Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio

Gobierno de Chile

Laboratorios Sectoriales 2020

Reporte de resultados · Secretaría Ejecutiva de Economía Creativa
Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio – Gobierno de Chile

Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio

Gobierno de Chile

Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio

Ministra Consuelo Valdés Chadwick

Subsecretaría de las Culturas y las Artes

Subsecretario Juan Carlos Silva Aldunate

Departamento de Fomento de las Artes

Claudia Gutiérrez Carroza · Jefa del Departamento

Secretaría Ejecutiva de Economía Creativa

Carolina Pereira · Secretaria Ejecutiva Economía Creativa

© 2020 Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio

Se autoriza la reproducción parcial citando la fuente correspondiente. Prohibida su venta.

Este documento fue desarrollado por Unit en conjunto con la Secretaría Ejecutiva de Economía Creativa del Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio.

UNIT es una agencia de diseño estratégico y de servicios.

Equipo Unit participante:

Katalina Papic - Directora de investigación

Nicolás Rebolledo - Director Estratégico

Dalal Leiva - Investigadora en Industrias Creativas y Políticas Culturales

Daniela Soto - Diseñadora de Servicios

www.servicedesignunit.com

Santiago, 2020

Índice

1. Introducción 5

1.1 Introducción

1.2 Propósito y Objetivos

1.3 Marco Teórico

1.4 Metodología

1.5 Participantes

2. Hallazgos Generales 21

2.1 Principales conclusiones

2.2 Limitaciones del estudio

2.3 Futuras investigaciones

3. Hallazgos por Sector 26

3.1 Música

3.2 Audiovisual

3.3 Artes de la Visualidad

3.4 Artesanía

3.5 Diseño

3.6 Artes Escénicas

3.7 Libro y Editorial

3.8 Arquitectura

Índice de figuras

Figura 1 - Proceso Participativo , UNIT, 2019	10
Figura 2 - Metodología Laboratorio Sectorial, UNIT, 2020	11
Figura 3 - Trabajo de campo: proceso participativo	12
Figura 4 - Métodos de análisis, valor cultural	15
Figura 5 - Percepciones de impactos positivos, Música	29
Figura 6 - Percepciones de valor cultural, Música	30
Figura 7 - Acciones que activan las relaciones del sector, Música	33
Figura 8 - Necesidades y oportunidades del sector, Música	35
Figura 9 - Resumen de ideas para abordar necesidades, Música	38
Figura 10 - Percepciones de impactos positivos, Audiovisual	43
Figura 11 - Percepciones de valor cultural, Audiovisual	44
Figura 12 - Acciones que activan las relaciones del sector, Audiovisual	47
Figura 13 - Necesidades y oportunidades del sector, Audiovisual	49
Figura 14 - Resumen de ideas para abordar necesidades, Audiovisual	52
Figura 15 - Percepciones de impactos positivos, Artes de la visualidad	56
Figura 16 - Percepciones de valor cultural, Artes de la visualidad	57
Figura 17 - Acciones que activan las relaciones del sector, Artes de la visualidad	60
Figura 18 - Necesidades y oportunidades del sector, Artes de la visualidad	62
Figura 19 - Resumen de ideas para abordar necesidades, Artes de la visualidad	66
Figura 20 - Percepciones de impactos positivos, Artesanía	70
Figura 21 - Percepciones de valor cultural, Artesanía	71
Figura 22 - Acciones que activan las relaciones del sector, Artesanía	74
Figura 23 - Necesidades y oportunidades del sector, Artesanía	76
Figura 24 - Resumen de ideas para abordar necesidades, Artesanía	79
Figura 25 - Percepciones de impactos positivos, Diseño	83
Figura 26 - Percepciones de valor cultural, Diseño	84
Figura 27 - Acciones que activan las relaciones del sector, Diseño	87
Figura 28 - Necesidades y oportunidades del sector, Diseño	89
Figura 29 - Resumen de ideas para abordar necesidades, Diseño	92
Figura 30 - Percepciones de impactos positivos, Artes Escénicas	96
Figura 31 - Percepciones de valor cultural, Artes Escénicas	97
Figura 32 - Acciones que activan las relaciones del sector, Artes Escénicas	100
Figura 33 - Necesidades y oportunidades del sector, Artes Escénicas	102
Figura 34 - Resumen de ideas para abordar necesidades, Artes Escénicas	106
Figura 35 - Percepciones de impactos positivos, Libro y Editorial	109
Figura 36 - Percepciones de valor cultural, Libro y Editorial	110
Figura 37 - Acciones que activan las relaciones del sector, Libro y Editorial	113
Figura 38 - Necesidades y oportunidades del sector, Libro y Editorial	115
Figura 39 - Resumen de ideas para abordar necesidades, Libro y Editorial	118
Figura 40 - Percepciones de impactos positivos, Arquitectura	122
Figura 41 - Percepciones de valor cultural, Arquitectura	123
Figura 42 - Acciones que activan las relaciones del sector, Arquitectura	126
Figura 43 - Necesidades y oportunidades del sector, Arquitectura	128
Figura 44 - Resumen de ideas para abordar necesidades, Arquitectura	131

1. Introducción

1.1 Introducción

Los Laboratorios Sectoriales son **procesos de investigación participativa** que buscan, por un lado, **generar y actualizar conocimiento desde una perspectiva cualitativa** sobre cada sector creativo fomentado por el Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio de Chile (MINCAP) para informar el diseño de políticas públicas y, por otro, **activar los ecosistemas sectoriales**.

La primera versión de estos procesos se desarrolló en el marco del **Encuentro CHEC 2020**, organizado por la Secretaría Ejecutiva de Economía Creativa (SEEC) del MINCAP. El Encuentro CHEC es el principal evento de Economía Creativa y de las Culturas del MINCAP, así como el principal espacio de puesta en valor de productos y servicios creativos del país en miras de su puesta en acción en un escenario global. CHEC, también se plantea como el espacio de encuentro y reconocimiento interno de la Economía Creativa y cultural de Chile.

Los laboratorios se desarrollaron con foco en ocho sectores creativos: Arquitectura; Artesanía; Artes de la Visualidad; Artes Escénicas; Audiovisual; Diseño; Libro y Editorial y Música. Definidos como una **i**nvestigación participativa exploratoria, este primer proceso tuvo como objetivo **generar insumos para el dimensionamiento del impacto y áreas prioritarias** de intervención post COVID-19, así como también, **producir información actualizada relativa a los ecosistemas sectoriales y las nociones de valor** existentes dentro de ellos. Esto se realizó principalmente a través de fuentes primarias de información, generando **datos basados en las percepciones** expuestas por los intermediarios participantes durante los laboratorios.

El proceso participativo fue realizado durante octubre y noviembre del 2020 de manera remota, y participaron 10 agentes intermediadores por sector creativo seleccionados, a su vez, por un curador/a experto/a de cada área, además de representantes de instituciones públicas que tienen un rol activo en la Economía Creativa del país.

1.2 Propósito y objetivos

Propósito

Levantar conocimiento exploratorio de cada sector participante para identificar futuras investigaciones e informar el desarrollo de políticas públicas, además de fortalecer el ecosistema buscando la creación de capital social y vínculos dentro de los sectores.

Objetivo de investigación

Identificar áreas prioritarias de intervención post COVID-19 para el sector, así como explorar participativamente las percepciones de los intermediarios creativos en relación al valor cultural de sus sectores y a los roles que activan las relaciones dentro de ellos.

Objetivos específicos

a. Recoger percepciones de intermediarios sectoriales en el proceso de dimensionar el aporte integral de cada sector creativo al país.

b. Obtener percepciones de intermediarios sectoriales sobre las acciones que activan las relaciones sociales para focalizar esfuerzos en potenciar el desarrollo de estas acciones claves.

c. Reunir percepciones de intermediarios sectoriales en relación a las necesidades que surgen por el COVID-19.

d. Desarrollar ideas y acciones para recuperarse del impacto generado por el COVID-19.

1.3 Marco teórico

El objetivo de esta investigación fue **explorar participativamente las percepciones** de los intermediarios creativos en relación al valor cultural que observan generan sus sectores y a los roles que activan las relaciones dentro de sus ecosistemas. Asimismo, y debido a la contingencia sanitaria, se buscó identificar áreas prioritarias de intervención post COVID-19.

Con un énfasis en recoger miradas en relación a las dimensiones afectivas, intangibles y experienciales, esta investigación buscó profundizar en el entendimiento del valor cultural de los sectores creativos **a partir de las percepciones de los participantes de los laboratorios** elegidos a través de una propuesta curatorial desarrollada en el marco del Encuentro CHEC 2020. Con miras hacia un proceso de dimensionamiento del valor cultural de cada sector creativo, se trabajó la pregunta **¿Qué impactos positivos genera tu sector en la sociedad?** El desarrollo de esta pregunta se realizó en base a los siguientes referentes teóricos:

1. Holden, J. (2006) Cultural Value and the Crisis of Legitimacy - Why culture needs democratic mandate. London: Demos.

2. Observatorio Vasco de Cultura (2018) Valor Público de la Cultura. País Vasco.

3. Moore, M. (1995). Creating public value : Strategic management in government. Cambridge, Mass.: Harvard University Press.

4. Belfiore, E. (2020) Whose cultural value? Representation, power and creative industries, International Journal of Cultural Policy, 26:3, 383-397.

1.3 Marco teórico

En términos de los roles que activan el desarrollo de capital social (Bourdieu, 1980) en cada ecosistema, estos se trabajaron en relación a una categoría específica de beneficiarios señalados como prioritarios por parte de la SEEC: los intermediadores culturales, quienes corresponden a uno de los seis grupos de beneficiarios directos identificados por el Plan Nacional de Fomento a la Economía Creativa (2017). El entendimiento del rol de intermediación utilizado por esta investigación considera que este es susceptible a ser encarnado por diversos actores (Townley Et al. 2009) dentro de los ecosistemas creativos. En otras palabras, las acciones de intermediación pueden ser ejercidas por trabajadores creativos pertenecientes a diversas categorías dependiendo de factores tales como financiamiento, temporadas del año, posibilidad de equipos de trabajo, entre otras. Así, esta comprensión permite observar las acciones de intermediación claves a potenciar, considerando su presencia nómade entre los diferentes actores.

En base a lo anterior, este estudio exploratorio buscó recolectar percepciones de actores sectoriales sobre las acciones que activan las relaciones dentro de sus ecosistemas creativos para, de esta forma, focalizar esfuerzos que permitan potenciar el desarrollo de estos agentes claves y las acciones que realizan. Para ello, se trabajó en relación a la pregunta: **¿Qué roles, trabajos u oficios existen en tu sector que incentivan y potencian las relaciones dentro de él?** Esta pregunta se realizó tomando en consideración los siguientes referentes teóricos:

1. Bourdieu, P. (1980). Le capital social. Notes provisoires. Actes de la Recherche en Sciences Sociales, 31, pp. 2-3.

2. Coleman, J. (1987) Norms as Social Capital. In: G. Radnitzky; P. Bernoholz, eds. Economic Imperialism: The economic method applied outside the field of economic. New York: Paragon House Publishers.

3. Evans, G. (2012) Creative Clusters and Innovation. Putting Creativity on the Map, Caroline Chapain, Phil Cooke, Lisa de Propis, Stewart Macneill and Juan Mateos-Garcia (2010). Creative industries journal, 4(2), pp.199–202.

4. Townley, B., Beech, N., Mckinlay, A., & Fairhurst, G. (2009). Managing in the creative industries: Managing the motley crew. Human Relations (New York), 62(7), 939-962

1.4 Metodología

La metodología de los Laboratorios Sectoriales utiliza un enfoque de **Diseño Participativo.**

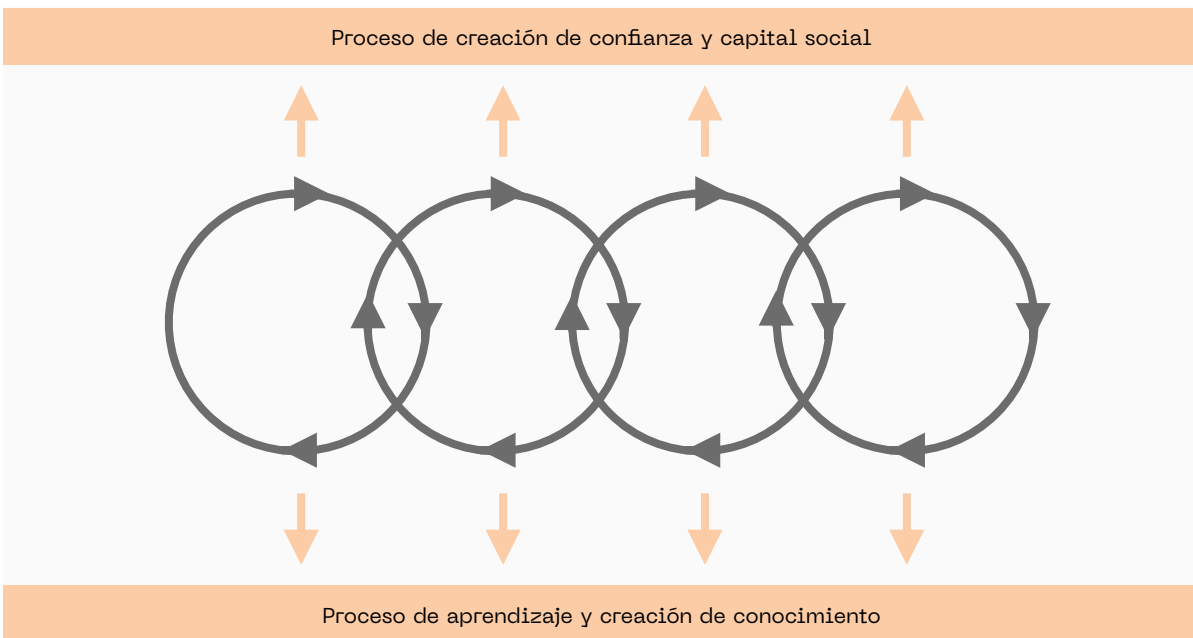
Entenderemos el **Diseño Participativo** como un **"proceso iterativo de investigación, comprensión, reflexión, desarrollo y aprendizaje mutuo entre múltiples participantes."**[1]

En los procesos participativos los participantes suelen asumir los dos roles principales de usuarios y diseñadores, donde los diseñadores se esfuerzan por conocer las realidades de la situación de los 'usuarios' mientras que los usuarios se esfuerzan por articular sus objetivos deseados y aprender los medios tecnológicos apropiados para obtenerlos "

Como se describe en la Figura 1, esto significa que se busca realizar dos procesos al mismo tiempo:

- Un proceso para producir "conocimiento situado" que informará la política.
- Un proceso de aprendizaje mutuo para generar "una relación de confianza" con los accionistas clave involucrados.

Figura 1 - Proceso Participativo, UNIT, 2019



1 Simonsen, J. & Robertson, T. (2012) Routledge International Handbook of Participatory Design. Routledge.

1.4 Metodología

Utilizando un enfoque de Diseño Participativo, la Metodología del Laboratorio Sectorial estuvo organizada en 4 grandes etapas (ver Figura 2), en donde cada uno cuenta con actividades claves y resultados concretos.

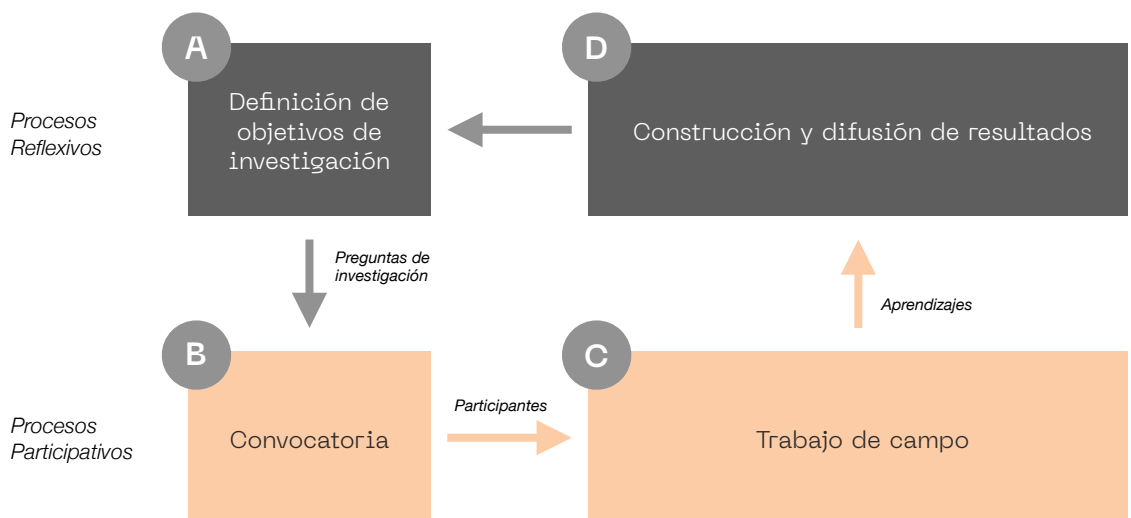
A. **Definición de objetivos de investigación**: A partir de un marco teórico, fueron definidos los objetivos y preguntas de investigación en conjunto con la Secretaría Ejecutiva de Economía Creativa.

B. **Convocatoria**: La identificación de los representantes de cada sector se realizó por medio de Curadores expertos, quienes fueron los responsables de identificar una muestra de la diversidad de agentes intermediadores del ecosistema sectorial. Las áreas artísticas del Ministerio de las Culturas, las Artes y Patrimonio propusieron curadores, y fue el subcomité de exportación quien aprobó dicha selección.

C. **Trabajo de campo:** En el trabajo de campo se realizó primero un proceso de levantamiento de información, en donde se desarrollaron 2 talleres participativos por sector y se aplicó un cuestionario de caracterización. Un taller es un método de investigación y diseño cuyo objetivo es producir "conocimiento" en el contexto del proceso de diseño, basado en la práctica, la experiencia y la colaboración. Posterior a eso, los principales resultados fueron compartidos con los participantes para su validación.

D. **Construcción y difusión de resultados:** Proceso en el cual se construyeron los documentos en donde se plasman los resultados del proceso.

Figura 2 - Metodología Laboratorio Sectorial, UNIT, 2020



1.4 Metodología

Trabajo de campo.

En el trabajo de campo se desarrollaron **2 talleres participativos** remotos con cada uno de 8 sectores. En total se realizaron 16 talleres participativos.

Estos talleres tuvieron una duración de 2.30hrs y se desarrollaron de manera online a través de la plataforma ZOOM. Cada taller contó con una Introducción, con el desarrollo de dos actividades prácticas y colaborativas utilizando la herramienta colaborativa MIRO, y un cierre.

En los talleres participaron 10 agentes intermediadores por sector creativo, el curador, y representantes de diversas instituciones públicas tales como ProChile, CORFO, Subsecretaría de Hacienda, INDAP, de las áreas artísticas o Secretarías de cada sector del MINCAP, y de la Secretaría Ejecutiva de Economía Creativa de MINCAP.

16
Talleres participativos
(2 sesiones por sector)

120 participantes
- **80** representantes de los sectores
- **8** curadores
- **32** representantes de instituciones públicas

El **primer taller** tuvo como objetivo explorar sobre el **valor** o **efectos positivos** que genera **cada sector en la sociedad** y reflexionar sobre los **roles** que los participantes perciben **que activan las relaciones** en cada ecosistema.

Realizadas entre el Martes 13 y el Viernes 16 de Octubre 2020.

El **segundo taller tuvo como objetivo** reflexionar sobre l**as necesidades del sector** y cómo éste se ha visto **afectado por el Covid**, y **co crear ideas** para abordar esas necesidades.

Realizadas entre el Martes 27 y el Viernes 30 de Octubre 2020.

Encuesta de caracterización

*La encuesta fue contestada por el 43% del total de representantes de los sectores.

Cuestionario de **caracterización socioeconómica** para dimensionar los efectos del COVID y priorizar las principales necesidades del sector.

En cuanto a la **participación por sector,** las respuestas corresponden al siguiente porcentaje por sector: 18% Diseño, 16% Libro y Editorial, 13% Arquitectura, 13% Artes Escénicas, 13% Artesanía, 13% Música, 11% Artes de la Visualidad, 3% Audiovisual.

Realizada entre el 16 y el 28 de Noviembre de 2020.

Validación

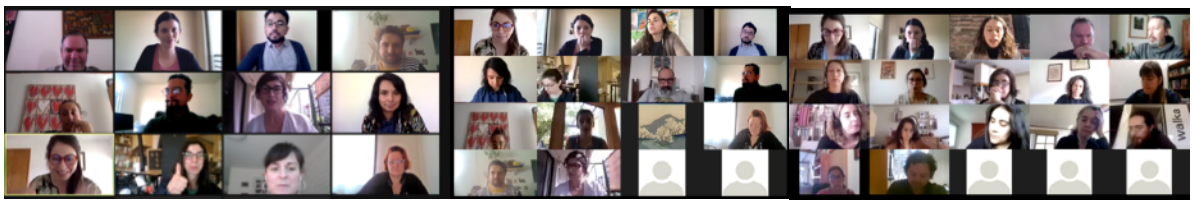
Envío de Reporte a los participantes para validar los principales los hallazgos del proceso.

