro país. La programación contenida en los diversos proyectos artísticos que el Centro Cultural organiza se enfoca en la formación de nuevos públicos para la industria audiovisual nacional, haciendo circular piezas contemporáneas de documentales y de ficción, en formato corto, medio y largometraje. La selección de la programación busca hacer circular obras que sean social, cultural y estéticamente relevantes para las audiencias de la macrozona norte. El objetivo ulterior del programa es democratizar el acceso a los bienes culturales audiovisuales y desarrollar un sentido crítico y reflexivo en los públicos y comunidades partícipes.

Misión:

Democratizar el acceso a los bienes artísticos audiovisuales y fomentar el encuentro de las comunidades a través de experiencias significativas, diversas, inclusivas y de calidad

Visión:

Ser el principal Centro Cultural de la macrozona norte y constituirse como referente nacional e internacional de intercambio de artes audiovisuales y bienes culturales

LOS PROGRAMAS DEL CENTRO CULTURAL

Los programas que el Centro Cultural Organizarte desarrolla para el periodo 2021-2022 corresponden a los siguientes:



Miradas Regionales – PAOCC

Busca la formación de audiencias y democratizar el acceso a obras audiovisuales documentales que no tienen espacio de exhibición regular en estos territorios. Todo esto, con el fin de mejorar y ampliar la experiencia de las personas en relación con las artes cinematográficas. También busca favorecer la asociatividad y sostenibilidad de redes que impulsen el desarrollo de la circulación artística y cultural, y mejorar las capacidades de gestión de los equipos de trabajo de los agentes intermediadores.

Acercando el Cine

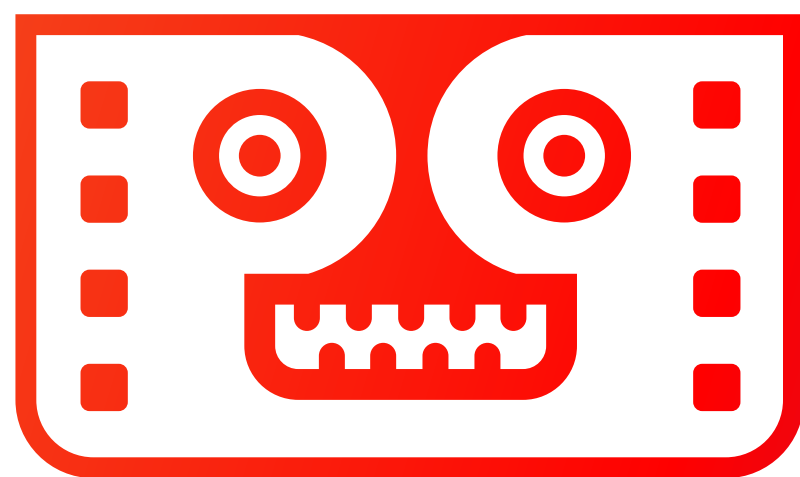
Es un ciclo de cine nacional y latinoamericano que busca la formación de nuevos públicos para el cine en 6 ciudades de la zona norte; Alto Hospicio, Antofagasta, Coquimbo, La Serena, Ovalle y Vicuña. Esta iniciativa desarrolla actividades de exhibiciones comentadas de cine, los que incluyen conversatorios de cine-foro con análisis y apreciación junto a los/as directores/as de las obras, los que se llevan a cabo en diferentes espacios de instituciones culturales.

Esta instancia que busca motivar y fortalecer nuevas audiencias, con el fin de incorporar el hábito de apreciar, conocer y comprender el cine Chileno y latinoamericano.