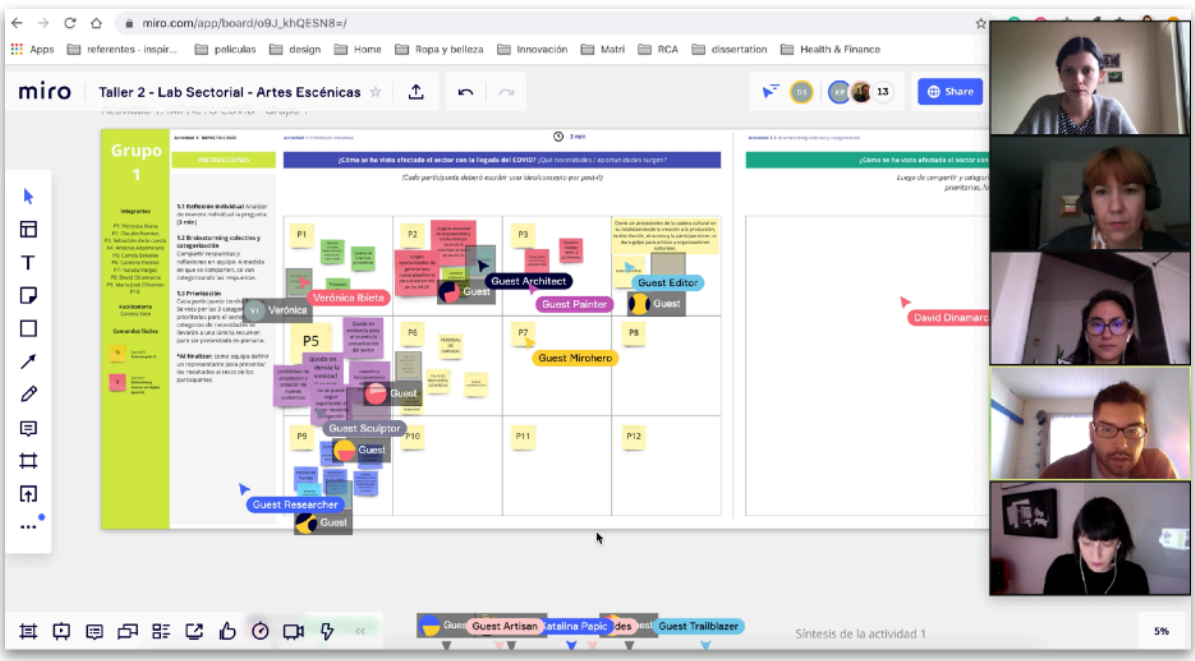
Figura 3 - Trabajo de campo: proceso participativo

1.4 Metodología

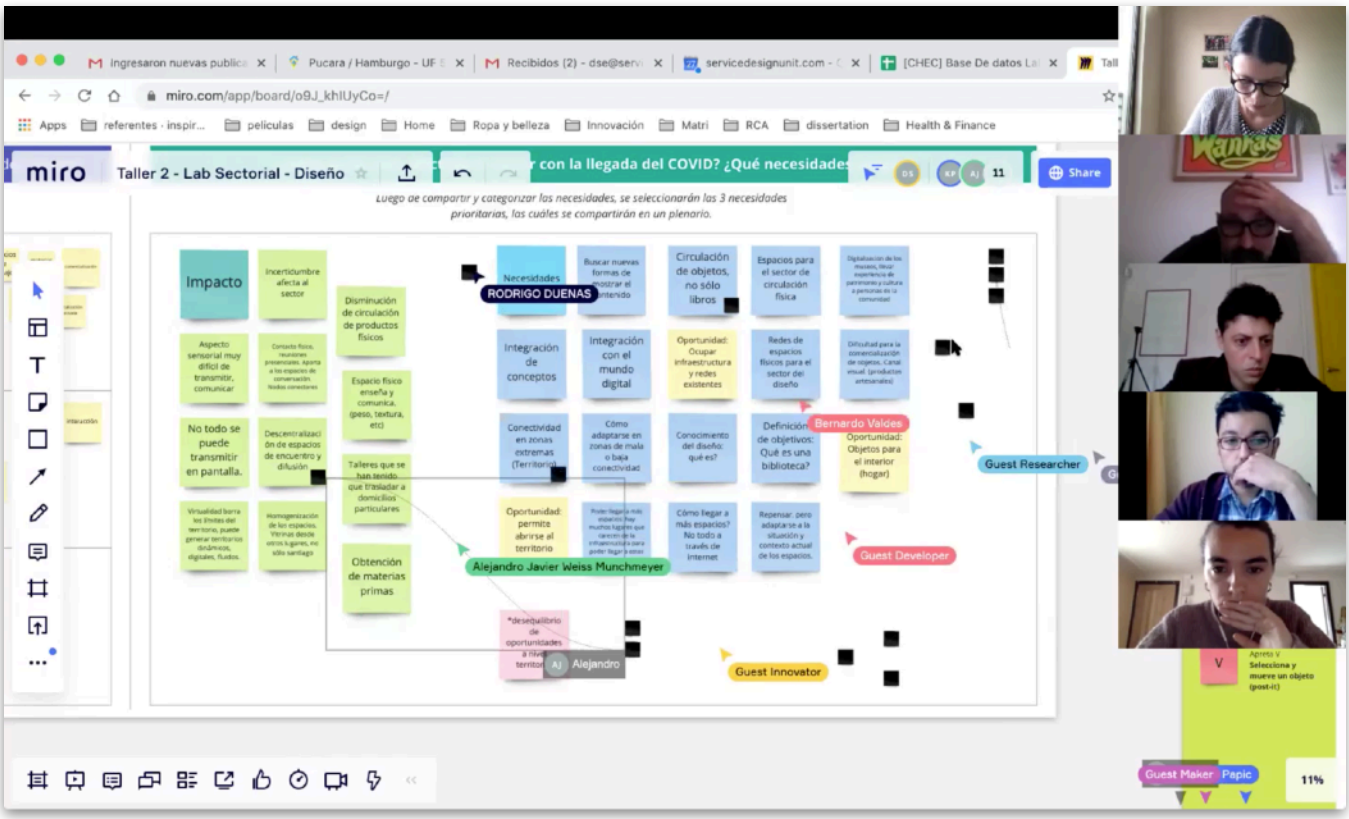
El **primer taller** tuvo como objetivo explorar sobre percepciones de **valor** o **efectos positivos** que genera **cada sector en la sociedad** y reflexionar sobre los **roles y acciones** que los participantes consideran **que activan el desarrollo de capital social** en cada ecosistema. Para esto se realizaron dos actividades utilizando la herramienta colaborativa MIRO.

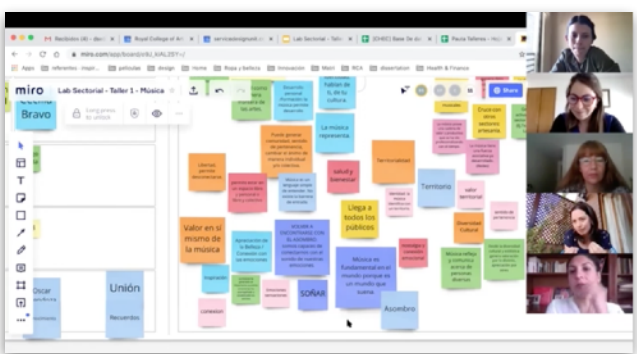
El **segundo taller** tuvo como objetivo reflexionar sobre l**as necesidades del sector** y cómo este se ha visto **afectado por el COVID-19**, además de **co crear ideas** para abordar esas necesidades. Para lo cual se desarrollaron dos actividades también a través de la herramienta colaborativa MIRO.

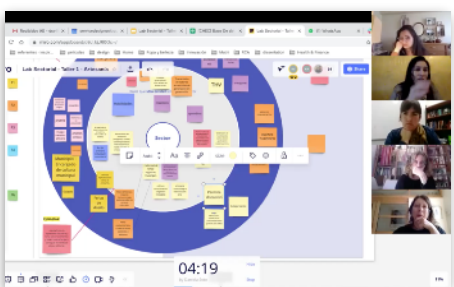


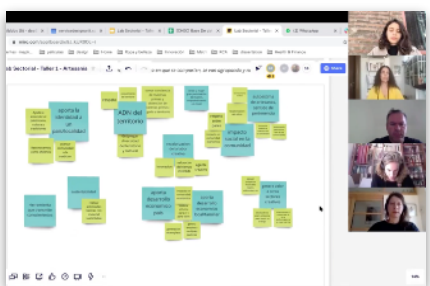


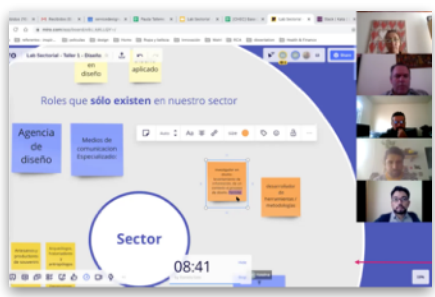
1.4 Metodología











1.4 Metodología

Métodos de análisis

La investigación fue cualitativa y el análisis de los datos recolectados fue mayoritariamente temático[2]. **Revisando, organizando y describiendo temas emergentes, se buscó agrupar y analizar temáticas presentes** en relación a las cuatro preguntas trabajadas durante los laboratorios.

En el caso específico de las percepciones de valor, los datos obtenidos fueron observados considerando las tres dimensiones del **valor cultural** propuesto por John Holden[3]: intrínseca, instrumental e institucional. Donde el valor intrínseco dice relación con la experiencia subjetiva que genera la cultura en términos espirituales, emocionales e intelectuales. El valor instrumental tiene que ver con los efectos procedentes de la cultura, donde es utilizada “para lograr un propósito social o económico. A menudo, pero no siempre, se expresan en cifras". El valor institucional, considera los mecanismos que las organizaciones realizan para generar valor en la sociedad, “el valor institucional se crea (o destruye) por la forma en que estas organizaciones se relacionan con su público”, asimismo esta dimensión se conecta con el entendimiento de valor público.[4] Además, se consideró la interrelación (ver Figura 4) entre las tres dimensiones y los valores permanentes asociados a ellas propuestas por el Observatorio Vasco de Cultura.[5]

Vértices del valor	Valores permanentes
Valor intrínseco	Placer, felicidad, belleza, calidad, excelencia, conocimiento, juicio crítico, identidad, diferencia, pertenencia, trascendencia.
Valor instrumental	Diversidad, vitalidad, prosperidad, beneficio, sostenibilidad.
Valor institucional	Equidad, transparencia, confianza, prestigio, dignidad, honestidad.

Figura 4 - Métodos de análisis, valor cultural

2 Bryman, A., (2016) Social research methods Fifth. ed

3 Holden, J. (2004) Capturing Cultural Value: How Culture Has Become a Tool of Government Policy, Demos

4 Moore, M. (1995). Creating public value : Strategic management in government. Cambridge, Mass.: Harvard University Press.

5 Observatorio Vasco de Cultura (2018) Valor Público de la Cultura. Gobierno Vasco.

1.5 Participantes

Los participantes de los Laboratorios Sectoriales fueron principalmente **agentes intermediadores de ocho sectores creativos: Audiovisual; Arquitectura; Música; Artes de la Visualidad; Artesanía; Diseño; Artes Escénicas; Libro y Editorial.** La identificación de estos agentes se realizó por medio de curadores expertos seleccionados por las áreas artísticas y secretarías ejecutivas del Ministerio de las Culturas, las Artes y Patrimonio participantes, y aprobados por el subcomité de exportación.

Los curadores sectoriales fueron responsables de seleccionar agentes intermediadores en base al desarrollo de un relato curatorial encargado por la Secretaría Ejecutiva de Economía Creativa del Ministerio de las Culturas, las Artes y Patrimonio. Para ello, se sugirieron ámbitos a considerar por los curadores tales como gestión de los ecosistemas creativos, contexto, usuarios, calidad y representatividad.

Además de los participantes de cada sector y sus respectivos curadores, participaron del proceso representantes de diversas instituciones públicas que tienen un rol activo en el ecosistema de la Economía Creativa.

Instituciones Públicas participantes

- Departamento de Industrias Creativas de PROCHILE
- Unidad de Economía Creativa de CORFO
- Programa Chile Creativo de CORFO
- Subsecretaría de Hacienda: Programa de Exportación de servicios
- Programa de Turismo Rural y Artesanías, INDAP
- Área de Artesanía, Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio
- Secretaría Ejecutiva Audiovisual, Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio
- Secretaría Ejecutiva Música, Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio
- Secretaría Ejecutiva de Artes de la Visualidad, Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio
- Área de Diseño, Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio
- Secretaría Ejecutiva Artes Escénicas, Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio
- Secretaría Ejecutiva Libro, Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio
- Área de Arquitectura, Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio
- Servicio Nacional del Patrimonio Cultural
- Secretaría Ejecutiva de Economía Creativa, Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio

1.5 Participantes

Para ver más detalles sobre los participantes y curadores, revisar apartado Hallazgos por sector.

SECTOR MÚSICA

Curador: Claudia Pereira

Desarrolladora de proyectos musicales a nivel internacional, no solo de artistas, los cuales ha impulsado mediante la circulación y posicionamiento en diversos territorios, sino también de organizaciones y espacios de difusión, generando alianzas y negocios entre el continente Americano y Europa, así como entre diferentes estructuras e instituciones.

Representantes:

- Resonancia Femenina

encuentrochec.cl/proyecto/resonancia-femenina

- W Producciones

encuentrochec.cl/proyecto/w-producciones

- Kli Records

encuentrochec.cl/proyecto/kli-records

- Fundación Beethoven

encuentrochec.cl/proyecto/fundacion-beethoven

- Imesur

encuentrochec.cl/proyecto/imesur

- Festival Chiloé Concertante

encuentrochec.cl/proyecto/chiloe-concertante

- Mundovivo

encuentrochec.cl/proyecto/mundo-vivo

- Rapa Nui Music

encuentrochec.cl/proyecto/rapa-nui-music

- Fauna Producciones

encuentrochec.cl/proyecto/fauna-producciones

- Teatro del Lago

encuentrochec.cl/proyecto/teatro-del-lago

SECTOR AUDIOVISUAL

Curador: Sebastián Freund – Rizoma Films

De formación Ingeniero Civil Industrial y músico (Universidad de Chile). En el Cine y el Audiovisual ha sido: Productor, Productor Ejecutivo, Director, Guionista, Montajista; y Director de Publicidad.

Representantes:

- Sindicato Nacional Interempresa de Profesionales y Técnicos del Cine y Audiovisual (SINTECI)
- Asociación de Documentalistas de Chile ADOC
- Asociación Chilena de Animación ANIMACHI
- Asociación de Productores de Cine y Televisión / Ex Consejera CAIA
- Asociación de Productoras de Servicios de Producción Audiovisual APSP
- Distribuidora de Cine BF Distribution Por confirmar
- Asociación de Productores Independientes API
- Directora Carrera de Creación Audiovisual / Ex Consejera CAIA
- Asociación de Productores de Cine y Televisión APCT
- Creative Law

1.5 Participantes

Para ver más detalles sobre los participantes y curadores, revisar apartado Hallazgos por sector.

SECTOR ARTES DE LA VISUALIDAD

Curador: Carolina Martinez

Editora, gestora cultural e investigadora creativa.

Representantes:

- Casa Museo Alberto Beilish, CAB Patagonia

encuentrochec.cl/proyecto/cab-patagonia

- Delight Lab

encuentrochec.cl/proyecto/delight-lab

- Ediciones Puro-Chile

encuentrochec.cl/proyecto/ediciones-puro-chile

- Gabinete: Arte contemporáneo en Chile

encuentrochec.cl/proyecto/gabinete

- D-21 virtual

encuentrochec.cl/proyecto/d21-virtual

- FIFV

encuentrochec.cl/proyecto/fifv

- Ch.ACO

encuentrochec.cl/proyecto/chaco

- Fundación Engel

encuentrochec.cl/proyecto/fundacion-engel

- Corporación Chilena del Video - CCHV

encuentrochec.cl/proyecto/corporacion-chilena-del-video

- Antenna

encuentrochec.cl/proyecto/antenna

SECTOR ARTESANÍA

Curador: Teresa Díaz
Casa de oficios

Diseñadora gráfica de formación con 18 años de experiencia en la gestión de proyectos culturales y comunicación visual, con un máster en Diseño Gráfico en London College of Communication en el Reino Unido.

Representantes:

- Walka Escuela y Taller Joyería

encuentrochec.cl/proyecto/walka-escuela-y-taller-joyeria

- Trenzados de Cutemu

encuentrochec.cl/proyecto/trenzados-de-cutemu

- Fundación Chol Chol

encuentrochec.cl/proyecto/fundacion-chol-chol

- UNAR: Unión Nacional de Artesanos y Artesanas de Chile

encuentrochec.cl/proyecto/unar-union-nacional-de-artesanos-y-artesanas-de-chile

- Fundación Ona Chile

encuentrochec.cl/proyecto/ona-chile

- Fundación Artesanías de Chile

encuentrochec.cl/proyecto/fundacion-artesanias-de-chile

- Arte Popular

encuentrochec.cl/proyecto/arte-popular

- Agrupación Mimbrales, Chimbarongo

encuentrochec.cl/proyecto/agrupacion-mimbrales

- Artesanos en Feria

encuentrochec.cl/proyecto/artesanos-en-feria

- Escuela de Oficios Panguipulli

encuentrochec.cl/proyecto/escuela-de-oficios-panguipulli

- Programa Artesanía Universidad Católica de Chile

encuentrochec.cl/proyecto/programa-de-artesania-uc

1.5 Participantes

Para ver más detalles sobre los participantes y curadores, revisar apartado Hallazgos por sector.

SECTOR DISEÑO

Curador: Alejandra Sepulveda
Fundación Madrugada

Diseñadora, Gestora Cultural, Máster en Economía Creativa, Ciudades e Innovación de la Universidad Rey Juan Carlos, Madrid.

Representantes:

- Fundación Saber Hacer

encuentrochec.cl/proyecto/fundacion-saberhacer

- Qiri

encuentrochec.cl/proyecto/qiri

- Encuentro Local

encuentrochec.cl/proyecto/local

- Lup

encuentrochec.cl/proyecto/lup

- Fablab Austral UC

encuentrochec.cl/proyecto/fab-lab-austral-uc

- Feria Impresionante

encuentrochec.cl/proyecto/feria-impresionante

- Rekaba Chile

encuentrochec.cl/proyecto/rekaba-chile

- Labva: Laboratorio de Biomateriales de Valdivia

encuentrochec.cl/proyecto/labva

- Marchantes

encuentrochec.cl/proyecto/marchantes

- Fundación Ariaka

encuentrochec.cl/proyecto/ariaka

- Fundación Madrugada

encuentrochec.cl/proyecto/fundacion-madrugada

SECTOR ARTES ESCÉNICAS

Curador: Antonio Altarmirano
Festival Cielos del infinito

Licenciado en Artes con mención en Actuación Teatral de la Universidad de Chile. Actor de teatro y cine.

Representantes:

- Nave

encuentrochec.cl/proyecto/nave

- Espacio Checoeslovaquia

encuentrochec.cl/proyecto/espacio-checoeslovaquia

- Teatro Puerto
- Carpa Azul Circo

encuentrochec.cl/proyecto/carpa-azul-circo

- Fundación Santiago Off

encuentrochec.cl/proyecto/fundacion-santiago-off

- Agrupación Cultural Malotun Ortiga, Patagonia En Escena

encuentrochec.cl/proyecto/agrupacion-cultural-malotun-ortiga

- Festival Charivari

encuentrochec.cl/proyecto/festival-charivari

- Identidades Festival Internacional De Las Artes Escénicas En El Desierto De Atacama

encuentrochec.cl/proyecto/identidades-festival-internacional-de-las-artes-escenicas-en-el-desierto-de-ataca

- Centro Cultural Escénica En Movimiento

encuentrochec.cl/proyecto/centro-cultural-escenica-en-movimiento

- Zur Vertice

encuentrochec.cl/proyecto/zur-vertice

1.5 Participantes

Para ver más detalles sobre los participantes y curadores, revisar apartado Hallazgos por sector.

SECTOR LIBRO Y EDITORIAL

Curador: Guido Arroyo

Posee estudios formales en: Literatura, Periodismo Cultural y Filosofía.

Representantes:

- Editorial Aparte

encuentrochec.cl/proyecto/editorial-aparte

- Overol ediciones
- Los libros de La Mujer Rota

encuentrochec.cl/proyecto/

- LOM ediciones

encuentrochec.cl/proyecto/lom-ediciones

- La Pollera ediciones

encuentrochec.cl/proyecto/la-pollera-ediciones

- Fundación Plagio

encuentrochec.cl/proyecto/fundacion-plagio

- Bifurcaciones

encuentrochec.cl/proyecto/bifurcaciones

- Ediciones Uach

encuentrochec.cl/proyecto/ediciones-uach

- Ocho libros

encuentrochec.cl/proyecto/ocho-libros

- Mundana ediciones

SECTOR ARQUITECTURA

Curador: Pola Mora
Arch Daily

Arquitecta y Master en Gestión Cultural por la Universidad de Chile. Experta en periodismo de arquitectura y la generación de contenidos digitales.