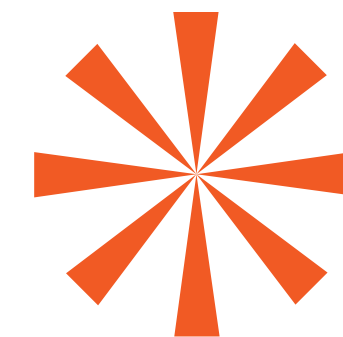
De esta forma, "Acercando el Cine, a las audiencias regionales", facilita el acceso a una cartelera a públicos de sectores aislados de las regiones de Coquimbo, Tarapacá y Antofagasta, entregando una oferta audiovisual de calidad, diferente a la cartelera de las salas comerciales.



ACERCANDO
EL CINE
A LAS AUDIENCIAS REGIONALES



FECILS 2022
**FESTIVAL INTERNACIONAL
DE CINE DE LA SERENA**



Festival Internacional de Cine de La Serena

El Festival Internacional de Cine de La Serena nace en el año 2015, en la Región de Coquimbo, buscando impulsar y descentralizar la producción audiovisual regional, nacional e internacional, a través de la organización de un certamen de carácter competitivo que sirve como punto de encuentro de diferentes actores de la escena audiovisual. Este festival, es financiado por el Fondo de Fomento Audiovisual del Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio, organizado por la Corporación Cultural Visión Norte.

En lo netamente competitivo, se constituyó una selección de títulos bajo cuatro categorías: "Largometraje Nacional"; "Cortometraje Ficción Regional"; Documental Regional" y "Largometraje de Ficción Internacional". Siendo este uno de principales atractivos para la comunidad por parte del certamen. Pero la competencia no es el único motor de FECILS. Año a año, el festival ha promovido un nutrido programa de exhibiciones, que se extiende a otras comunas de la IV Región, logrando concretar uno de los principales propósitos y desafíos del festival: acercar el séptimo arte al público local, promoviendo su acceso e impulsando la descentralización y el desarrollo de la cultura en la región.

Esta instancia que busca motivar y fortalecer nuevas audiencias, con el fin de incorporar el hábito de apreciar, conocer y comprender el cine Chileno y latinoamericano. De esta forma, "Acercando el Cine, a las audiencias regionales", facilita el acceso a una cartelera a públicos de sectores aislados de las regiones de Coquimbo, Tarapacá y Antofagasta, entregando una oferta audiovisual de calidad, diferente a la cartelera de las salas comerciales.

1. Diagnóstico en torno a los públicos

A continuación, se describen los públicos regulares, ocasionales, potenciales, no públicos y audiencias digitales del centro Cultural Organizarte a través de sus diversos programas en base al trabajo de observación que ha realizado el equipo de trabajo y los instrumentos de caracterización sociodemográfica (Encuesta Acercando el Cine y Miradas Regionales). Considerando que tanto Miradas Regionales como Acercando el Cine funcionan a partir de redes de colaboradores, se realizará un primer análisis a nivel de red y luego un análisis a nivel de territorio.

1.1 Públicos Regulares

Se definen como públicos que asisten de manera regular y frecuente a las actividades de la organización cultural, y que habitualmente están dispuestos a implicarse en la gestión misma de ésta aportando sus recursos en forma de tiempo, dinero, contactos y/o iniciativas. Durante el último año, a partir del registro de actividades, se constata que el segmento de públicos regulares del Centro Cultural Organizarte se constituye por diferentes subsegmentos, entre los que se encuentran:

Red Macrozona norte

Adultos(as) profesionales: Adultos(as) y adulto(as) jóvenes entre 25 y 50 años, trabajadores independientes y dependientes, con estudios superiores, profesionales universitarios o técnicos profesionales, con acceso a redes sociales, que circulan por los centros de las comunidades. Su principal barrera de acceso son los horarios y días de las actividades, ya que su participación está restringida y por sus jornadas laborales

Audiencias fidelizadas de los Centros Culturales: Espectadores regulares de la cartelera multi disciplinar (teatro, danza, artes visuales, etc.) de los diversos Centros Culturales de las redes de colaboradores.