Representantes:

- Constructo

encuentrochec.cl/proyecto/constructo

- Ediciones ARQ

encuentrochec.cl/proyecto/ediciones-arq

- Somos Aldea (Open House)

encuentrochec.cl/proyecto/somos-aldea

- MOB Projects

encuentrochec.cl/proyecto/mob-projects

- Ciudad Emergente

encuentrochec.cl/proyecto/ciudad-emergente

- Inmobiliaria Surmonte

encuentrochec.cl/proyecto/surmonte

- Centro Tecnológico para la Innovación en la Construcción CTeC

encuentrochec.cl/proyecto/centro-tecnologico-para-la-innovacion-en-la-construccion-ctec

- Fundación Altiplano

encuentrochec.cl/proyecto/fundacion-altiplano

- Dos Tercios Editorial

encuentrochec.cl/proyecto/dostercios-editorial

- Corporación de Estudios Urbanos y Arquitectónicos de Chiloé

encuentrochec.cl/proyecto/corporacion-de-estudios-urbanos-y-arquitectonicos-de-chiloe

2. Hallazgos generales

2.1 Principales conclusiones

Los Laboratorios Sectoriales 2020 se configuraron como un **proceso de investigación participativa exploratoria** desarrollados en el marco del Encuentro CHEC 2020, organizado por la Secretaría Ejecutiva de Economía Creativa del Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio de Chile. El proceso generó un mapeo actualizado de **percepciones de intermediarios activos** del ecosistema de la Economía Creativa de Chile en relación a cuatro temas explorados: valor cultural; roles y acciones asociados al desarrollo de capital social; necesidades a partir del COVID-19 e ideas de solución.

Cada sector se constituye como un ecosistema creativo único con particularidades y complejidades propias, sin embargo, durante este proceso exploratorio fue posible observar ciertos puntos en común presentes transversalmente en relación a las temáticas exploradas.

En el caso del valor cultural, se pudo observar una tendencia en todos los sectores relacionada con la percepción de la dimensión intrínseca del valor; esto acorde a los tres vértices de valor cultural señalados en el marco teórico del estudio [6]. Algunos de los impactos positivos consistentemente mencionados en todos los sectores fueron conectar a las comunidades fortaleciendo el tejido social, generar sentido identidad local y nacional, conectar a las personas con sus emociones desarrollando bienestar, y desarrollar pensamiento crítico y capacidad reflexiva.

Cabe señalar que, además de los impactos percibidos relacionados con la dimensión intrínseca, los participantes también indicaron como relavantes, aunque significativamente en menor medida, impactos atribuibles a los vértices instrumental e institucional. Entre ellos, dinamizar y activar la economía del país, así como también visibilizar problemáticas sociales del país a través de las expresiones creativas.

En relación a los roles que activan las relaciones dentro de los ecosistemas, se pudo percibir la existencia de acciones claves que cumplen ciertos roles y que se presentan en todos los sectores, tales como: generar distribución, difusión y circulación, desarrollar la internacionalización, vincular y conectar con otros sectores y actores, así como transferir conocimiento perteneciente a los ámbitos creativos y culturales en otras esferas de la sociedad.

En cuanto a las necesidades señaladas por los participantes relacionadas con la crisis sanitaria, cuatro fueron las áreas de intervención post COVID-19 más mencionadas. Cabe señalar que un punto en común hallado en todos los sectores, fue que estas necesidades han estado presentes previo a la pandemia, detectándose una profundización de carencias debido a este contexto.

Primero, se detectó una necesidad de fomentar el entendimiento del valor económico y social que genera la cultura, por ejemplo, a través de la actualización y creación de nuevas métricas de medición de impacto que permitan visibilizar aquello. Además, un crecimiento en el apoyo a los sectores creativos a través de políticas públicas que amparen sus particularidades y oportunidades de desarrollo futuro fueron puntos claves señalados por los participantes.

También, fue posible identificar una necesidad transversal de acceso a herramientas y conocimientos asociados al entorno digital de modo de adaptarse al uso de esas plataformas. Por último, se constata un interés por fortalecer de manera sostenida las redes creativas tanto a nivel sectorial como de territorio.

6 Holden, John (2004) Capturing Cultural Value: How Culture Has Become a Tool of Government Policy, Demos

2.1 Principales conclusiones

Además, cada uno de los sectores levantó ideas y posibles acciones a desarrollar para abordar las principales necesidades detectadas, algunas de las propuestas más mencionadas fueron: desarrollo de espacios de encuentros entre actores públicos y privados de la Economía Creativa que incentiven y faciliten la asociatividad y creación de redes; programa de fomento a la inversión privada; crear más y nuevos espacios de difusión; programas de capacitación a intermediarios creativos en relación a habilidades digitales; protocolos que favorezcan la reactivación de cada sector; y programas que apoyen la creación de nuevas estrategias de comercialización y fomenten la internacionalización.

En relación al proceso participativo en sí mismo, a través de las encuestas de satisfacción se puede constatar que el proceso fue ampliamente valorado por los participantes. Entre otros, los actores destacan la metodología, el uso de herramientas tecnológicas, la diversidad de participantes y la instancia colaborativa como fortalecedora de los ecosistemas creativos como resultado del proceso. Una continuidad en el tiempo de las instancias participativas podría apoyar el fortalecimiento de los ecosistemas creativos, además de profundizar el trabajo sectorial en base a los insumos generados en esta primera instancia. Esto, permitiría modelar acciones de políticas culturales de manera conjunta con diversos agentes de los sectores pertenecientes a la Economía Creativa de Chile.

2.2 Limitaciones del estudio

Los resultados aquí generados podrán servir para informar el diseño de políticas públicas para la Economía Creativa, sin embargo, el estudio presenta algunas limitaciones relacionadas con la factibilidad de los temas a investigar encargados por la SEEC, la muestra y la inclusión de análisis de fuentes secundarias que podrían complementar los hallazgos.

Durante el proceso se pudo constatar un sesgo muestral que incide en la representatividad de los resultados. Esto, debido a que los participantes fueron seleccionados a través de una curatoría asociada principalmente a los objetivos del Encuentro CHEC 2020 y no exclusivamente a conseguir una muestra representativa de los ecosistemas participantes. De esta forma, en un futuro proceso de investigación se vuelve necesario trabajar previamente los criterios, perfiles y tamaño de la muestra de manera específica y en conjunto de modo de apuntar directamente a los objetivos de investigación esperados.

Además, considerando la diversidad y particularidades propias de cada sector participante se vuelve necesario seguir profundizando la investigación contemplando análisis de fuentes secundarias aplicadas a cada sector en particular, realizando procesos de análisis por separado que apunten a la generación de conocimiento específico de cada sector en relación con cada tema.

Finalmente, si bien fue posible cumplir con los objetivos planteados por esta investigación, los hallazgos aquí señalados corresponden al resultado de un acercamiento preliminar a los temas, por lo que se estima relevante continuar con su análisis pues cada uno de ellos corresponde a grandes áreas de conocimiento que se encuentran en pleno desarrollo y debate desde diversas perspectivas.

2.3 Futuras investigaciones

Tomando en consideración que este primer Laboratorio Sectorial fue diseñado y analizado como una investigación exploratoria, aparecen diversos puntos interesantes de seguir explorando y profundizando.

Una línea de investigación futura podría estar enfocada en generar y construir indicadores de valor cultural aplicables al sector creativo chileno. Esto con el objetivo de obtener mecanismos de medición específicos para el ámbito de las políticas públicas que den cuenta de manera más acabada la dimensión subjetiva de la cultura y cómo, en el fomento de esta, confluyen diversos ámbitos de impactos susceptibles de medición a considerar.

Además, otra línea de investigación podría centrarse en el análisis de las conexiones y relaciones intersectoriales y cómo éstas impactan al desarrollo de la Economía Creativa a nivel nacional.

Por último, entendiendo que la Economía Creativa se desarrolla no solo a escala nacional, sino que en gran medida a nivel local, comunitario y de ciudad,[7] una tercera línea de investigación podría explorar cómo las acciones que potencian e incentivan las relaciones sociales dentro de los ecosistemas creativos se desarrollan en lugares específicos y cuáles son estos.

7 Newbigin, John. Hubs, clusters and regions, British Council. Obtenido de: https://creativeconomy.britishcouncil.org/guide/hubs-clusters-and-regions/ (consultado en Noviembre, 2020)

3. Hallazgos por sector

3.1 Sector Música

El sector musical, si bien ha tenido significativos cambios en la gestión y reproducción de contenidos, debe entenderse siempre como un bien cultural que se vincula con el mercado, entendiendo que su origen creativo es una expresión artística de los modos de vida y producción de grupos humanos en un proceso de comunicación social.

encuentrochec.cl/pabellon/musica

3.1.1 Resumen

Resumen hallazgos del sector

Durante los Laboratorios Sectoriales CHEC 2020 se buscó recolectar **percepciones del sector Música** respecto a cuatro temas propuestos: valor cultural; acciones que activan las relaciones dentro del sector; impacto COVID-19; ideas recuperación COVID-19. Este reporte es un esfuerzo por sistematizar dichos hallazgos y plasmar la manera en que **una selección de intermediarios** pertenecientes al sector Música perciben la relación de su ecosistema con la sociedad y la contingencia sanitaria.

Dentro de las **dimensiones de valor cultural**, ideas pertenecientes a la dimensión intrínseca de este fueron las más mencionadas por los intermediarios. Entre ellas, conectar a las comunidades fortaleciendo el tejido social, conectar a las personas con su dimensión sensible y desarrollar metodologías creativas fueron algunos de los impactos positivos señalados.

En relación a las **acciones que activan las relaciones** dentro del sector, cinco acciones fueron priorizadas por los participantes de los laboratorios, dentro de las cuales apoyar la difusión y circulación y potenciar la distribución y comercialización fueron algunas de ellas.

En el caso de las **necesidades y oportunidades** surgidas con motivo del COVID-19**,** los intermediarios detectaron seis impactos generados en su sector, entre otras relacionados con la necesidad de fomentar redes sectoriales y territoriales, apoyo en la generación de nuevos modelos de negocio y formación en habilidades de comercialización.

Finalmente, se desarrollaron **trece ideas para abordar las necesidades** que han emergido durante la crisis sanitaria COVID-19 identificadas por los participantes. Cabe señalar que al hablar de ideas surgieron propuestas que responden a necesidades que trascienden la contingencia, siendo estas profundizadas en dicho contexto.

3.1.2 Percepciones de Valor

¿Qué impactos positivos genera tu sector en la sociedad?

A través de los Laboratorios Sectoriales se buscó obtener información primaria a partir de las **percepciones de valor cultural** correspondientes a intermediarios de ocho sectores creativos. Esto, a partir de las **visiones personales** de un grupo de participantes seleccionados en el marco del Encuentro CHEC 2020. El siguiente diagrama (ver Figura 5) visualiza un resumen de las categorías emergidas en el caso del sector **Música** frente a la pregunta ¿Qué impactos positivo genera tu sector en la sociedad?

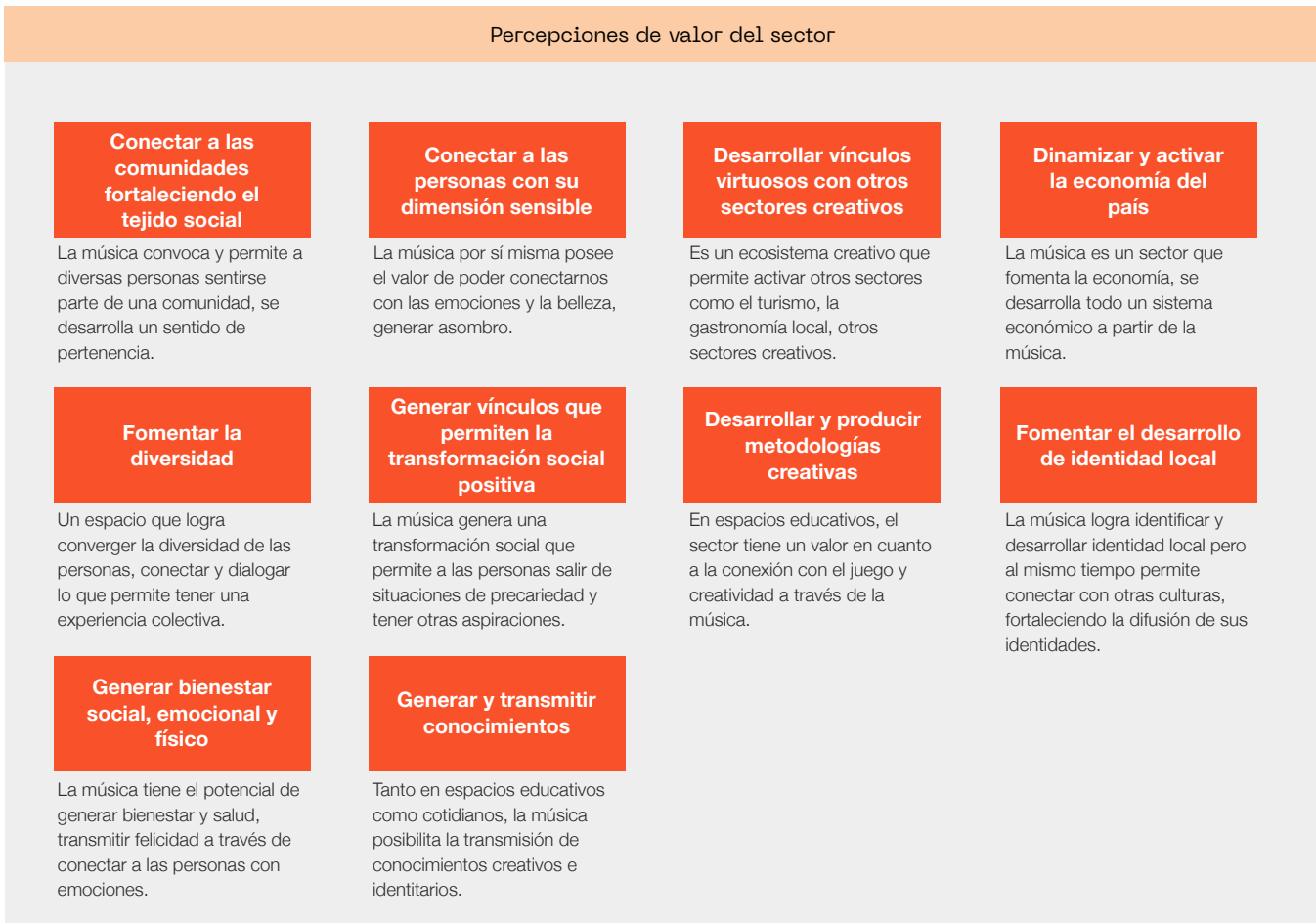


Figura 5 - Percepciones de impactos positivos

3.1.2 Percepciones de Valor

Las categorías emergidas durante el laboratorio de **Música** fueron analizadas en base a los **tres vértices de valor cultural** propuestos por Holden (intrínseco, instrumental e institucional) y su relación con los **valores permanentes** asociados a ellos, asignados por el Observatorio Vasco de Cultura (ver Métodos de Análisis, pág. 15).

De esta forma, fue posible identificar que **los participantes del laboratorio perciben** con mayor frecuencia impactos positivos generados por la Música asociados con la dimensión intrínseca del valor cultural. Entre ellas, valores permanentes tales como bienestar, conocimiento, identidad y pertenencia fueron hallados.

Asimismo, fue posible recoger percepciones asociadas al valor instrumental, sin embargo, los participantes del laboratorio no mencionaron impactos positivos atribuibles al vértice institucional del valor cultural, siendo este no detectado en las respuestas entregadas por ellos durante el laboratorio (ver Figura 6).

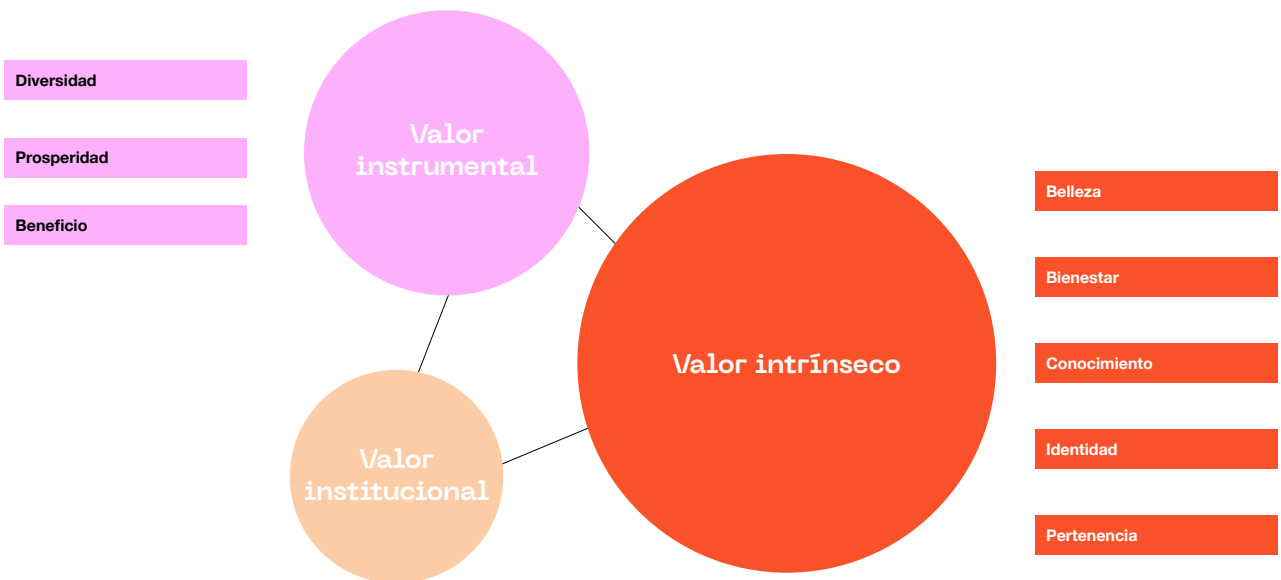


Figura 6 - Percepciones de valor cultural

3.1.2 Percepciones de Valor

"Vemos que es importante reconocer el valor intrínseco de la música y siempre defenderlo. En cuanto a la **capacidad que tiene de generarnos salud y bienestar,** de conectarnos con las emociones y de que tiene un valor en sí mismo en cuanto a nuestra capacidad de conectarnos con la belleza, de inspirarnos, de inspirar a otros, de permitirte soñar, de generar asombro, generar conexión."

Participante sector Música,
Laboratorios Sectoriales 2020.

"Hay un gran impacto social en la **transformación de vidas de personas que se involucran en proyectos musicales.** Nos referimos a las orquestas juveniles. Esto hace que una comunidad se sienta identificada con ciertos estilos musicales y parte de un territorio, que de alguna manera lo motiva a salir de una situación que puede estar de mucha precariedad y llevarlo a tener aspiraciones más grandes para su vida."

Participante sector Música,
Laboratorios Sectoriales 2020.

"La música es un espacio que **logra converger la diversidad** de las personas.Donde, independiente de las diferencias que tengamos, podemos conectarnos todos y podemos compartir un espacio común y dialogar."

Participante sector Música,
Laboratorios Sectoriales 2020.

"La música es súper importante como **factor de desarrollo local**, como en el caso del Teatro El Lago, donde se genera una economía local en torno a un teatro o un festival que está vinculado con el ámbito de la música, pero que activa también el turismo, la gastronomía, etc."

Participante sector Música,
Laboratorios Sectoriales 2020.

3.1.3 Acciones que activan las relaciones

¿Qué roles, trabajos u oficios existen en tu sector que incentivan y potencian las relaciones dentro de él?

A través del levantamiento de roles, trabajos y oficios que activan e incentivan las relaciones dentro del ecosistema del sector se analizaron acciones claves que estos roles representan.

En el sector **Música** las acciones que emergieron del proceso participativo son las siguientes:

1. **Apoyar la difusión y circulación.** Esta acción apunta a conectar al sector, su sector productivo y comercial con agentes claves que apoyen su circulación y difusión.
2. **Apoyar la internacionalización.** Se relaciona con establecer roles intermediarios para reconocer y fortalecer proyectos con potencial de internacionalización.
3. **Mediar el conocimiento de contenidos culturales.** Fortalecimiento de roles que permitan transmitir el conocimiento técnico, cultural y de contenidos hacia ámbitos educativos, otras industrias y sectores.
4. **Potenciar la distribución y comercialización.** Se trata de establecer y formalizar roles de marketing digital, managers, bookers, inversionistas y agentes de venta en el sector de la Música para potenciar su comercialización.
5. **Articular el sector con otros actores e industrias.** Aprovechar el contexto actual para poder establecer y fortalecer relaciones tanto al interior del sector, como con otros sectores, agentes e industrias.

En el siguiente diagrama (ver Figura 7) se muestran las acciones que son percibidas como relevantes para activar las relaciones en el ecosistema, cada una de estas acciones tienen ejemplos de roles que son necesarios de potenciar para fortalecer su acción.

3.1.3 Acciones que activan las relaciones

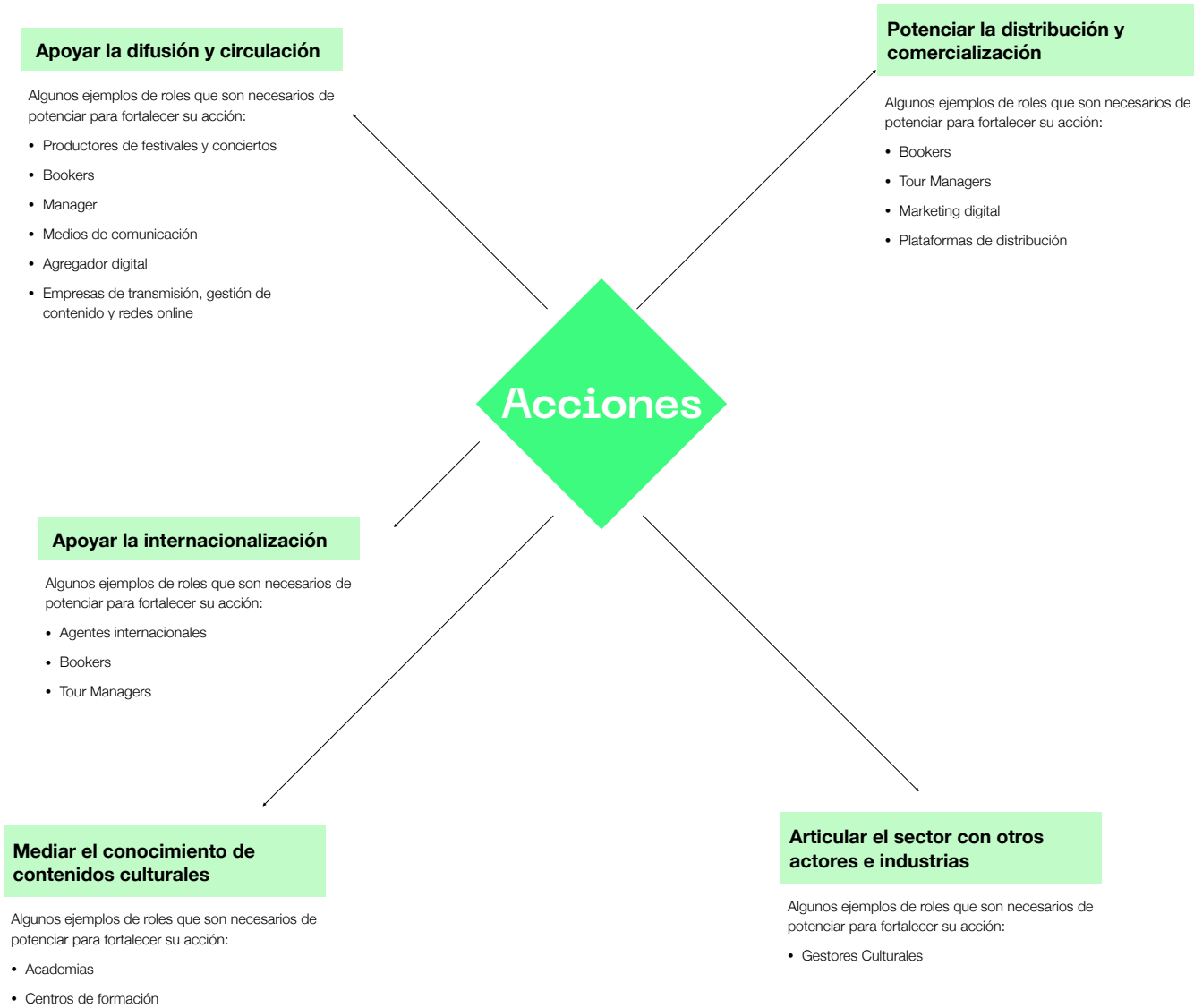


Figura 7 - Acciones que activan las relaciones del sector

3.1.4 Necesidades y oportunidades del sector

¿Cómo se ha visto afectado cada sector con la llegada del COVID?

Además del entendimiento preliminar de las acciones del ecosistema y las percepciones de valor en el sector, la primera versión de los Laboratorios Sectoriales buscó identificar áreas prioritarias de intervención post COVID-19, a partir de un levantamiento de necesidades y oportunidades del sector y cómo este se ha visto afectado por la situación actual.

En el sector **Música** aparece una necesidad contingente de 'Fomento de redes sectoriales y territoriales' en relación a la necesidad de activar las relaciones en el sector. Además, se expresa la necesidad de 'Búsqueda de nuevos modelos de negocio para la sostenibilidad' para poder fortalecer las economías locales y el trabajo territorial.

Durante este proceso de Laboratorios Sectoriales se levantaron diversas necesidades del sector Música, en el análisis se presentan las necesidades que fueron priorizadas por los participantes durante la sesión (ver Figura 8).

3.1.4 Necesidades y oportunidades del sector

Fomento de redes sectoriales y territoriales	Se percibe la necesidad de contar con espacios para la creatividad, donde se fortalezca el encuentro y trabajo colaborativo con otros sectores creativos. Un espacio que permita la creación de redes y alianzas que activen las relaciones con otros sectores.
Búsqueda de nuevos modelos de negocio para la sostenibilidad	Existe en el sector una percepción de que se deben fortalecer las economías locales y el desarrollo territorial. Esto se complementa con la necesidad de comprender las nuevas formas de financiamiento y de trabajo, dadas por la contingencia y lo que implican las nuevas audiencias y tecnologías digitales en términos de modelo de negocio.
Contar con habilidades de comercialización y formalización de estrategias de comercialización	El sector de la música se percibe a sí mismo particularmente afectado por la contingencia en términos de la digitalización de las audiencias y espacios de comercialización. Para esto se considera necesario conocer la cadena de comercialización de productos y servicios culturales y la formalización de nuevas estrategias de comercialización.
Contar con mayor apoyo de las políticas públicas a los Sectores Creativos	Se percibe la necesidad de visibilizar la precariedad del sector y establecer políticas públicas que permitan asegurar estabilidad laboral y derechos sociales para el sector de la Música.
Contar con medidas para abordar la creciente precariedad e informalidad del trabajo del sector	En relación a las políticas públicas, la contingencia sanitaria evidenció la necesidad de establecer un grado de formalización del sector en ámbitos de acceso a la información, profesionalización y capacitación del sector de la música para posibilitar dicha formalización
Contar con nuevos espacios de difusión/ exhibición/ comercialización de productos o servicios creativos	Se percibe la necesidad de abordar las nuevas audiencias dadas por la instalación de medios digitales, lo que implica el doble desafío de entender a esta nueva audiencia y desarrollar estrategias para llegar a ella. También se mencionan brechas en relación a la falta de escenarios a nivel nacional lo que afecta la circulación local de la industria musical.
Fomento de redes y acuerdos internacionales	Otra de las necesidades levantadas dice relación con la falta de redes y/o acuerdos que permitan tanto recibir artistas internacionales con mayor facilidad, así como generar instancias de intercambio cultural. Se mencionan problemáticas específicas asociadas a los costos de las visas para artistas internacionales en Chile.

Figura 8 - Necesidades y oportunidades del sector

3.1.4 Necesidades y oportunidades del sector

"Tenemos la **necesidad de poder hablar en lenguaje venta** en el sector de la música, el saber qué significa comercializar, qué significa vender. Desde la región estamos súper apartados de cómo funciona la industria música."

Participante sector Música,
Laboratorios Sectoriales 2020.

"El gran golpe de la pandemia **demostrō la precariedad en la que está el sector cultural.** (...) y desde ese lugar surge la necesidad de una política pública que permita asegurar la estabilidad laboral del sector y los derechos sociales."

Participante sector Música,
Laboratorios Sectoriales 2020.

"Creo que tenemos la **necesidad profunda de fortalecer el ecosistema nacional.** Lo primero que debe pasar es fortalecer el ecosistema interno del país y el desafío es cómo hacerlo también desde nuestro sector."

Participante sector Música,
Laboratorios Sectoriales 2020.

"Y tenemos **el desafío de encontrar a las nuevas audiencias...** dónde están y cómo llegamos a ellas? Esto es una ardua tarea en la que vemos que hay gente que tiene la necesidad de estar en el concierto en vivo y que quizás no va a estar dispuesta a ver o estar en un tipo de espectáculos por streaming. (...)"

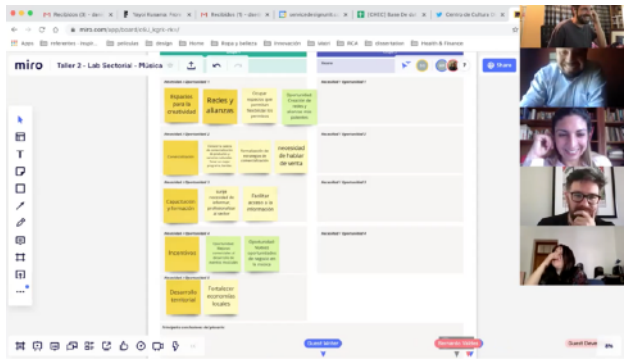
Participante sector Música,
Laboratorios Sectoriales 2020.

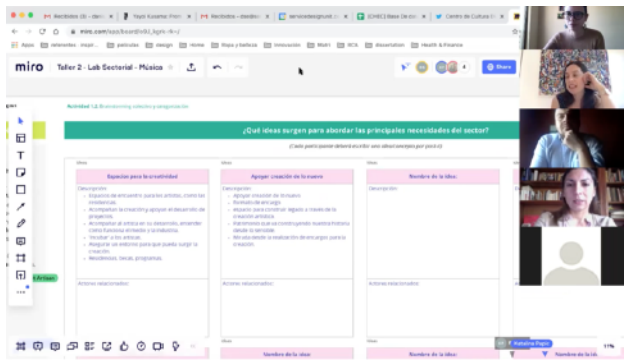
3.1.5 Ideas que surgen

¿Qué ideas surgen para recuperarse del impacto que el COVID-19 ha tenido en el sector?

Junto con la identificación de áreas prioritarias de intervención post COVID-19, en relación a las necesidades y oportunidades del sector, los laboratorios fueron una instancia que permitió levantar ideas iniciales que permitirán visualizar posibles formas de abordar las necesidades identificadas por los participantes.

El siguiente diagrama (ver Figura 9) presenta un resumen de las ideas propuestas por los participantes, es importante destacar que al hablar de ideas surgieron acciones que trascienden la contingencia COVID-19.





3.1.5 Ideas que surgen

1 Programa de residencias e 'incubación' de artistas

Programa de residencias que permita la creación de espacios de encuentro, formación y experimentación para los artistas, como las residencias. Para acompañar al artista en su desarrollo y entendimiento del funcionamiento del medio y la industria, y así asegurar un entorno donde pueda surgir la creación.

2 Programa de apoyo a la creación musical en tiempos de pandemia

Creación de un programa de apoyo de la creación musical en el contexto de pandemia, que permita abordar la estética de este momento de la historia: 'desde la casa'. Y desarrollar así un espacio para construir legado a través de la creación artística.

3 Programa de potenciamiento del trabajo intersectorial

Desarrollo de un programa de potenciamiento para el desarrollo de economías locales, que permita complementar la oferta musical con la de otros sectores y aprender de sus estrategias de comercialización para desarrollar en conjunto estrategias intersectoriales. (Ej. Gastronomía local)

4 Proyecto de turismo musical

Proyecto de apoyo intersectorial para el fortalecimiento y desarrollo del turismo en zonas de Chile a través la música y otras instancias culturales que permiten comprender e indagar en identidades locales. Concretamente, ofrecer servicios a operadores turísticos para ser considerados como parte de la oferta de la zona.

5 Extender grandes festivales a otras localidades

El sello de ciudad creativa de la música permite potenciar ciudades en vinculación con la música. Se podría además potenciar el desarrollo local a través de la extensión de grandes festivales de la música con un escenario en localidades fuera de la región Metropolitana y así llegar a otras audiencias.

6 Encuentros de productores creativos

Establecer encuentros formales de encuentro de productores creativos que puedan funcionar como 'ruedas de industria' y así potenciar el desarrollo, difusión y circulación de la música y sus creadores.

7 Programa de fomento del apoyo de privados

Programa de fomento al apoyo privado que permita incentivar al sector privado (empresas y personas) a invertir en nichos diversos de las industrias creativas para el desarrollo de proyectos interdisciplinarios con gran potencial de crecimiento.

8 Programa de capacitación digital para trabajadores de la industria musical

Establecer un programa que permite tener un lugar para el desarrollo y entendimiento del funcionamiento del mundo de la industria digital. Que permita promover la formación específica del área digital en el Estado, para apoyar a agentes culturales a comprender y formar entorno a las potencialidades del uso de plataformas digitales.

Figura 9 - Resumen de ideas para abordar necesidades

3.1.5 Ideas que surgen

9 **Ciclo de charlas y seminarios sobre nuevas formas de trabajo en la industria**

Desarrollo de un ciclo de charlas y seminarios sobre experiencias en nuevas formas de trabajo y nuevos formatos, que permita el desarrollo de proyectos sostenibles con actores y agentes con expertise en nuevos formatos Y mercados (nacionales e internacionales).

10 **Proyecto de Vinculación interministerial para activar la industria creativa**

Vinculación estratégica desde el MINCAP con otras instituciones públicas y privadas. Que potencie y posibilite las relaciones tanto con los gremios, el mundo privado y la vinculación directa con artistas. Para así generar diálogo y potenciales proyectos.

11 **Proyecto de Escenarios digitales**

Desarrollo de una plataforma de 'Escenario digital' que permita generar difusión y circulación para apoyar la internacionalización de artistas nacionales como 'Patrimonio tecnológico'.

12 **Nuevo mecanismos de Programación musical**

Generar nuevas lógicas de programación con un mecanismo que permita una rotativa musical, y así activar y potenciar el desarrollo de proyectos musicales locales, tanto a nivel nacional como en el extranjero.

13 **Política pública para la empleabilidad de sectores creativos**

Fomentar la generación de recursos sostenibles en el sector de la Música a través de una Política Pública que permita generar empleabilidad en distintos sectores y así apoyar la formalización del sector.

Figura 9 - Resumen de ideas para abordar necesidades

3.1.6 Participantes

Las instituciones participantes de los Laboratorios Sectoriales 2020, que fueron seleccionadas por la curadora del sector Música, son las siguientes:

Curadora: Claudia Pereira

Desarrolladora de proyectos musicales a nivel internacional, no solo de artistas, los cuales ha impulsado mediante la circulación y posicionamiento en diversos territorios, sino también de organizaciones y espacios de difusión, generando alianzas y negocios entre el continente Americano y Europa, así como entre diferentes estructuras e instituciones.

Representantes de:

- Resonancia Femenina

encuentrochec.cl/proyecto/resonancia-femenina

- W Producciones

encuentrochec.cl/proyecto/w-producciones

- Kli Records

encuentrochec.cl/proyecto/kli-records

- Fundación Beethoven

encuentrochec.cl/proyecto/fundacion-beethoven

- Imesur

encuentrochec.cl/proyecto/imesur

- Festival Chiloé Concertante

encuentrochec.cl/proyecto/chiloe-concertante

- Mundovivo

encuentrochec.cl/proyecto/mundo-vivo

- Rapa Nui Music

encuentrochec.cl/proyecto/rapa-nui-music

- Fauna Producciones

encuentrochec.cl/proyecto/fauna-producciones

- Teatro del Lago

encuentrochec.cl/proyecto/teatro-del-lago

Participantes de Instituciones Públicas

- Secretaría Ejecutiva de Economía Creativa, Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio
- Secretaría Ejecutiva Música, Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio
- Subsecretaría de Hacienda: Programa de Exportación de servicios
- Departamento de Industrias Creativas de PROCHILE
- Unidad de Economía Creativa de CORFO
- Programa Chile Creativo de CORFO

3.2 Sector Audiovisual

El sector audiovisual posee una gran importancia para las sociedades modernas, no sólo por sus aspectos culturales, sino también económicos. Su influencia puede abordarse desde la perspectiva creativa de las obras, la influencia que eventualmente pueden generar los mensajes que emiten hasta la incidencia que ejerce sobre la Economía Creativa.

encuentrochec.cl/pabellon/audiovisual

3.2.1 Resumen

Resumen hallazgos del sector

Durante los Laboratorios Sectoriales CHEC 2020 se buscó recolectar **percepciones del sector Audiovisual** respecto a cuatro temas propuestos: valor cultural; acciones que activan las relaciones dentro del sector; impacto COVID-19; ideas recuperación COVID-19. Este reporte es un esfuerzo por sistematizar dichos hallazgos y plasmar la manera en que **una selección de intermediarios** pertenecientes al sector Audiovisual perciben la relación de su ecosistema con la sociedad y la contingencia sanitaria.

Dentro de las **dimensiones de valor cultural**, ideas pertenecientes a la dimensión intrínseca de este fueron las más mencionadas por los participantes. Entre ellas, la capacidad de democratizar el acceso a contenidos culturales, así como de generar y transmitir conocimientos, fueron algunos de los impactos positivos señalados.

En relación a las **acciones que activan las relaciones** dentro del sector Audiovisual, siete acciones fueron priorizadas por los participantes de los laboratorios. Por ejemplo, activar apoyos institucionales y la vinculación con otros sectores.

En el caso de las **necesidades y oportunidades surgidas debido al COVID-19,** los agentes nombraron seis relacionadas con estrategias para el retorno al trabajo, políticas públicas, adaptación digital, nuevos modelos de negocios, redes y acceso a la información.

Finalmente, se presentaron **ocho ideas para abordar las necesidades identificadas** que han surgido durante la crisis sanitaria COVID-19. Cabe señalar que al hablar de ideas surgieron propuestas que responden a necesidades que trascienden la contingencia, siendo estas profundizadas en dicho contexto.

3.2.2 Percepciones de Valor

¿Qué impactos positivos genera tu sector en la sociedad?

A través de los Laboratorios Sectoriales se buscó obtener información primaria a partir de las **percepciones de valor cultural** correspondientes a intermediarios de ocho sectores creativos. Esto, a partir de las **visiones personales** de un grupo de participantes seleccionados en el marco del Encuentro CHEC 2020. El siguiente diagrama (ver Figura 10) visualiza un resumen de las categorías emergidas en el caso del sector **Audiovisual** frente a la pregunta ¿Qué impactos positivo genera tu sector en la sociedad

Figura 10 - Percepciones de impactos positivos

3.2.2 Percepciones de Valor

Las categorías emergidas durante el laboratorio de **Audiovisual** fueron analizadas en base a los **tres vértices de valor cultural** propuestos por Holden (intrínseco, instrumental e institucional) y su relación con los **valores permanentes** asociados a ellos, asignados por el Observatorio Vasco de Cultura (ver Métodos de Análisis, pág. 15).

De esta forma, fue posible identificar que **los participantes del laboratorio perciben** con mayor frecuencia impactos positivos generados por el sector Audiovisual asociados con la dimensión intrínseca del valor cultural. Entre ellas, valores permanentes tales como bienestar, conocimiento, identidad, pertenencia y trascendencia fueron hallados. También, fue posible identificar percepciones asociadas al valor instrumental como beneficio y al valor institucional como equidad y transparencia (ver Figura 11).

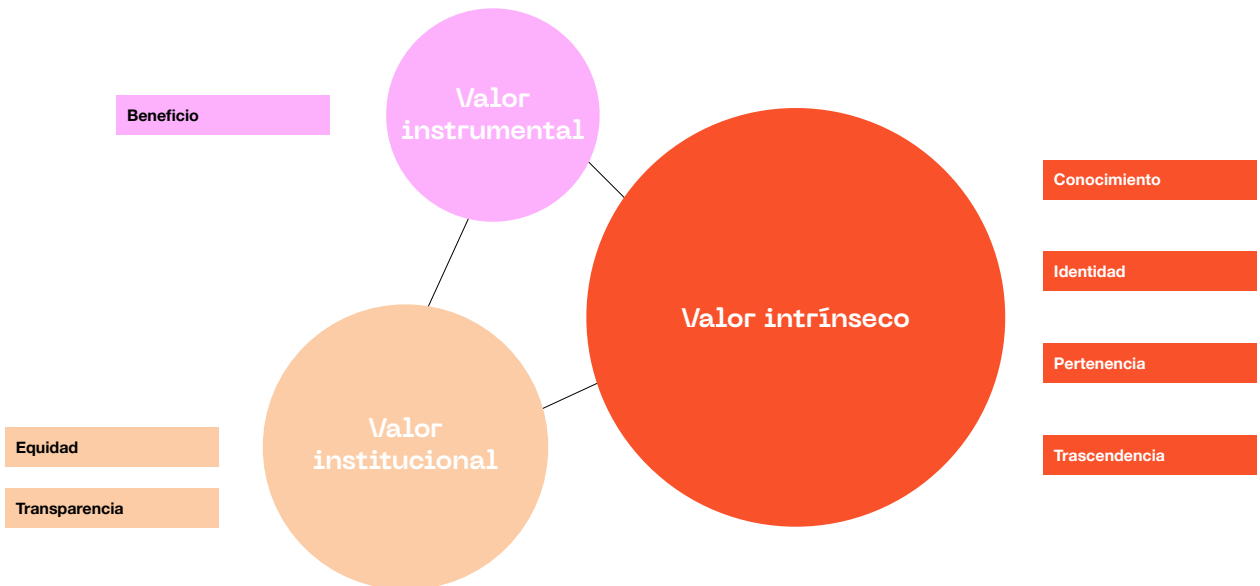


Figura 11 - Percepciones de valor cultural

3.2.2 Percepciones de Valor

"El gran impacto que tiene el audiovisual es **generar imagen país, buscar o comunicar identidades comunes o propias** y transferir lo que es el patrimonio del audiovisual chileno. (...) el concepto amplio de imagen país no solamente significa posicionar a Chile como un lugar lleno de locaciones impresionante si no que también que cuenta con equipo humano y profesional muy competente"

Participante sector Audiovisual, Laboratorios Sectoriales 2020.

"La cualidad que tiene el audiovisual en sí mismo es la **vocación de masividad,** nos ayuda a comunicar y transmitir a diversas audiencias nuestro patrimonio y aporta como factor de formación, de conocimiento, de educación. (...) esta masividad nos permite **poner en el tapete problemáticas sociales** y no son pocos los ejemplos de cómo estas problemáticas, al ser plasmadas en un medio audiovisual, generan cambios sociales y hasta legislativos."

Participante sector Audiovisual, Laboratorios Sectoriales 2020.

"El audiovisual tiene un impacto relevante a la hora de **reactivar y dinamizar la economía,** porque tiene la capacidad de reaccionar más rápido (que otros sectores) y genera un montón de trabajo directo e indirecto. Podríamos ser o debemos ser un factor importante a la hora de la reactivación económica."