Estudiantes de instituciones de educación superior: estudiantes de diversas instituciones de educación superior de las regiones (CFT, Institutos profesionales, Universidades públicas y privada). Poseen alto interés en los bienes culturales audiovisuales y alto capital cultural. El tiempo y el dinero corresponden a sus principales barreras de acceso.

Adultos(as) y adultos(as) mayores vinculados a la cultura: Adultos(as) y adultos(as) mayores, entre 50 y 75 años, personas que históricamente han participado de actividades culturales en la comuna, con nivel educacional diverso, trabajadores y jubilados(as), con hijos(as) y nietos(as). Cuentan con interés en las artes en general y cuentan con un capital cultural medio o alto.

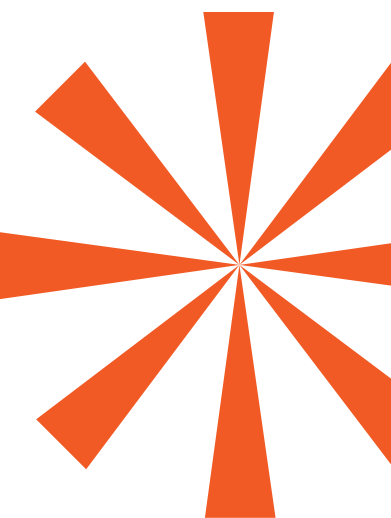
Estudiantes de liceos o colegios de las comunidades: Estudiantes a los cuales se les ofrece una programación mensual de cine, llevándolos a los centros culturales o realizando exhibiciones en las mismas instituciones educativas.

Territorio 4ta región

Liceos públicos de la Corporación Gabriel Gonzalez Videla: estudiantes de enseñanza media de Liceos públicos de la CGGV, que poseen intereses e inquietudes en ofertas culturales públicas y gratuitas.

Instituciones de educación superior de la región (Universidad de La Serena, Universidad Católica del norte, Universidad Central, Universidad Santo Tomás, etc.): Instituciones de educación superior que realizan vinculación con el medio y que aglutinan estudiantes de diversas disciplinas profesionales que consumen y valoran bienes artísticos nacionales.

Vecinos y vecinas de los cascos históricos de la ciudad (La Serena, Coquimbo, Ovalle, Vicuña): Adultos y adultas de entre 18 y 75 años que viven cerca de los cascos históricos de las ciudades y que asisten a las actividades regularmente. Son usuarios y usuarias informados de la programación de las organizaciones culturales territoriales, que a su vez hacen uso de la infraestructura a través de actividades tales como reuniones de juntas de vecinos, eventos escolares y actividades de otras organizaciones territoriales.

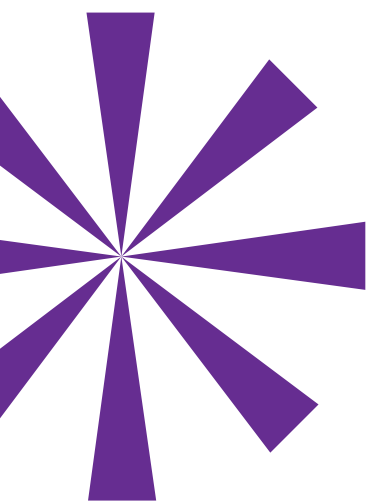


1.2 Públicos ocasionales

Se definen como públicos que han tenido una o más experiencias con la organización cultural, pero que no han alcanzado una regularidad en la asistencia. Generalmente llegan atraídos por una actividad particular y luego reaccionan a estímulos de difusión y marketing impulsados desde la organización cultural.

Artistas, artesanos y/o gestores culturales: Jóvenes y adultos(as), entre 25 y 60 años, artistas, gestores culturales o talleristas de diversas instituciones artístico-culturales del territorio (Escuelas de teatro, Bibliotecas públicas, Museos públicos). Las artes pueden ser su ocupación principal o de tiempo parcial. En su mayoría cuentan con estudios formales sobre arte o formación autodidacta con experiencia. Participan principalmente en actividades de su interés o de disciplinas en las que se desarrollan; o también cuando se presentan otros artistas de su entorno. Se encuentra en este grupo personas que estudiaron fuera de la zona y regresaron a la comuna o provincia, y artistas de otras ciudades que se han asentado en el territorio.