Participante sector Audiovisual, Laboratorios Sectoriales 2020.

"El valor del sector en cuanto a la **democratización** del acceso, esto es, entender que la televisión abierta por ejemplo, permite llegar a todos los estratos sociales y a todos los lugares, que a lo mejor otro medio comunicación no los tiene."

Participante sector Audiovisual, Laboratorios Sectoriales 2020.

3.2.3 Acciones que activan las relaciones

¿Qué roles, trabajos u oficios existen en tu sector que incentivan y potencian las relaciones dentro de él?

A través del levantamiento de roles, trabajos y oficios que activan e incentivan las relaciones dentro del ecosistema creativo del sector se analizaron acciones claves que estos roles representan.

En el sector **Audiovisual** las acciones que emergieron del proceso participativo son las siguientes:

1. **Apoyar la difusión y circulación.** Esta acción apunta a conectar al sector, su sector productivo y comercial con agentes claves que apoyen su circulación y difusión.
2. **Apoyar la internacionalización.** Se relaciona con establecer roles intermediarios para reconocer y fortalecer proyectos con potencial de internacionalización.
3. **Potenciar la distribución y comercialización.** Se trata de establecer y formalizar roles de distribuidoras, inversionistas y agentes de venta en el sector Audiovisual para potenciar su comercialización.
4. **Enfatizar el trabajo en red**. Apunta a potenciar roles que fortalezcan la vinculación al interior del sector, tanto a nivel de creación, producción y comercialización
5. **Activar apoyos institucionales.** Establecer canales de comunicación claros y vinculantes que permitan formalizar la relación del sector con entidades públicas y privadas.
6. **Apoyar la vinculación y conexión con otros sectores y actores**. En línea con las acciones 4 y 5, se establece la oportunidad de conectar al sector Audiovisual en sí mismo y estimular roles que puedan vincular su accionar con otros sectores de la cultura y/o otras industrias.
7. **Mediar el conocimiento de contenidos culturales.** Fortalecimiento de roles que permitan transmitir el conocimiento técnico, cultural y de contenidos hacia ámbitos educativos, otras industrias y sectores.

En el siguiente diagrama (ver Figura 12) se muestran las acciones que son percibidas como relevantes para activar las relaciones en el ecosistema, cada una de estas acciones tienen ejemplos de roles que son necesarios de potenciar para fortalecer su acción.

3.2.3 Acciones que activan las relaciones

Figura 12 - Acciones que activan las relaciones del sector

3.2.4 Necesidades y Oportunidades del sector

¿Cómo se ha visto afectado cada sector con la llegada del COVID?

Además del entendimiento preliminar de las acciones del ecosistema y las percepciones de valor en el sector, la primera versión de los Laboratorios Sectoriales buscó identificar áreas prioritarias de intervención post COVID-19, a partir de un levantamiento de necesidades y oportunidades del sector y cómo este se ha visto afectado por la situación actual.

En el sector Audiovisual aparece una necesidad contingente de ‘estrategias claras para poder trabajar o retomar las actividades del sector’ en relación a la reactivación de actividades culturales. Además, se expresa la necesidad de ‘mayor apoyo de las políticas públicas a los sectores creativos’.

Durante este proceso de Laboratorios Sectoriales se levantaron diversas necesidades del sector Audiovisual, en el análisis se presentan las necesidades que fueron priorizadas por los participantes durante la sesión (ver Figura 13).

3.2.4 Necesidades y Oportunidades del sector

Acceso a financiamiento e información de apoyos disponibles	Se expresa la necesidad de mantener o aumentar los fondos o apoyos Estatales en este contexto, pero también incentivar el financiamiento privado. Además, surge la necesidad de conocer y tener acceso a información sobre apoyos existentes.
Contar con estrategias claras para poder trabajar o retomar las actividades del sector	Se percibe la necesidad de mejorar los protocolos sanitarios por medio de otorgar garantías de seguridad en la reactivación de rodajes. En cuanto a 'Salas y Audiencias' se levanta una necesidad de adaptar la infraestructura existente de acuerdo a las exigencias sanitarias.
Contar con mayor apoyo de las políticas públicas a los Sectores Creativos	En relación a las políticas públicas, la contingencia sanitaria evidenció la necesidad de establecer un grado de formalización del sector en ámbitos de financiamiento y presupuesto. Además de la necesidad de contar con un actor que represente al sector y que sea interlocutor válido y efectivo del sector con el Estado.
Adaptación al entorno digital	En el sector Audiovisual surgen oportunidades a partir de la digitalización. Por un lado, el contexto digital establece una oportunidad de internacionalizar proyectos. Por otro lado, esto permite abordar el teletrabajo desde la mirada de la internacionalización del recurso humano, lo que facilita y potencia establecer nuevas redes con el extranjero.
Búsqueda de nuevos modelos de negocio para la sostenibilidad	Dada la adaptabilidad del sector y el surgimiento de salas virtuales y eventos digitales, se presenta la oportunidad de pensar en nuevos modelos de negocios para la industria del Cine con miras a la sostenibilidad del negocio.
Fomento de redes sectoriales y territoriales	Se percibe que el contexto COVID evidenció una falta trabajo colectivo desde una mirada de industria, para poder comprender el valor del sector en toda su cadena productiva. Esto se expresa como una necesidad de trabajo colaborativo, ya sea al interior del sector como con otros sectores creativos, así como también establecer redes que puedan conectar lo público con lo privado.

Figura 13 - Necesidades y oportunidades del sector

3.2.4 Necesidades y Oportunidades del sector

"Necesitamos tener una **entidad que permita la interlocución** con otras industrias. Todo esto no puede estar sólo anclado en Cultura, anclado en Economía o en Hacienda (...) Y creo que ahí es donde hay una oportunidad de empezar a organizar esto y que no dependa de buenas voluntades, sino de un plan para apoyar esta interlocución."

Participante sector Audiovisual, Laboratorios Sectoriales 2020.

"Yo sé que se dice que no puede ser que todo el sector se subvencione solamente por el Estado, y no puedo estar más de acuerdo. Yo entiendo que necesitamos una inyección de privados. Entiendo que nosotros como productores tenemos que salir a buscarlo, pero no va a pasar por osmosis de un día para otro en un país que no tiene leyes que lo sustenten. **Necesitamos que se incentive la inversión privada. Por ejemplo, la figura de un business Angel, como funciona en Estados Unidos, en Chile casi no existe."**

Participante sector Audiovisual, Laboratorios Sectoriales 2020.

"Necesitamos **una entidad que nos represente** y que sea autónoma e independiente a los cambios de gobierno, que pueda administrar y tener un aprendizaje, un conocimiento en nuestro sector (...) esperaríamos tener un instituto o una entidad público privada que reúna toda esa cadena de producción y que reúna todos los fondos disponibles."

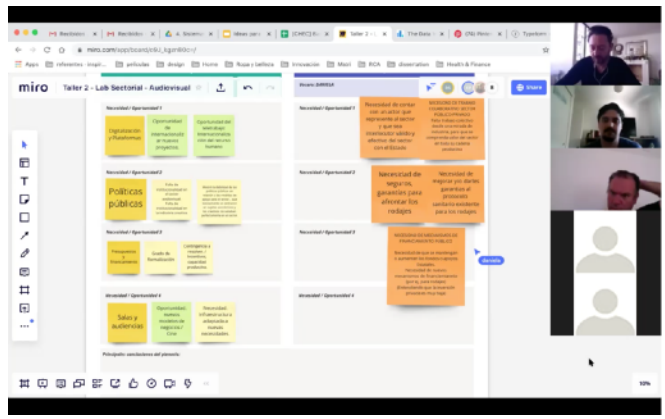
Participante sector Audiovisual, Laboratorios Sectoriales 2020.

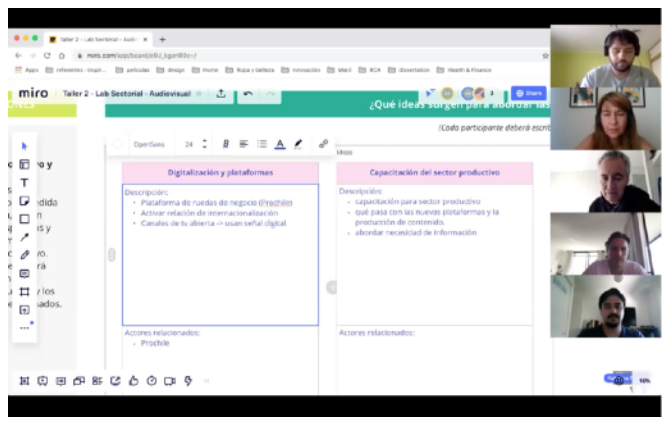
3.2.5 Ideas que surgen

¿Qué ideas surgen para recuperarse del impacto que el COVID-19 ha tenido en el sector?

Junto con la identificación de áreas prioritarias de intervención post Covid, en relación a las necesidades y oportunidades del sector, los Laboratorios fueron una instancia que permitió levantar ideas iniciales que permitan visualizar posibles formas de abordar las necesidades identificadas por los participantes.

En el siguiente diagrama (ver Figura 14) presenta un resumen de las ideas del sector, es importante destacar que al hablar de ideas surgieron acciones que trascienden la contingencia COVID-19.





3.2.5 Ideas que surgen

1 Instituto del audiovisual

Agrupación que reúna al sector público y privado del audiovisual que permita conectar entidades para apoyar el desarrollo del sector, considerando al territorio como parte del ecosistema.

2 Nuevas plataformas de difusión y distribución de contenido

Plataforma de difusión y distribución de contenido audiovisual que busque mejorar lo ya existente (Ej. Ondamedia) para diversificar el acceso y obtener recursos a partir del proceso de difusión y distribución, mejorando los modelos de negocios.

3 Estrategia de internacionalización del cine chileno

Redefinición de plataformas de ruedas de negocio (Prochile) y sus estrategias de internacionalización para fortalecer el mercado nacional, su circulación y comunicación al extranjero.

4 Programa de capacitación al sector productivo

Programa de capacitación al sector productivo que permita abordar brechas de acceso a la información, barreras idiomáticas y formación en plataformas de contenido para apoyar la internacionalización.

5 Mapeo del Ecosistema

Desarrollar un Mapa de los servicios audiovisuales que permita mostrar la diversidad del país, para visualizar, conectar y centralizar el acceso a la información sobre sectores culturales, representantes, roles, entidades, empresas, entre otros.

6 Programa de fomento a la inversión privada

Programa del Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio en conjunto con otros Ministerios relevantes que aborde la generación de políticas públicas que incentiven la inversión privada en proyectos audiovisuales.

7 Regulación y negociación con plataformas de exhibición y comercialización

Mesa de trabajo facilitada por el Estado, entre actores sectoriales y las plataformas de contenido, que permita abordar nuevos desafíos de las audiencias digitales y procesos de negociación entre estos actores.

8 Protocolos de reactivación de rodajes

Protocolo detallado para la reactivación de rodajes para las producciones nacionales y extranjeras a realizarse en Chile. Que cuente con especificaciones y medidas claras acerca de garantías para los trabajadores y facilidades para extranjeros de ingreso al país, entre otros. Para activar el sector productivo audiovisual.

Figura 14 - Resumen de ideas para abordar necesidades

3.2.6 Participantes

Las instituciones participantes de los Laboratorios Sectoriales 2020, que fueron seleccionadas por el curador del sector Audiovisual, son las siguientes:

Curador: Sebastián Freund – Rizoma Films

De formación Ingeniero Civil Industrial y músico (Universidad de Chile). En el Cine y el Audiovisual ha sido: Productor, Productor Ejecutivo, Director, Guionista, Montajista; y Director de Publicidad.

Representantes de:

- Sindicato Nacional Interempresa de Profesionales y Técnicos del Cine y Audiovisual (SINTECI)
- Asociación de Documentalistas de Chile ADOC
- Asociación Chilena de Animación ANIMACHI
- Asociación de Productores de Cine y Televisión / Ex Consejera CAIA
- Asociación de Productoras de Servicios de Producción Audiovisual APSP
- Distribuidora de Cine BF Distribution Por confirmar
- Asociación de Productores Independientes API
- Directora Carrera de Creación Audiovisual / Ex Consejera CAIA
- Asociación de Productores de Cine y Televisión APCT
- Creative Law

Participantes de Instituciones Públicas

- Secretaría Ejecutiva de Economía Creativa, Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio
- Secretaría Ejecutiva Audiovisual, Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio
- Subsecretaría de Hacienda: Programa de Exportación de servicios
- Departamento de Industrias Creativas de PROCHILE
- Unidad de Economía Creativa de CORFO
- Programa Chile Creativo de CORFO

3.3 Sector Artes de la Visualidad

La dimensión de la Economía Creativa en el ámbito de las artes visuales propone pensar en una relación virtuosa entre mercado, modelos de gestión eficiente y creación artística, sin supeditar la obra a una relación de producto, sino poniendo en valor y respetando su propia naturaleza crítica.

encuentrochec.cl/pabellon/artes-de-la-visualidad

3.3.1 Resumen

Resumen hallazgos del sector

Durante los Laboratorios Sectoriales CHEC 2020 se buscó recolectar **percepciones del sector Artes de la Visualidad** respecto a cuatro temas propuestos: valor cultural; acciones que activan las relaciones dentro del sector; impacto COVID-19; ideas recuperación COVID-19. Este reporte es un esfuerzo por sistematizar dichos hallazgos y plasmar la manera en que **una selección de intermediarios** pertenecientes al sector Artes de la Visualidad perciben la relación de su ecosistema con la sociedad y la contingencia sanitaria.

Dentro de las **dimensiones de valor cultural**, impactos asociados a la dimensión intrínseca de este fueron los más nombrados por los participantes. Entre ellos, la capacidad del sector creativo de generar bienestar social, emocional y físico y visibilizar problemáticas sociales del país fueron algunos de los impactos positivos señalados.

En relación a las **acciones que activan las relaciones** dentro del sector de Artes de la Visualidad, seis acciones fueron señaladas como prioritarias por los participantes de los laboratorios. Por ejemplo, apoyar la difusión y circulación, potenciar la distribución y comercialización y mediar el conocimiento de contenidos culturales.

En el caso de las **necesidades y oportunidades surgidas debido al COVID-19,** los intermediarios mencionaron ocho asociadas entre otras a estrategias para la adaptación digital, apoyo de las políticas públicas a los sectores creativos y nuevos espacios de difusión y comercialización.

Finalmente, **nueve ideas para abordar las necesidades identificadas** emergidas durante la crisis sanitaria COVID-19 fueron presentadas por los participantes. Cabe señalar que al hablar de ideas surgieron propuestas que responden a necesidades que trascienden la contingencia, siendo estas profundizadas en dicho contexto.

3.3.2 Percepciones de Valor

¿Qué impactos positivos genera tu sector en la sociedad?

A través de los Laboratorios Sectoriales se buscó obtener información primaria a partir de las **percepciones de valor cultural** correspondientes a intermediarios de ocho sectores creativos. Esto, a partir de las **visiones personales** de un grupo de participantes seleccionados en el marco del Encuentro CHEC 2020. El siguiente diagrama (ver Figura 15) visualiza un resumen de las categorías emergidas en el caso del sector **Artes de la Visualidad** frente a la pregunta ¿Qué impactos positivo genera tu sector en la sociedad?

Figura 15 - Percepciones de impactos positivos

3.3.2 Percepciones de Valor

Las categorías emergidas durante el laboratorio de **Artes de la Visualidad** fueron analizadas en base a los **tres vértices de valor cultural** propuestos por Holden (intrínseco, instrumental e institucional) y su relación con los **valores permanentes** asociados a ellos, asignados por el Observatorio Vasco de Cultura (ver Métodos de Análisis, pág. 15).

De esta forma, fue posible identificar que **los participantes del laboratorio perciben** con mayor frecuencia impactos positivos generados por el sector Artes de la Visualidad asociados con la dimensión intrínseca del valor cultural. Entre ellas, valores permanentes tales como belleza, bienestar, conocimiento, identidad y pertenencia fueron hallados. Asimismo, fue posible recoger percepciones asociadas al valor institucional como equidad y al valor instrumental como equidad (ver Figura 16).

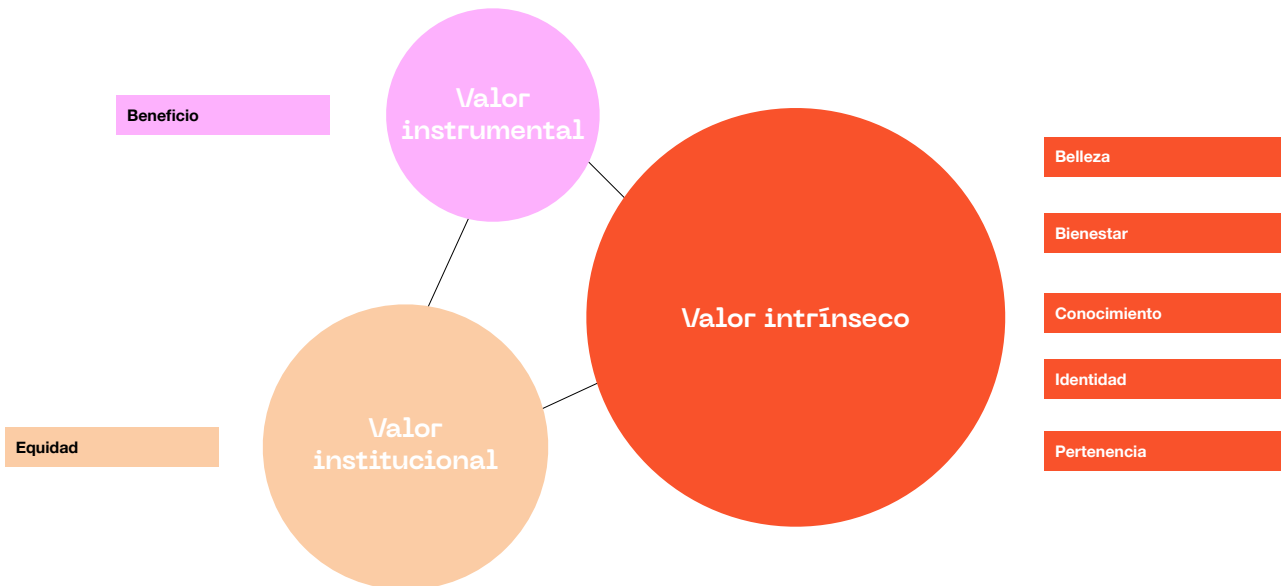


Figura 16 - Percepciones de valor cultural

3.3.2 Percepciones de Valor

"El sector cumple un rol clave en **la educación.** Es una herramienta para transmitir conocimientos, y todo tipo de habilidades."

Participante sector Artes de la Visualidad, Laboratorios Sectoriales 2020.

"Hoy en día se valora altamente la **generación de una identidad, de pertenencia, de cohesión social** a través de las Artes de la Visualidad, y que esta idea también puede constituir una estrategia de país o una estrategia de instituciones."

Participante sector Artes de la Visualidad, Laboratorios Sectoriales 2020.

"La capacidad que el arte tiene de **entregar herramientas a la sociedad** para poder enfrentar estos cambios de paradigma que son tan potentes hoy día. El arte como servicio que está dispuesto para **apoyar los procesos sociales** a los que nos estamos enfrentado"

Participante sector Artes de la Visualidad, Laboratorios Sectoriales 2020.

"Podemos ver el arte como un **espacio de sanación.** O sea, no sólo como un espacio crítico o de reflexión, sino que también para sanar procesos personales o sociales."

Participante sector Artes de la Visualidad, Laboratorios Sectoriales 2020.

3.3.3 Acciones que activan las relaciones

¿Qué roles, trabajos u oficios existen en tu sector que incentivan y potencian las relaciones dentro de él?

A través del levantamiento de roles, trabajos y oficios que activan e incentivan las relaciones dentro del ecosistema creativo del sector se analizaron acciones claves que estos roles representan.

En el sector de **Artes de la Visualidad** las acciones que emergieron del proceso participativo son las siguientes:

1. **Apoyar la difusión y circulación.** Esta acción apunta a conectar al sector, su sector productivo y comercial con agentes claves que apoyen su circulación y difusión.
2. **Apoyar la internacionalización.** Se relaciona con establecer roles intermediarios para reconocer y fortalecer proyectos con potencial de internacionalización.
3. **Potenciar la distribución y comercialización.** Se trata de establecer y formalizar roles de managers, directores artísticos e intermediadores en el sector de Artes de la Visualidad para potenciar su comercialización.
4. **Enfatizar el trabajo en red**. Apunta a potenciar roles que fortalezcan la vinculación al interior del sector, tanto a nivel de creación, producción y comercialización
5. **Fomentar encuentros.** Esta acción apunta a incentivar y accionar la asociatividad, establecer espacios de encuentro, de diálogo que permitan articular conversaciones relevantes para el sector.
6. **Mediar el conocimiento de contenidos culturales.** Fortalecimiento de roles que permitan transmitir el conocimiento técnico, cultural y de contenidos hacia ámbitos educativos, otras industrias y sectores.

En el siguiente diagrama (ver Figura 17) se muestran las acciones que son percibidas como relevantes para activar las relaciones en el ecosistema, cada una de estas acciones tienen ejemplos de roles que son necesarios de potenciar para fortalecer su acción.

3.3.3 Acciones que activan las relaciones

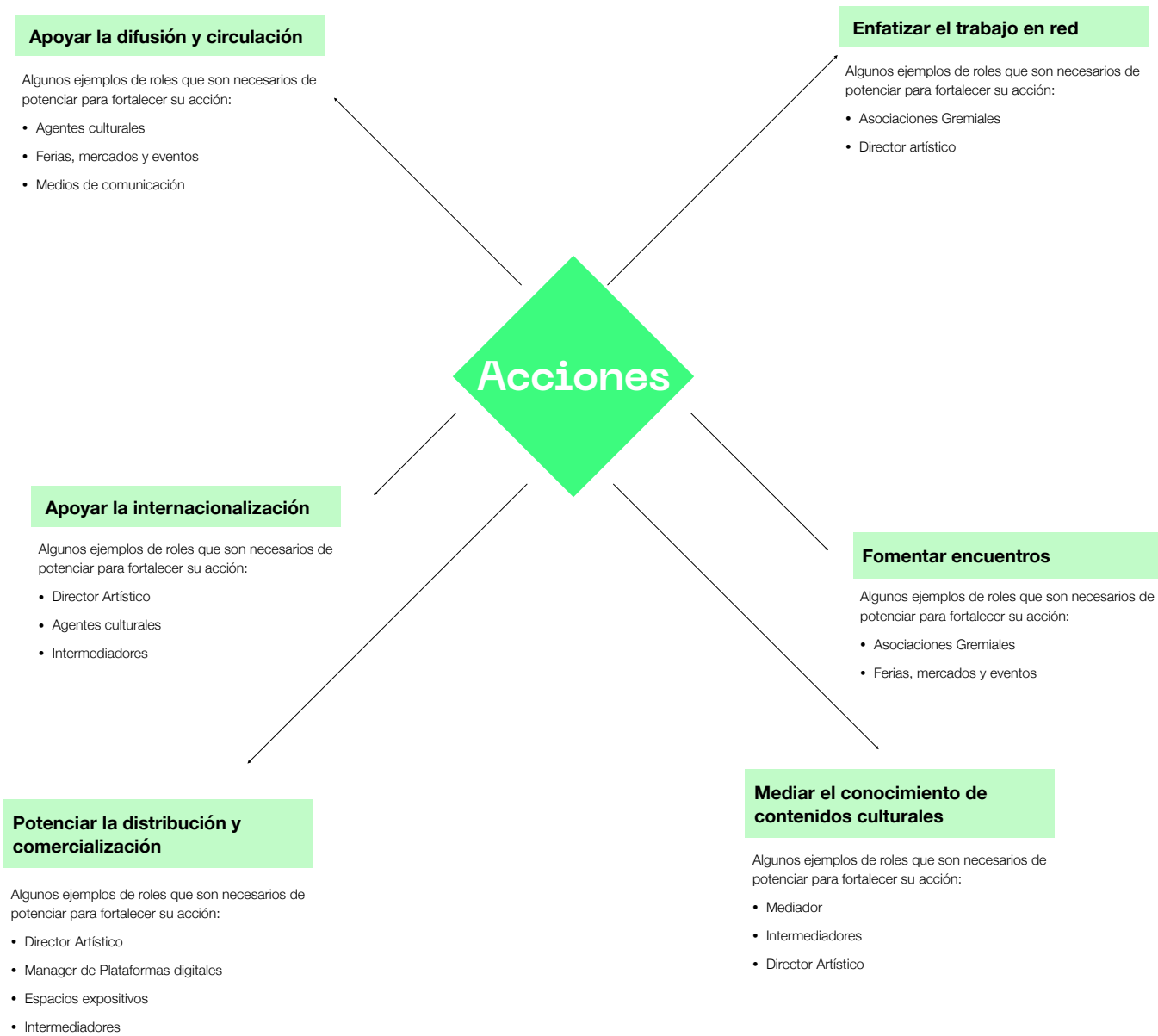


Figura 17 - Acciones que activan las relaciones del sector

3.3.4 Necesidades y Oportunidades del sector

¿Cómo se ha visto afectado cada sector con la llegada del COVID?

Además del entendimiento preliminar de las acciones del ecosistema y las percepciones de valor en el sector, la primera versión de los Laboratorios Sectoriales buscó identificar áreas prioritarias de intervención post COVID-19, a partir de un levantamiento de necesidades y oportunidades del sector y cómo este se ha visto afectado por la situación actual.

En el sector **Artes de la Visualidad** aparece una necesidad contingente de 'adaptación al entorno digital' en relación a las plataformas y audiencias digitales. Además, se expresa la necesidad de 'mayor apoyo de las políticas públicas a los sectores creativos'.

Durante este proceso de Laboratorios Sectoriales se levantaron diversas necesidades del sector Artes de la Visualidad, en el análisis se presentan las necesidades que fueron priorizadas por los participantes durante la sesión (ver Figura 18).

3.3.4 Necesidades y Oportunidades del sector

Adaptación al entorno digital	Producto del contexto COVID-19 se percibe que un gran desafío del sector es adaptarse a las nuevas audiencias digitales. Desde el punto de vista de la formación y capacitación es necesario disminuir la brecha tecnológica de las audiencias y de los trabajadores del sector para fomentar acceso cultura. Desde el punto de vista de las plataformas, se presenta el desafío de monetizar experiencias digitales.
Contar con mayor apoyo de las políticas públicas a los Sectores Creativos	Desde las políticas públicas, se considera relevante fortalecer el aparato estatal para abordar la crisis desde la colaboración que permitan establecer y accionar relaciones inter-ministeriales. Además se menciona la importancia de desarrollar y construir estrategias de propiedad intelectual.
Contar con nuevos espacios de difusión/ exhibición/ comercialización de los productos o servicios creativos	Se percibe como desafío adaptar la infraestructura (digital y física), que permita contar con más y nuevos espacios de distribución y comercialización óptimos para las nuevas audiencias. Además se menciona el desafío de comercializar considerando un balance de 'lo híbrido' entre análogo y digital.
Aumentar la colaboración entre los sectores público y privado.	A partir del contexto actual, surge la oportunidad de visibilizar el arte chileno en el mundo y aprovechar los espacios virtuales de hiperconectividad. Se percibe que a través de la colaboración entre los sectores público y privado se posibilita y acciona el alcance de la visibilidad del arte local en un contexto global.
Búsqueda de nuevos modelos de negocio para la sostenibilidad	También en relación a la adaptación al entorno digital, surge la oportunidad de desarrollar nuevos modelos de negocio, abordando e-commerce y plataformas digitales que permitan monetizar las experiencias digitales.

Figura 18 - Necesidades y oportunidades del sector

3.3.4 Necesidades y Oportunidades del sector

Contar con habilidades de comercialización y formalización de estrategias de comercialización	Dado el contexto de la digitalización de las audiencias, se percibe en el sector la necesidad de formación en habilidades de comercialización para el desarrollo de nuevas estrategias de comercialización que permitan la adaptación al contexto.
Contar con medidas para abordar la creciente precariedad e informalidad del trabajo del sector	La contingencia sanitaria evidenció la necesidad de establecer un grado de formalización del sector. A través de abordar la dimensión laboral y trabajar para la profesionalización, formalización, protección social del sector de las artes visuales y protección a la propiedad intelectual.
Mejorar la percepción del valor económico y social de las actividades culturales y creativas	En relación al contexto social del país y el uso del espacio público tanto por artistas como por la ciudadanía, surge la necesidad y oportunidad de mejorar la percepción del valor social y económico de las artes visuales. En cuanto a reconocer su relevancia en visibilizar procesos de transformación social.

Figura 18 - Necesidades y oportunidades del sector

3.3.4 Necesidades y Oportunidades del sector

"En cuanto a cómo afecta la digitalización y la reproducción al arte visual, creemos que **es necesario** poder generar a lo mejor una **estrategia para proteger la propiedad intelectual"**

Participante sector Artes de la Visualidad, Laboratorios Sectoriales 2020.

"Necesitamos apoyo para entrar a nuevas plataformas digitales que nos permita llegar a más y nuevas audiencias"

Participante sector Artes de la Visualidad, Laboratorios Sectoriales 2020.

"En términos comerciales está **la necesidad de poder aprende**r y poder meterse en el tema del **comercio digital,** el e-commerce que se viene tan potente."

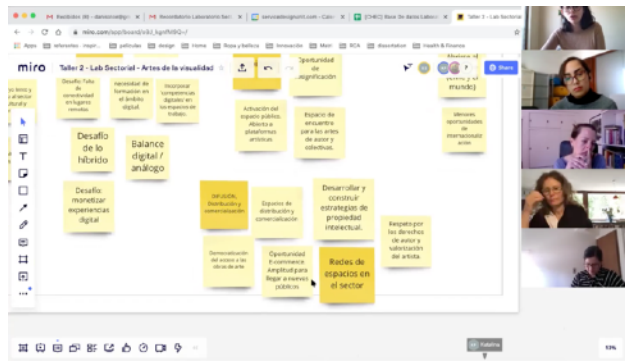
Participante sector Artes de la Visualidad, Laboratorios Sectoriales 2020.

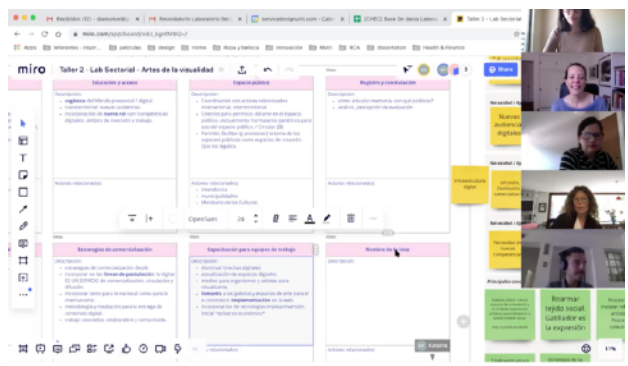
3.3.5 Ideas que surgen

¿Qué ideas surgen para recuperarse del impacto que el COVID-19 ha tenido en el sector?

Junto con la identificación de áreas prioritarias de intervención post Covid, en relación a las necesidades y oportunidades del sector, los laboratorios fueron una instancia que permitió levantar ideas iniciales que permitan visualizar posibles formas de abordar las necesidades identificadas por los participantes.

El siguiente diagrama (ver Figura 19) presenta un resumen de las ideas propuestas por los participantes del sector, es importante destacar que al hablar de ideas surgieron acciones que trascienden la contingencia COVID-19.





3.3.5 Ideas que surgen

1 Estrategias de comercialización

Incorporar en las líneas de postulación a fondos, lo digital como un espacio de comercialización, circulación y difusión. Que permita establecer nuevas estrategias de comercialización tanto para proyectos nacionales como internacionales.

2 Regulación y facilitación del uso del espacio público para obras de arte

Desarrollo de criterios para otorgar permisos del arte en el espacio público. Para permitir, facilitar, y promover la toma de los espacios públicos como espacios de creación y expresión, involucrando factores como la seguridad nacional, la libre expresión y la 'no-censura'.

3 Galería virtual

Desarrollo de una plataforma dinámica para las artes, que se conceptualice como un espacio vivo de interacción con la obra. Y que permitan tanto la visualización del trabajo de los artistas como la interacción entre ellos y la ciudadanía.

4 Política cultural de registro y constatación

Política cultural de registro y constatación que permita articular la memoria colectiva a través de las artes. Y así constatar y generar manifiestos que fijen en el tiempo registros y análisis, como herramientas repetidoras de difusión de un contexto.

5 Medición de impacto: cultura y su rol transformador

Establecer y oficializar una medición de impacto de las culturas y las artes, que permita medir y visibilizar la cultura como un motor de desarrollo, comunicar el poder transformador del arte y su aporte al bienestar del ser humano, entre otros.

6 Programa de capacitación en habilidades digitales

Programa de capacitación en habilidades digitales que permita disminuir las brechas de conocimientos y la actualización de espacios de difusión y circulación digitales. Para otorgar medios tanto a organismos culturales y a artistas para visualizarse en este nuevo contexto.

7 Laboratorios Sectoriales permanentes

Establecer espacios permanentes como los Laboratorios Sectoriales (o intersectoriales) que permitan dar continuidad al levantamiento de necesidades e ideas por sector cultural. Y así activar, ejecutar acciones que sostengan en el tiempo la relación con el Ministerio de las Culturas.

8 Estrategia / Política de propiedad intelectual

Desarrollar una estrategia desde el MINCAP, que permita contar con mecanismos de apoyo que incorporen estrategias de financiamiento o fondos para apoyar la propiedad intelectual, capacitar a los creadores y brindar asesoría de legal para los autores.

9 Programa de fomento a la internacionalización

Programa de fomento a la internacionalización para implementar políticas dirigidas de internacionalización. Tomando como referencia casos ya existentes como el modelo suizo o danés. Que permita establecer relaciones formales a través de intermediadores o embajadores culturales con el extranjero, para potenciar la internacionalización, comercialización y difusión de proyectos creativos.

Figura 19 - Resumen de ideas para abordar necesidades

3.3.6 Participantes

Las instituciones participantes de los Laboratorios Sectoriales 2020, que fueron seleccionadas por la curadora del sector Artes de la Visualidad, son las siguientes:

Curadora: Carolina Martinez

Editora, gestora cultural e investigadora creativa.

Representantes de:

- Casa Museo Alberto Beilish, CAB Patagonia

encuentrochec.cl/proyecto/cab-patagonia

- Delight Lab

encuentrochec.cl/proyecto/delight-lab

- Ediciones Puro-Chile

encuentrochec.cl/proyecto/ediciones-puro-chile

- Gabinete: Arte contemporáneo en Chile

encuentrochec.cl/proyecto/gabinete

- D-21 virtual

encuentrochec.cl/proyecto/d21-virtual

- FIFV

encuentrochec.cl/proyecto/fifv

- Ch.ACO

encuentrochec.cl/proyecto/chaco

- Fundación Engel

encuentrochec.cl/proyecto/fundacion-engel

- Corporación Chilena del Video - CCHV

encuentrochec.cl/proyecto/corporacion-chilena-del-video

- Antenna

encuentrochec.cl/proyecto/antenna

Participantes de Instituciones Públicas

- Secretaría Ejecutiva de Economía Creativa, Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio
- Secretaría Ejecutiva de Artes de la Visualidad, Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio
- Subsecretaría de Hacienda: Programa de Exportación de servicios
- Departamento de Industrias Creativas de PROCHILE
- Unidad de Economía Creativa de CORFO
- Programa Chile Creativo de CORFO
- Museo de Artes Decorativas y Museo Histórico Dominico

3.4 Sector Artesanía

Desempeña un papel cultural determinante, desarrollo económico local y lucha por la conservación de técnicas y cosmogonías de alto valor patrimonial. Promover nuevas formas de difusión, desarrollar redes y fomentar la participación son parte de las acciones para consolidar uno de los sectores de mayor relevancia en la identidad de los territorios.

encuentrochec.cl/pabellon/artesania

3.4.1 Resumen

Resumen hallazgos del sector

Durante los Laboratorios Sectoriales CHEC 2020 se buscó **mapear percepciones del sector Artesanía** respecto a cuatro materias propuestas: valor cultural; acciones que activan las relaciones dentro del sector; impacto COVID-19; ideas recuperación COVID-19. Este reporte busca sistematizar los hallazgos y plasmar la manera en que **una selección de intermediarios pertenecientes** al sector Artesanía perciben su ecosistema en diálogo con la sociedad y la contingencia sanitaria.

Dentro de las dimensiones de valor cultural, los participantes mencionaron mayoritariamente temas asociados a la dimensión intrínseca de valor cultural. Dentro de las cuales la capacidad de desarrollar identidad local, fomentar la economía a escala local y conectar con el entorno y formas de vivir consciente fueron algunos de los impactos positivos apuntados.

En relación a las acciones que activan las relaciones dentro del sector Artesanía, ocho acciones fueron priorizadas por los asistentes. Por ejemplo, apoyar la difusión y circulación, vincular y conectar con otros sectores y actores, así como relacionar y activar los apoyos municipales fueron consideradas.

En el caso de las necesidades y oportunidades surgidas debido al COVID-19, los agentes consideraron cinco asociadas con estrategias para la adaptación digital, mejorar la percepción del valor económico y social de la cultura y necesidad de espacios de difusión y comercialización.

Por último, se presentaron cinco ideas para abordar las necesidades identificadas resultantes de la crisis sanitaria COVID-19. Cabe señalar que al hablar de ideas surgieron propuestas que responden a necesidades que trascienden la contingencia, siendo estas profundizadas en dicho contexto.

3.4.2 Percepciones de Valor

¿Qué impactos positivos genera tu sector en la sociedad?

A través de los Laboratorios Sectoriales se buscó obtener información primaria a partir de las **percepciones de valor cultural** correspondientes a intermediarios de ocho sectores creativos. Esto, a partir de las **visiones personales** de un grupo de participantes seleccionados en el marco del Encuentro CHEC 2020. El siguiente diagrama (ver Figura 20) visualiza un resumen de las categorías emergidas en el caso del sector **Artesanía** frente a la pregunta ¿Qué impactos positivo genera tu sector en la sociedad?

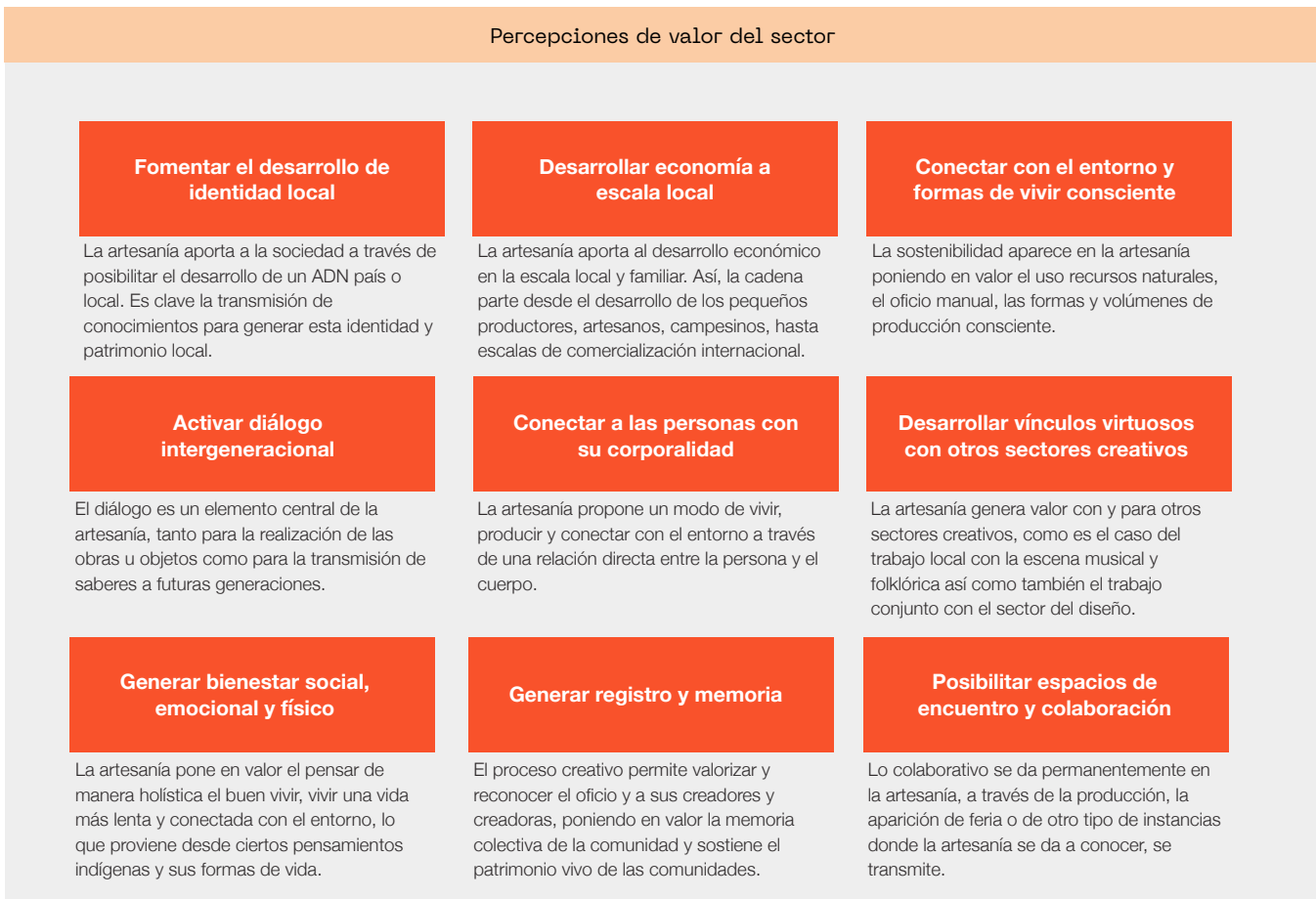


Figura 20 - Percepciones de impactos positivos

3.4.2 Percepciones de Valor

Las categorías emergidas durante el laboratorio de **Artesanía** fueron analizadas en base a los **tres vértices de valor cultural** propuestos por Holden (intrínseco, instrumental e institucional) y su relación con los **valores permanentes** asociados a ellos, asignados por el Observatorio Vasco de Cultura (ver Métodos de Análisis, pág. 15).

De esta forma, fue posible identificar que **los participantes del laboratorio perciben** con mayor frecuencia impactos positivos generados por la Artesanía asociados con la dimensión intrínseca del valor cultural. Entre ellas, valores permanentes tales como felicidad, identidad y pertenencia fueron hallados. Asimismo, fue posible recoger percepciones asociadas al valor instrumental, no obstante, los participantes del laboratorio no mencionaron impactos positivos atribuibles al vértice institucional del valor cultural, siendo este no detectado en las respuestas entregadas durante el laboratorio (ver Figura 21).