Familias: Adultos(as) jóvenes y adultos(as), entre los 30 y 50 años, con hijos(as), que participan de forma familiar. Trabajadores, profesionales y no profesionales, de nivel socioeconómico medio y bajo, que residen en diversos sectores de la comuna, inclusive en el sector rural más cercano a la ciudad (Las Compañías, Tierras Blancas, La Cantera). Muchos de ellos tienen hijos(as) que buscan una oferta cultural acorde a sus intereses



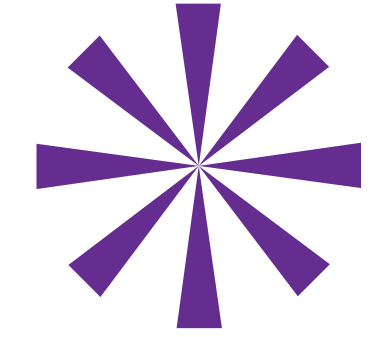


1.3 Públicos potenciales

Se definen como personas que no participan en la organización cultural, pero que poseen un perfil muy similar a quienes sí participan. Probablemente participan en otras organizaciones culturales porque poseen un interés ya creado por la oferta artístico-cultura y están receptivos a propuestas relacionadas. En el caso del Centro Cultural San Antonio, los públicos potenciales corresponden a:

Segmento etario entre 13 y 18 años: Jóvenes y adolescentes de las comunidades que pueden ser usuarios de actividades FUERA de los contextos de la escuela o el colegio.

Usuarios y usuarias de otras organizaciones culturales: Los usuarios y usuarias de organizaciones culturales como Teatro Puerto, Colectivos artísticos, audiencias de bandas de música, compañías de teatro y danza (La manada, La María Cuco), Organizaciones de Folclor, entre otras. Se trata de organizaciones interesadas en el desarrollo y consumo artístico- cultural, y además colaboradoras estratégicas de la Red de organizaciones culturales.



1.4 No-públicos

Se definen como personas que no participan en nuestra organización cultural y probablemente tampoco en otras organizaciones culturales, principalmente porque no poseen un interés creado por la oferta artístico-cultural, lo que muchas veces está correlacionado con el capital cultural con el que cuentan. El segmento de no-públicos del Centro Cultural Organizarte se conforma por los siguientes subsegmentos:

Población migrante: La macrozona norte se encuentra en un proceso de transformación hacia un territorio multicultural, contando con la presencia de diversas comunidades migrantes. Una posibilidad de crecimiento es integrar a estas comunidades a la oferta cultural de la organización, buscando rescatar la identidad y patrimonio cultural local, subrayando el enriquecimiento intercultural dada la notoria presencia de migrantes, quienes además han sido eventualmente parte de actividades realizadas en el territorio y en el Centro Cultural.

Sectores rurales y periféricos de las ciudades: Personas que por la lejanía a los centros culturales, no acceden a la oferta programática.

Personas de muy escasos recursos: Personas que dadas sus carencias económicas y esfuerzos de supervivencia, no pueden tener como prioridad la realización de actividades culturales.

1.5. Priorización de segmentos

Para efectos del presente Plan de Desarrollo de Públicos, se focalizarán las iniciativas en los siguientes segmentos:

- Jóvenes que forman parte de los públicos potenciales, que han asistido a alguna actividad, pero no forman parte del grueso del público fidelizado
- Trabajadores independientes y dependientes que asisten regularmente a las actividades.
- Adultos mayores que asisten regularmente a las actividades culturales, con el fin de fidelizarlos a la oferta audiovisual.