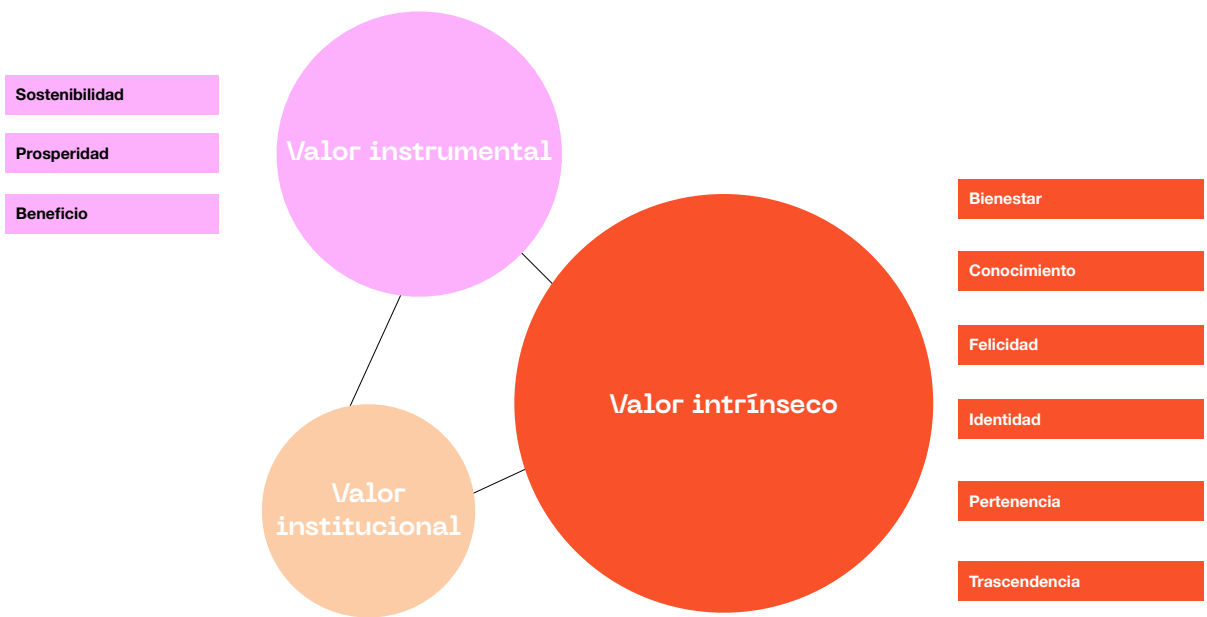


Figura 21 - Percepciones de valor cultural

3.4.2 Percepciones de Valor

"A propósito de tejido social, la artesanía tiene un valor en contar historias de la cultura local, de esta fuerte **presencia en el territorio** que tiene la artesanía, donde es clave la **identidad, la importancia de lo situado** para la elección de materia prima, para la elección de como se produce."

Participante sector Artesanía,
Laboratorios Sectoriales 2020.

"El valor de la artesanía en cuanto a su **conexión con el buen vivir**, que viene desde una manera de pensar más holística, situado quizá en ciertos pensamientos indígena. La importancia de la persona en todo este ecosistema de la artesanía y lo que representa una **producción más lenta, una producción consciente.**"

Participante sector Artesanía,
Laboratorios Sectoriales 2020.

"La Artesanía tiene un gran **aporte a la economía local.** Empezando desde un tema familiar campesino hasta la internacionalización de un país. O sea, abarca toda esa cadena, ya que la artesanía también es tradicional y contemporánea, es local pero genera interés global."

Participante sector Artesanía,
Laboratorios Sectoriales 2020.

3.4.3 Acciones que activan las relaciones

¿Qué roles, trabajos u oficios existen en tu sector que incentivan y potencian las relaciones dentro de él?

A través del levantamiento de roles, trabajos y oficios que activan e incentivan las relaciones dentro del ecosistema creativo del sector se analizaron acciones claves que estos roles representan.

En el sector **Artesanía** las acciones que emergieron del proceso participativo son las siguientes:

1. **Apoyar la difusión y circulación.** Esta acción apunta a conectar al sector, su sector productivo y comercial con agentes claves que apoyen su circulación y difusión.
2. **Apoyar la vinculación y conexión con otros sectores y actores**. Se establece la oportunidad de conectar al sector de la Artesanía en sí mismo y estimular roles que puedan vincular su accionar con otros sectores de la cultura y/o otras industrias.
3. **Potenciar la distribución y comercialización.** Se trata de establecer y formalizar roles de intermediadores, tiendas especializadas en el sector para potenciar su comercialización.
4. **Enfatizar el trabajo en red**. Apunta a potenciar roles que fortalezcan la vinculación al interior del sector, tanto a nivel de creación, producción y comercialización
5. **Activar apoyos institucionales.** Establecer canales de comunicación claros y vinculantes que permitan formalizar la relación del sector con entidades públicas y privadas.
6. **Transmitir el oficio.** Se refiere a potenciar y fortalecer roles del sector que permiten dar a conocer su quehacer tanto a audiencias como a nuevas generaciones de creadores.
7. **Relacionar y activar los apoyos municipales.** Apunta a activar la relación entre los artesanos y encargados de cultura de los municipios, quiénes activan fondos, lineamientos, permisos para la venta y el desarrollo turístico comunal.

En el siguiente diagrama (ver Figura 22) se muestran las acciones que son percibidas como relevantes para activar las relaciones en el ecosistema, cada una de estas acciones tienen ejemplos de roles que son necesarios de potenciar para fortalecer su acción.

3.4.3 Acciones que activan las relaciones

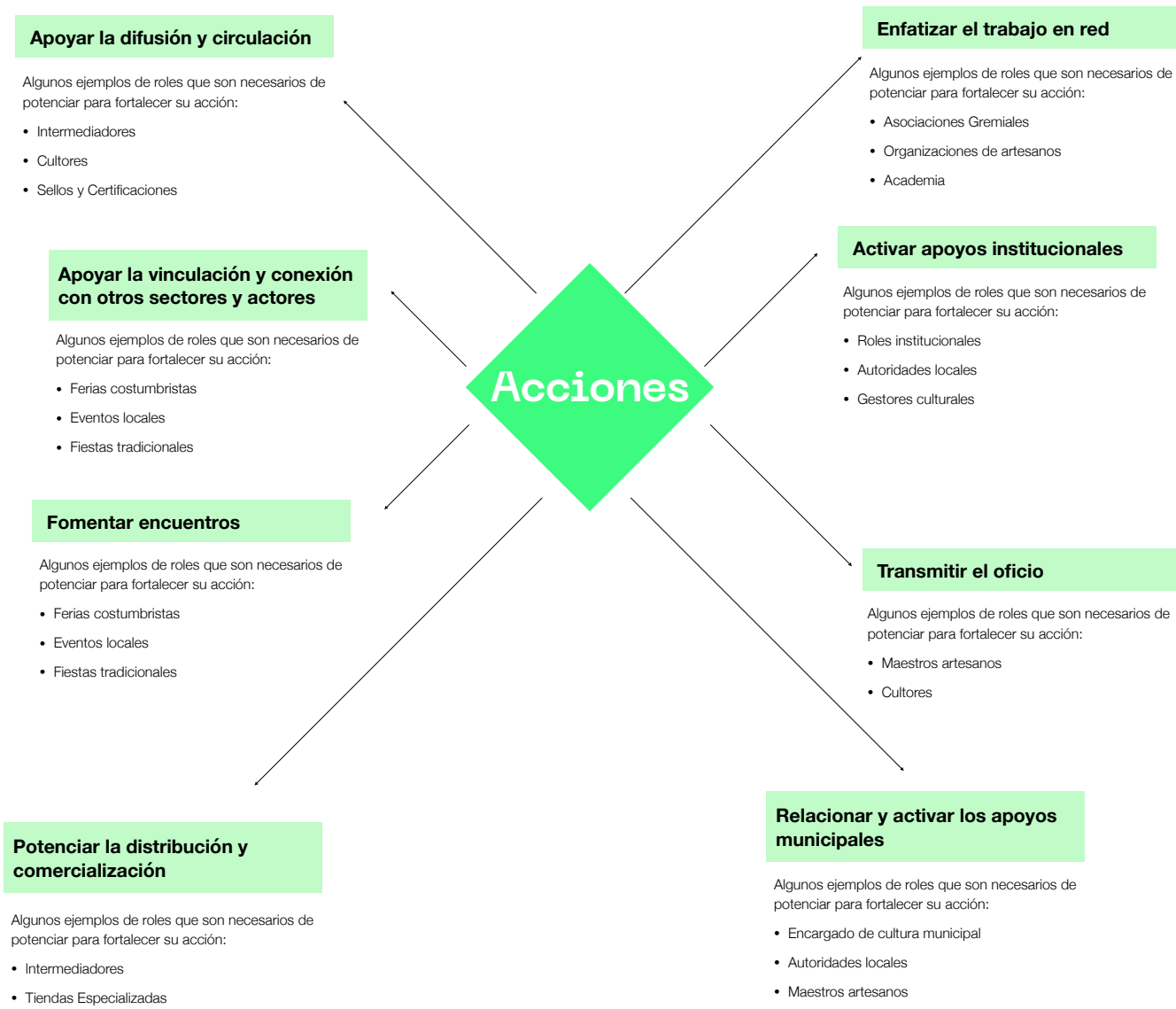


Figura 22 - Acciones que activan las relaciones del sector

3.4.4 Necesidades y Oportunidades del sector

¿Cómo se ha visto afectado cada sector con la llegada del COVID?

Además del entendimiento preliminar de las acciones del ecosistema y las percepciones de valor en el sector, la primera versión de los Laboratorios Sectoriales buscó identificar áreas prioritarias de intervención post COVID-19, a partir de un levantamiento de necesidades y oportunidades del sector y cómo este se ha visto afectado por la situación actual.

En el sector Artesanía aparece una necesidad contingente de 'Adaptación al entorno digital' en relación a capacitación de artesanos y creadores. Además, se expresa la necesidad de 'Mejorar la percepción del valor económico y social de las actividades culturales y creativas' en cuanto a la valorización del quehacer manual.

Durante este proceso de Laboratorios Sectoriales se levantaron diversas necesidades del sector Artesanía, en el análisis se presentan las necesidades que fueron priorizadas por los participantes durante la sesión (ver Figura 23).

3.4.4 Necesidades y Oportunidades del sector

Adaptación al entorno digital	En el sector de la Artesanía surgen necesidades a partir de la digitalización. Por un lado la necesidad de capacitar en el uso de herramientas digitales a los artesanos para fortalecer su difusión. Además surge la oportunidad de diversificar el rubro a través de la tecnología que puede abrir nuevos espacios para los artesanos.
Mejorar la percepción del valor económico y social de las actividades culturales y creativas	Hace unos años ha surgido un interés de mayor escala por el quehacer manual, esto se percibe en el sector de la artesanía como una oportunidad de dar a conocer el trabajo de artesanos de Chile, para así mejorar la percepción del valor social y económico de sus trabajos.
Nuevos espacios de difusión, exhibición y comercialización de productos y servicios	En línea con la oportunidad anterior, surge en el sector de la artesanía la necesidad de contar con nuevos espacios de difusión, exhibición y comercialización, que permitan dan a conocer historias y el proceso de los artesanos para llegar a la realización de sus obras.
Nuevos modelos de negocios para la sostenibilidad	Se percibe que, en el contexto de la digitalización, surge la oportunidad de desarrollar nuevos modelos de negocio y potenciar los modelos existentes en función del vínculo de la Artesanía con los sustentable y el desarrollo local.
Redes sectoriales y territoriales	Se identifica una insuficiencia de intermediarios que puedan conectar al sector en su propia cadena de valor, y así mismo establecer relaciones territoriales que tengan un impacto positivo tanto en la difusión del quehacer como en la comercialización del trabajo de los artesanos.

Figura 23 - Necesidades y oportunidades del sector

3.4.4 Necesidades y Oportunidades del sector

"Una de las primeras necesidades que analizamos fue la importancia de conocer más de lo digital. Hoy tenemos una gran oportunidad **del uso de lo digital para** difusión, y venta."

Participante sector Artesanía,
Laboratorios Sectoriales 2020.

"Vemos que necesitamos un **cambio cultural en las audiencias. H**oy hay interés en la Artesanía pero falta mucho aún para que realmente se valore el proceso artesanal."

Participante sector Artesanía,
Laboratorios Sectoriales 2020.

"Vemos también **la necesidad de intermediación** para apoyar la difusión y comercialización. Tenemos diferencias con el término de intermediación, pero nos referimos básicamente a generar relaciones que permitan el mejoramiento de toda la cadena de valor."

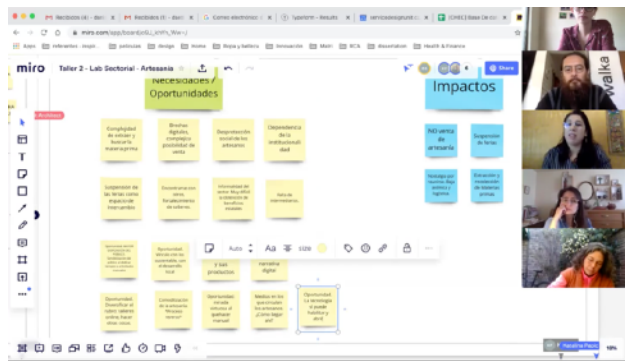
Participante sector Artesanía,
Laboratorios Sectoriales 2020.

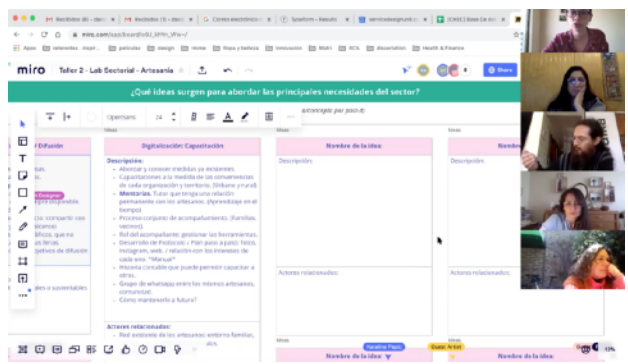
3.4.5 Ideas que surgen

¿Qué ideas surgen para recuperarse del impacto que el COVID-19 ha tenido en el sector?

Junto con la identificación de áreas prioritarias de intervención post Covid, en relación a las necesidades y oportunidades del sector, los Laboratorios fueron una instancia que permitió levantar ideas iniciales que permitan visualizar posibles formas de abordar las necesidades identificadas por los participantes.

En el siguiente diagrama (ver Figura 24) presenta un resumen de las ideas del sector, es importante destacar que al hablar de ideas surgieron acciones que trascienden la contingencia COVID-19.





3.4.5 Ideas que surgen

1 **Red de apoyo digital para la conexión y difusión de la artesanía**

Establecer una 'Red de apoyo digital' que permita compartir con otras organizaciones y redes de artesanos, además de fomentar y multiplicar el impacto del trabajo de los artesanos. Para cumplir objetivos de difusión y comunicación de la Artesanía.

2 **Programa de capacitación en habilidades digitales**

Desarrollo de un programa de capacitación y mentorías para artesanos y su entorno cercano, que les permita aprender a utilizar herramientas digitales para mejorar su presencia, difusión y comercialización en este tipo de espacios a través de contar sus mismas historias y procesos.

3 **Proyecto de estudio: Piloto de colaboración digital desde las Ferias**

Proyecto piloto de colaboración digital desde las Ferias que permita explorar un formato mixto entre análogo y digital para: 1) Entender a las personas como público, 2) Desarrollar de contenidos y narrativas digitales, 3) Abordar un espacio de feria virtual. Que permitan prototipar la experiencia de la Feria en una nueva plataforma.

4 **Proyecto de difusión: Dar a conocer narrativas locales de artesanía y creadores**

Desarrollo a largo plazo de un espacio digital de la Artesanía chilena, que permita acercarse a la audiencia, dar a conocer historias y procesos. Para así llegar a niveles más profundos de conexión con las personas que permitan la divulgación, fidelización y estar en la memoria del territorio.

5 **Programa de capacitación en oficios y saberes (creadores como tutores)**

Programa de capacitación de oficios y saberes que tenga como punto de partida a los mismos artesanos y su capacidad de enseñar. Considerando la tradición oral y el diálogo intergeneracional que posibilita la artesanía, desarrollar espacios de capacitación donde los artesanos enseñen y compartan sus habilidades con otros. Lo que permitirá difundir el quehacer manual, llegar a otras audiencias y diversificar los servicios que pueden ofrecer los maestros artesanos.

Figura 24 - Resumen de ideas para abordar necesidades

3.4.6 Participantes

Las instituciones participantes de los Laboratorios Sectoriales 2020, que fueron seleccionadas por la curadora del sector Artesanía, son las siguientes:

Curadora: Teresa Díaz
Casa de oficios

Diseñadora gráfica de formación con 18 años de experiencia en la gestión de proyectos culturales y comunicación visual, con un máster en Diseño Gráfico en London College of Communication en el Reino Unido.

Representantes de:

- Walka Escuela y Taller Joyería

encuentrochec.cl/proyecto/walka-escuela-y-taller-joyeria

- Trenzados de Cutemu

encuentrochec.cl/proyecto/trenzados-de-cutemu

- Fundación Chol Chol

encuentrochec.cl/proyecto/fundacion-chol-chol

- UNAR: Unión Nacional de Artesanos y Artesanas de Chile

encuentrochec.cl/proyecto/unar-union-nacional-de-artesanos-y-artesanas-de-chile

- Fundación Ona Chile

encuentrochec.cl/proyecto/ona-chile

- Fundación Artesanías de Chile

encuentrochec.cl/proyecto/fundacion-artesanias-de-chile

- Arte Popular

encuentrochec.cl/proyecto/arte-popular

- Agrupación Mimbrales, Chimbarongo

encuentrochec.cl/proyecto/agrupacion-mimbrales

- Artesanos en Feria

encuentrochec.cl/proyecto/artesanos-en-feria

- Escuela de Oficios Panguipulli

encuentrochec.cl/proyecto/escuela-de-oficios-panguipulli

- Programa Artesanía Universidad Católica de Chile

encuentrochec.cl/proyecto/programa-de-artesania-uc

Participantes de Instituciones Públicas

- Secretaría Ejecutiva de Economía Creativa, Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio
- Área de Artesanía, Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio
- Subsecretaría de Hacienda: Programa de Exportación de servicios
- Departamento de Industrias Creativas de PROCHILE
- Unidad de Economía Creativa de CORFO
- Programa Chile Creativo de CORFO
- Programa de Turismo Rural y Artesanías, INDAP
- Servicio Nacional del Patrimonio Cultural
- World Crafts Council (WCC) internacional

3.5 Sector Diseño

Esta disciplina se ha consolidado como una herramienta fundamental para la transformación y adaptación a los nuevos tiempos, al poner en el centro a las personas y así, buscar soluciones que permitan promover el bienestar y dar soluciones a las problemáticas actuales, a través de diversas estrategias y soportes, que se adaptan a la identidad local.

encuentrochec.cl/pabellon/diseno

3.5.1 Resumen

Resumen hallazgos del sector

Los Laboratorios Sectoriales CHEC 2020 buscaron **recoger percepciones del sector Diseño** respecto a cuatro temáticas propuestas: valor cultural; acciones que activan las relaciones dentro del sector; impacto COVID-19; ideas recuperación COVID-19. Este reporte es un esfuerzo por sistematizar dichos hallazgos y plasmar la manera en que un grupo de agentes pertenecientes al sector Diseño observan la relación de su ecosistema creativo con la sociedad y la contingencia sanitaria.

Dentro de las **dimensiones de valor cultural**, ideas pertenecientes a la dimensión intrínseca de este fueron las más mencionadas por los participantes. Entre ellas, la capacidad desarrollar y producir metodologías creativas, conectar a las personas con su dimensión sensible y fomentar el desarrollo de identidad local, fueron algunos de los valores señalados.

En relación a las **acciones que activan las relaciones** dentro del sector Diseño, cinco acciones fueron priorizadas por los participantes de los laboratorios. Por ejemplo, apoyar la vinculación y conexión con otros sectores y actores y difundir metodologías de la disciplina fueron abordadas.

En el caso de las **necesidades y oportunidades surgidas debido al COVID-19,** los agentes desarrollaron seis, entre otras, nuevos modelos de negocios, el fomento de redes sectoriales y territoriales, así como la presencia de adaptación al entorno digital.

Finalmente, se presentaron **ocho ideas para abordar las necesidades identificadas** por los intermediarios para abordar el impacto generado por la crisis sanitaria COVID-19. Cabe señalar que al hablar de ideas surgieron propuestas que responden a necesidades que trascienden la contingencia, siendo estas profundizadas en dicho contexto.

3.5.2 Percepciones de Valor

¿Qué impactos positivos genera tu sector en la sociedad?

A través de los Laboratorios Sectoriales se buscó obtener información primaria a partir de las **percepciones de valor cultural** correspondientes a intermediarios de ocho sectores creativos. Esto, a partir de las **visiones personales** de un grupo de participantes seleccionados en el marco del Encuentro CHEC 2020. El siguiente diagrama (ver Figura 25) visualiza un resumen de las categorías emergidas en el caso del sector **Diseño** frente a la pregunta ¿Qué impactos positivo genera tu sector en la sociedad?