2. Formulación de las estrategias



2.1 Primera estrategia:

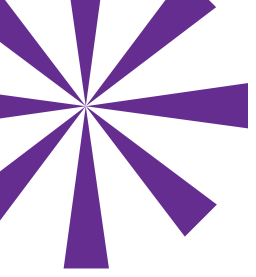
Fortalecimiento de la red de colaboración de actores/organizaciones culturales en la macrozona norte.

A. Segmento

Para esta primera estrategia se trabajará con los actores y/o organizaciones partícipes (o interesadas en participar) de la red de colaboradores de la macrozona norte.

Estos actores corresponden a diversas organizaciones ligadas a las culturas y las artes como bibliotecas, centros culturales, mediadores, profesores salas de cine, casas de la cultura y las artes, delegaciones municipales, oficinas de cultura, centros de extensión, etc.

Estos actores se interesan en participar de estas actividades ya que los programas le ofrecen una cartelera cultural gratuita para sus espacios, junto a piezas gráficas de difusión y un diálogo con una red de actores dentro de la macrozona norte.



B. Objetivo de la estrategia

Fortalecimiento de la red de colaboradores del campo audiovisual en la macrozona norte del país.

C. Tipo de estrategia

Creación: Estrategia que aborda las barreras territoriales, físicas, económicas y culturales que condicionan el acceso y la participación de segmentos de no públicos.

Ampliación: Estrategia que busca ampliar la participación cultural de grupos que cuentan con capital cultural, pero que no han desarrollado interés o motivación por cierta oferta artístico-cultural de la organización cultural.

D. Descripción de la estrategia

La estrategia consiste en la creación y fortalecimiento de una red de colaboradores del campo audiovisual en la macrozona norte.

La primera etapa consistirá en un rastreo de organizaciones culturales y artísticas que hayan realizado un trabajo de formación de públicos del campo audiovisual en los diversos territorios de la macrozona norte. También se identificarán actores como bibliotecas o centros comunitarios que, si bien no poseen una posición definida dentro del campo audiovisual, si se podrían interesar en exhibir contenidos audiovisuales. Se contactará con las organizaciones, se establecerá un diálogo y, de verse interesados, se le integrará a la red de colaboradores.

Una segunda etapa corresponde a un acompañamiento al proceso de retorno a la presencialidad. Para eso se hará envío de un pack de apoyo para cumplir con los protocolos sanitarios, además de generar una campaña de retorno seguro a la presencialidad dentro del mundo de las culturas.

Una tercera etapa corresponderá a la actualización del Plan de Públicos, buscando la creación de mecanismos de registro, participación y opinión por parte de los públicos, para así empezar a construir una hoja de ruta en cuanto a la constitución de comunidades co-programadoras. Además se realizará la elaboración de un sistema de reportabilidad de las actividades por parte de los colaboradores de la Red de programación de la Zona norte, para monitorear el desarrollo del trabajo de formación de audiencias en los diversos territorios.

Finalmente, se realizará un encuentro titulado “Diálogos del cine y sus públicos”, que consistirá en consultorías populares para una co-programación de Organizarte en cada programa.





2.2 Segunda estrategia:

Fortalecimiento de la programación a través de los programas Miradas Regionales, Acercando el Cine y el Festival Internacional de Cine de La Serena

A. Segmento

Para esta primera estrategia se trabajará con los públicos fidelizados, potenciales y ocasionales que asisten regularmente a las exhibiciones de cine.

El público fidelizado asistente se compone, principalmente, de tres segmentos importantes: en primer lugar, estudiantes de instituciones de educación superior de entre 18 y 30 años, que participan de una jornada de estudios durante el día; profesionales jóvenes sin hijos, trabajadores dependientes o independientes, entre 25 y 45 años, con alto capital cultural; y, finalmente, adultos mayores, jubilados o pensionados, mayores de 65 años, que participan activamente de la oferta cultural de sus comunidades.

Estos espectadores viven en diversas partes de las ciudades, y acceden a la oferta programática gracias a la centralidad de los centros culturales de exhibición, en particular, por su proximidad a la movilización colectiva.

El público potencial corresponde a consumidores de otros bienes artísticos, como son la música o el teatro, y usuarios de instituciones culturales, como bibliotecas o museos. También caben dentro de esta categoría jóvenes entre 13 y 18 años que asistan a actividades artísticas fuera de instituciones educativas.

El público ocasional corresponde a artistas, artesanos o gestores culturales que trabajan relacionados a alguna arista de algún campo o disciplina artística. También conjuntos familiares corresponden dentro de esta categoría.

B. Objetivo de la estrategia:

Promover la accesibilidad y articulación de los agentes y espectadores de la macrozona norte, a través de distintas actividades: exhibiciones, cine foros, charlas, etc. con el objetivo de generar el desarrollo del pensamiento crítico de lo/as espectadore/as, con un sentido pedagógico y de mediación, estimulando el interés por desarrollar otros ámbitos del audiovisual, por ejemplo, la gestión cultural, economías creativas, etc.





C. Tipo de estrategia

Implicación: Estrategia que busca ofrecer plataformas de participación que promuevan el empoderamiento de los públicos a través de formatos de co-creación, co-producción, co-difusión y/o co-programación. En este caso, corresponde a un formato de co-programación.

Fidelización: Estrategia que busca que públicos que ya participan en la oferta programática y las actividades de la organización cultural, lo hagan con mayor frecuencia y compromiso.

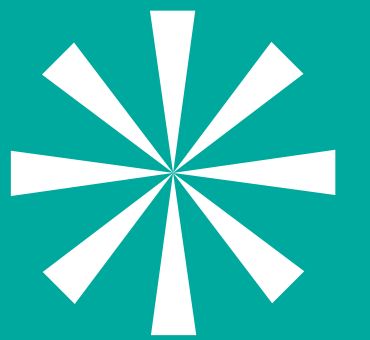
D. Descripción de la estrategia

Esta estrategia se ejecuta a través de los tres programas del Centro Cultural

Acercando el Cine comprende la realización de exhibiciones de cine en seis comunas, dos para estudiantes y una abierta a todo público, acumulando un total de dieciocho exhibiciones al mes. Comprende también la realización de la visita mensual de un realizador de una película para la mediación de un cine foro en el contexto de las exhibiciones. También la realización de charlas técnicas, capacitaciones y talleres de realización audiovisual a realizar dentro de contextos educativos.

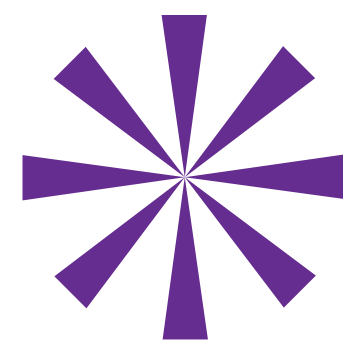
Miradas Regionales comprende la realización de exhibiciones de cine en trece comunas de la macrozona norte del país, una para estudiantes y una abierta a todo público. Comprende, además, la realización de un cine foro mensual en alguna de las comunas parte de la red de colaboradores.

El Festival Internacional de Cine de La Serena busca promover la accesibilidad a públicos potenciales de la Región de Coquimbo, realizando exhibiciones para estudiantes y abiertas a todo público organizadas en diversas líneas temáticas (derechos humanos, género, pueblos originarios, etc.). Se realiza, además, una serie de competencias donde se selecciona, exhibe y premia estreno de diversas producciones recientes del campo audiovisual regional, nacional e internacional, realizando una transferencia de capital simbólica hacia aquellas producciones. Finalmente, se realizarán charlas, talleres y diálogos junto a diversos actores del campo audiovisuales para la formación de espectadores críticos e informados.



2.3 Tercera estrategia:

Fortalecimiento de la programación (Miradas Regionales y Acercando el Cine) a través de la elaboración de un plan de co-programación junto a las audiencias.



A. Segmento

Para esta primera estrategia se trabajará con los públicos fidelizados que asisten regularmente a las exhibiciones de cine.

El público asistente se compone, principalmente, de tres segmentos importantes: en primer lugar, estudiantes de instituciones de educación superior de entre 18 y 30 años, que participan de una jornada de estudios durante el día; profesionales jóvenes sin hijos, trabajadores dependientes o independientes, entre 25 y 45 años, con alto capital cultural; y, finalmente, adultos mayores, jubilados o pensionados, mayores de 65 años, que participan activamente de la oferta cultural de sus comunidades.

Estos espectadores viven en diversas partes de las ciudades, y acceden a la oferta programática gracias a la centralidad de los centros culturales de exhibición, en particular, por su proximidad a la movilización colectiva.

B. Objetivo de la estrategia

Vincular a la comunidad de espectadores fidelizados del Centro Cultural Organizarte e involucrarla en el proceso de co-programación de las películas a exhibir.

C. Tipo de estrategia

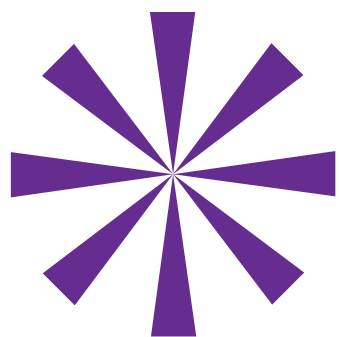
Implicación: Estrategia que busca ofrecer plataformas de participación que promuevan el empoderamiento de los públicos a través de formatos de co-creación, co-producción, co-difusión y/o co-programación. En este caso, corresponde a un formato de co-programación.

Fidelización: Estrategia que busca que públicos que ya participan en la oferta programática y las actividades de la organización cultural, lo hagan con mayor frecuencia y compromiso.

D. Descripción de la estrategia

La estrategia consiste en la creación de una programación en conjunto con los espectadores de los diversos programas de formación de públicos del Centro Cultural Organizarte (documental, ficción, cortometraje, etc.)

Durante el primer mes se realizará un llamado abierto con la comunidad, a través de las redes sociales de los distintos programas, preguntando por las líneas temáticas de interés para exhibir. A partir de ello se recopilarán los intereses de las audiencias y, en función, de ello, se diseñará un instrumento cuantitativo de caracterización.



Durante el segundo mes se diseñará el instrumento, basándose en cuestionarios aplicados previamente, incorporando además, las visiones y temáticas propuestas por las audiencias para ser medidas.

Entre el tercer y el quinto mes se aplicará el instrumento en diversas exhibiciones, principalmente en las abiertas a todo espectador. Se aplicará también en exhibiciones cerradas para estudiantes en establecimientos educativos.

Durante el sexto mes se sistematizará de manera final los resultados de las encuestas, segmentando por las variables socio-demográficas (edad, género, comuna de residencia, nivel educacional, ocupación, etc.).

Durante el séptimo y octavo mes se realizará un informe que sirva de insumo final para el área de programación.



Etapas de la estrategia

Etapas de la estrategia

- Etapas de la estrategia

- Etapas de la estrategia
- Etapas de la estrategia

- Etapas de la estrategia
- Etapas de la estrategia
- Etapas de la estrategia

- Etapas de la estrategia
- Etapas de la estrategia
- Etapas de la estrategia
- Etapas de la estrategia

- Etapas de la estrategia
- Etapas de la estrategia
- Etapas de la estrategia
- Etapas de la estrategia
- Etapas de la estrategia

Cabe destacar que a lo largo de todo este proceso se irá haciendo revisión de los resultados, para ir considerando, durante la marcha, las opiniones e intereses de los espectadores al momento de realizar la programación.