Figura 25 - Percepciones de impactos positivos

3.5.2 Percepciones de Valor

Las categorías emergidas durante el laboratorio de **Diseño** fueron analizadas en base a los **tres vértices de valor cultural** propuestos por Holden (intrínseco, instrumental e institucional) y su relación con los **valores permanentes** asociados a ellos, asignados por el Observatorio Vasco de Cultura (ver Métodos de Análisis, pág. 15).

De esta forma, fue posible identificar que **los participantes del laboratorio perciben** impactos positivos generados por el sector Diseño asociados con la dimensión intrínseca del valor cultural. Valores permanentes como belleza, calidad, conocimiento e identidad fueron hallados. Asimismo, se detectó que los intermediarios participantes perciben impactos positivos atribuibles al vértices instrumental del valor, sin embargo, impactos positivos atribuibles a la dimensión institucional del valor cultural no fueron detectados en las respuestas desarrolladas durante el laboratorio (ver Figura 26).

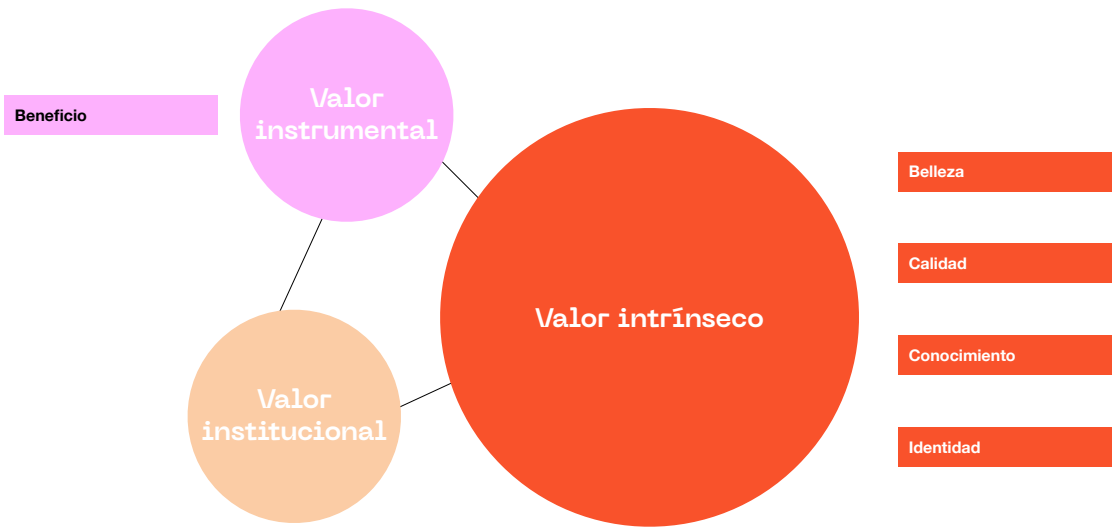


Figura 26 - Percepciones de valor cultural

3.5.2 Percepciones de Valor

"El diseño busca solucionar problemas y necesidades de forma creativa a través de metodologías y procesos que son adaptables. Entonces **hay valor en la misma metodología,** que permite mejorar posibles procesos de productos o servicios de diversa índole. Lo que, además, permite la articulación de soluciones complejas que se conectan con distintos ecosistemas e industrias."

Participante sector Diseño,
Laboratorios Sectoriales 2020.

"El diseño permite **fortalecer la identidad,** difundir raíces, identificarse con otros, con el mundo que nos rodea y fortalecer este sentimiento de arraigo territorial que finalmente yace en cada lugar de Chile."

Participante sector Diseño,
Laboratorios Sectoriales 2020.

"Yo creo que el valor del diseño tiene que ver también con este **acercamiento a valorizar el patrimonio** y volver a retomar nuestra historia. Y eso, obviamente, nos hace sensibilizarnos como seres humanos"

Participante sector Diseño,
Laboratorios Sectoriales 2020.

3.5.3 Acciones que activan las relaciones

¿Qué roles, trabajos u oficios existen en tu sector que incentivan y potencian las relaciones dentro de él?

A través del levantamiento de roles, trabajos y oficios que activan e incentivan las relaciones dentro del ecosistema creativo del sector se analizaron acciones claves que estos roles representan.

En el sector **Diseño** las acciones que emergieron del proceso participativo son las siguientes:

1. **Apoyar la difusión y circulación.** Esta acción apunta a conectar al sector, su sector productivo y comercial con agentes claves que apoyen su circulación y difusión.
2. **Apoyar la vinculación y conexión con otros sectores y actores**. Se establece la oportunidad de conectar al sector en sí mismo y estimular roles que puedan vincular su accionar con otros sectores de la cultura y/o otras industrias.
3. **Difundir metodologías y la disciplina.** Se trata de potenciar roles que permitan posicionar al sector y sus metodologías de resolución de problemas y necesidades a través de la difusión y la conexión con otras industrias.
4. **Enfatizar el trabajo en red**. Apunta a potenciar roles que fortalezcan la vinculación al interior del sector, tanto a nivel de creación, producción y comercialización
5. **Mediar el conocimiento de contenidos culturales.** Fortalecimiento de roles que permitan transmitir el conocimiento técnico, cultural y de contenidos hacia ámbitos educativos, otras industrias y sectores.

En el siguiente diagrama (ver Figura 27) se muestran las acciones que son percibidas como relevantes para activar las relaciones en el ecosistema, cada una de estas acciones tienen ejemplos de roles que son necesarios de potenciar para fortalecer su acción.

3.5.3 Acciones que activan las relaciones

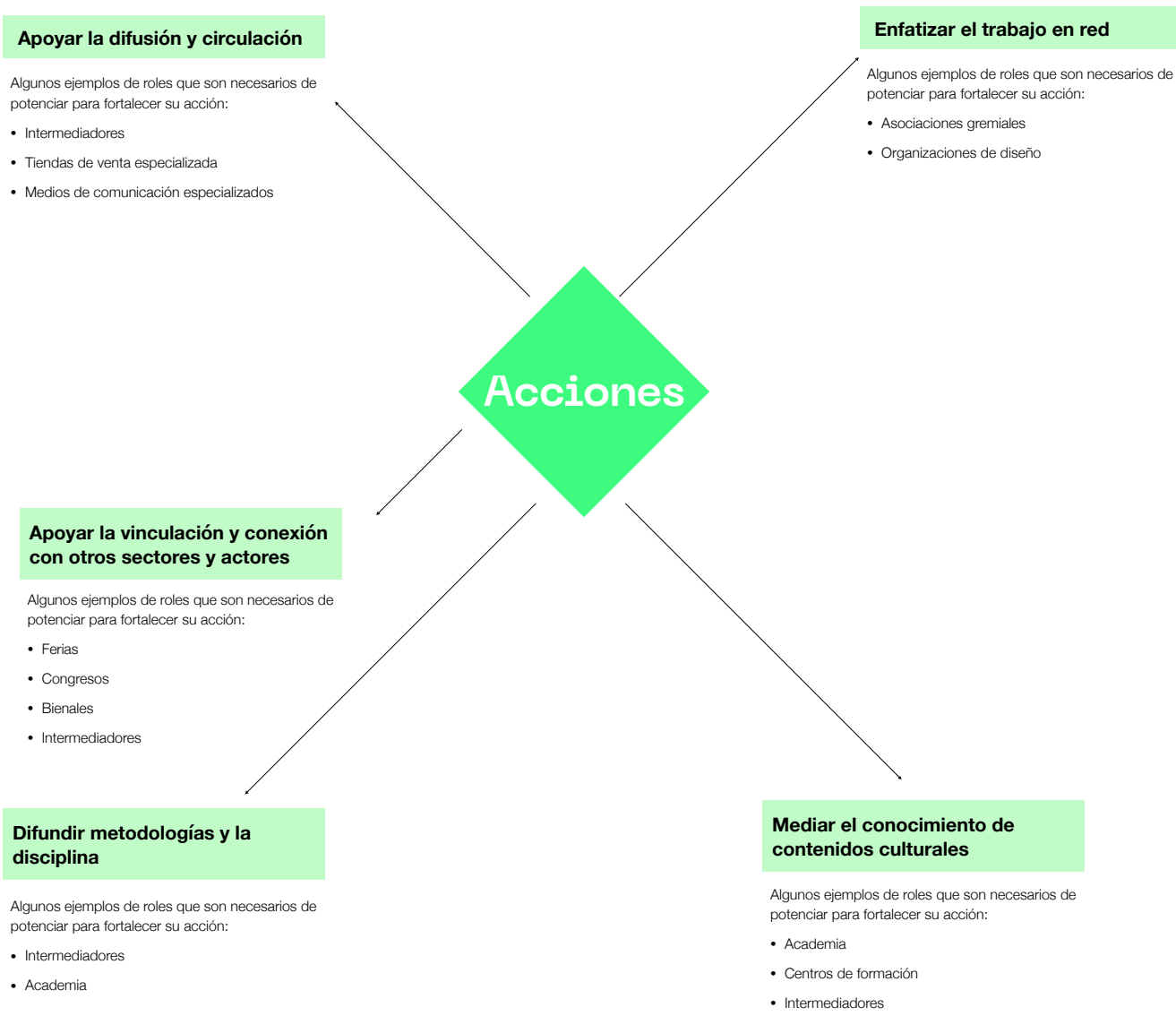


Figura 27 - Acciones que activan las relaciones del sector

3.5.4 Necesidades y Oportunidades del sector

¿Cómo se ha visto afectado cada sector con la llegada del COVID?

Además del entendimiento preliminar de las acciones del ecosistema y las percepciones de valor en el sector, la primera versión de los Laboratorios Sectoriales buscó identificar áreas prioritarias de intervención post COVID-19, a partir de un levantamiento de necesidades y oportunidades del sector y cómo este se ha visto afectado por la situación actual.

En el sector **Diseño** aparece una necesidad contingente de 'Búsqueda de nuevos modelos de negocio para la sostenibilidad' para poder generar consciencia en ámbitos de producción y consumo. Además, se expresa la necesidad de 'Fomento de redes sectoriales y territoriales' en relación a la asociatividad del sector y también el vínculo con otros sectores e industrias.

Durante este proceso de Laboratorios Sectoriales se levantaron diversas necesidades del sector **Diseño**, en el análisis se presentan las necesidades que fueron priorizadas por los participantes durante la sesión (ver Figura 28).

3.5.4 Necesidades y Oportunidades del sector

Búsqueda de nuevos modelos de negocio para la sostenibilidad	En el sector del Diseño se percibe la necesidad de promover la sustentabilidad, a través la búsqueda de nuevos modelos de negocio que consideren cadenas de valor circular, con foco en la consciencia tanto en ámbitos de producción como de consumo.
Fomento de redes sectoriales y territoriales	Se percibe también una necesidad de asociatividad del sector, que permita establecer relaciones dentro del mismo así como también con otros sectores creativos que potencien el desarrollo de redes y oportunidades para nuevos proyectos.
Adaptación al entorno digital	Considerando el contexto COVID-19 y la digitalización de espacios y audiencias, surge la necesidad de contar con estrategias para abordar los desafíos del mundo digital, así como también la necesidad de conectar diversos territorios de Chile donde la conectividad es aún una brecha comunicacional.
Contar con estrategias claras para poder trabajar o retomar las actividades del sector	En términos de proyectos de diseño que se encuentran en una escala objetual, en el mundo físico, se percibe la necesidad de establecer redes de espacios físicos para el sector, que apoyen la circulación de objetos de diseño.
Contar con habilidades de comercialización y formalización de estrategias de comercialización	En el sector del Diseño se percibe como relevante la necesidad de fortalecer las industrias creativas y sus cadenas de valor y producción. Para esto es necesario contar con habilidades de comercialización y a su vez establecer estrategias de comercialización que permitan diversificar forma de búsqueda de financiamiento o nuevas estrategias de venta.
Contar con nuevos espacios de difusión/ exhibición/ comercialización de productos o servicios creativos	Para valorizar y posicionar el sector del Diseño en el ecosistema productivo del país, se considera necesario contar con espacios que fortalezcan la difusión, circulación y comercialización de productos y proyectos de diseño.

Figura 28 - Necesidades y oportunidades del sector

3.5.4 Necesidades y Oportunidades del sector

"Hay una **necesidad de generar redes de espacios físicos que permitan la circulación de objetos de diseño** (...) y ahí aparece la posibilidad de utilizar otros espacios disponibles, tanto físicos como digitales, como por ejemplo bibliotecas, plataformas u otros en distintas partes de Chile."

Participante sector Diseño,
Laboratorios Sectoriales 2020.

"Existe una necesidad muy fuerte de **conectarse a territorios diversos a través de internet.** Nos damos cuenta de que principalmente fuera de las capitales regionales hay muy mala o baja conectividad, por lo tanto, hay una necesidad de determinar **cómo se llegan a esos espacios y a las nuevas audiencias considerando estas brechas.**"

Participante sector Diseño,
Laboratorios Sectoriales 2020.

"Somos un país sumamente frágil en la generación de materias primas para generar diseño y esto lo evidenció la pandemia. Esto deriva en la **necesidad de fortalecer nuestro sistema productivo en su totalidad** y también poder abordar la fragilidad de esta producción a través de tener pequeños polos locales en un nivel descentralizado, donde se **fomente la producción local territorial,** vinculando y re-articulando las cadenas logísticas de materias primas, y de recursos humanos."

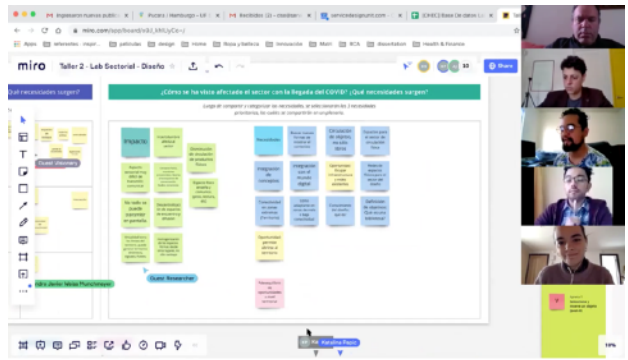
Participante sector Diseño,
Laboratorios Sectoriales 2020.

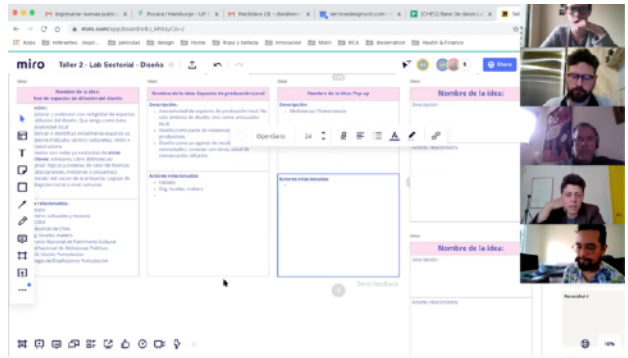
3.5.5 Ideas que surgen

¿Qué ideas surgen para recuperarse del impacto que el COVID-19 ha tenido en el sector?

Junto con la identificación de áreas prioritarias de intervención post Covid, en relación a las necesidades y oportunidades del sector, los Laboratorios fueron una instancia que permitió levantar ideas iniciales que permitan visualizar posibles formas de abordar las necesidades identificadas por los participantes.

En el siguiente diagrama (ver Figura 29) presenta un resumen de las ideas del sector, es importante destacar que al hablar de ideas surgieron acciones que trascienden la contingencia COVID-19.





3.5.5 Ideas que surgen

1 Red de espacios de difusión del diseño

Gestionar y potenciar una red global de espacios de difusión del diseño, que permita potenciar e identificar inicialmente espacios ya existente (FabLabs, centros culturales), redes e infraestructura. Para así aprender de redes ya existentes, analizar lógicas de cadenas de valor en diversa escala que potencien la difusión y circulación en el sector.

2 Desarrollo de espacios de producción local

Construir espacios de producción local que articulen la asociatividad en espacios de producción local, no sólo ámbitos de diseño, sino como articulador local. Para posicionar al Diseño como un agente de resolución de necesidades, de conectar con otros, un canal de conversación, de difusión.

3 Estrategia de difusión y comercialización en base a modulos de venta en Bibliotecas

Desarrollar espacios de 'Pop-up' de diseño ligada a las redes de Bibliotecas Nacionales, que permitan visibilizar el trabajo de diseñadores a diversa escala con el fin de activar la circulación y comercialización en el territorio.

4 Red de intermediadores culturales

Consolidar una red de actores o mediadores culturales de diseño que fomente la asociatividad y potencie cada territorio de acuerdo a sus necesidades e identidades locales.

5 Capacitación a servidores públicos en el valor del diseño

Capacitar a funcionarios públicos locales en relación al valor del diseño y sus metodologías para poder posicionar al Diseño no sólo desde el objeto, sino desde el valor de sus metodologías y prácticas para otras industrias y sectores.

6 Encuentros locales para estimular la asociatividad del sector

Desarrollo de espacios de conversación local, como 'Encuentros locales de Diseño' para potenciar el valor de lo comunicacional, apoyar la visibilización masiva del sector y permitir así que la disciplina sea representada bajo un mensaje y entendimiento común

7 Programa de potenciamiento a la relación entre diseño y otras industrias

Programa que permita establecer y formalizar un puente entre la industria del diseño, otras industrias y sectores creativos y productivos. Para estimular el entendimiento del valor del diseño y potenciar relaciones virtuosas que activen el sector, a nivel comunicacional y comercial.

8 Rondas de negocios

Generar instancias como Rondas de negocios creativas que permitan activar las relaciones, fortalecer encuentros para que diversos actores inicien conversaciones, se conozcan y puedan iniciar proyectos en conjunto que activen el sector.

Figura 29 - Resumen de ideas para abordar necesidades

3.5.6 Participantes

Las instituciones participantes de los Laboratorios Sectoriales 2020, que fueron seleccionadas por la curadora del sector Diseño, son las siguientes:

Curadora: Alejandra Sepulveda
Fundación Madrugada

Diseñadora, Gestora Cultural, Máster en Economía Creativa, Ciudades e Innovación de la Universidad Rey Juan Carlos, Madrid.

Representantes de:

- Fundación Saber Hacer

encuentrochec.cl/proyecto/fundacion-saberhacer

- Qiri

encuentrochec.cl/proyecto/qiri

- Encuentro Local

encuentrochec.cl/proyecto/local

- Lup

encuentrochec.cl/proyecto/lup

- Fablab Austral UC

encuentrochec.cl/proyecto/fab-lab-austral-uc

- Feria Impresionante

encuentrochec.cl/proyecto/feria-impresionante

- Rekaba Chile

encuentrochec.cl/proyecto/rekaba-chile

- Labva: Laboratorio de Biomateriales de Valdivia

encuentrochec.cl/proyecto/labva

- Marchantes

encuentrochec.cl/proyecto/marchantes

- Fundación Ariaka

encuentrochec.cl/proyecto/ariaka

- Fundación Madrugada

encuentrochec.cl/proyecto/fundacion-madrugada

Participantes de Instituciones Públicas

- Secretaría Ejecutiva de Economía Creativa, Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio
- Área de Diseño, Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio
- Subsecretaría de Hacienda: Programa de Exportación de servicios
- Departamento de Industrias Creativas de PROCHILE
- Unidad de Economía Creativa de CORFO
- Programa Chile Creativo de CORFO

3.6 Sector Artes Escénicas

Sector que se caracteriza por su convergencia con otras expresiones artísticas, constituyendo un producto de alta complejidad. Esto supone, la colaboración de diversos agentes culturales y económicos, que contribuyen en la consolidación de su difusión entre los diferentes públicos, mediante diversas manifestaciones y plataformas de exhibición.

encuentrochec.cl/pabellon/artes-escenicas

3.6.1 Resumen

Resumen hallazgos del sector

Los Laboratorios Sectoriales CHEC 2020 tuvieron como objetivo **recolectar percepciones del sector Artes Escénicas** en relación a cuatro temas propuestos: valor cultural; acciones que activan las relaciones dentro del sector; impacto COVID-19; ideas recuperación COVID-19. Este reporte busca sistematizar dichos hallazgos y mostrar la manera en que **una selección de intermediarios** del sector Artes Escénicas perciben su ecosistema en relación a la sociedad y la contingencia sanitaria.

Dentro de las **dimensiones de valor cultural**, ideas pertenecientes a la dimensión intrínseca de este fueron las más mencionadas por los participantes. Entre ellas, la capacidad de generar bienestar social, emocional y físico, posibilitar espacios de encuentro y colaboración y conectar a las comunidades fortaleciendo el tejido social fueron algunos de los impactos positivos mencionados.

En relación a las **acciones que activan las relaciones** dentro del sector Artes Escénicas, nueve acciones fueron elegidas por los participantes de la actividad. Por ejemplo, apoyar la difusión y circulación y apoyar la vinculación y conexión con otros sectores y actores.

En el caso de las **necesidades y oportunidades surgidas debido al COVID-19,** los agentes nombraron siete impactos como por ejemplo mayor apoyo de políticas públicas a los sectores creativos y acceso a financiamiento e información sobre ayudas disponibles.

Finalmente, se presentaron **ocho ideas para abordar las necesidades identificadas** debido a la crisis sanitaria COVID-19. Cabe señalar que al hablar de ideas surgieron propuestas que responden a necesidades que trascienden la contingencia, siendo estas profundizadas en dicho contexto.

3.6.2 Percepciones de Valor

¿Qué impactos positivos genera tu sector en la sociedad?

A través de los Laboratorios Sectoriales se buscó obtener información primaria a partir de las **percepciones de valor cultural** correspondientes a intermediarios de ocho sectores creativos. Esto, a partir de las **visiones personales** de un grupo de participantes seleccionados en el marco del Encuentro CHEC 2020. El siguiente diagrama (ver Figura 30) visualiza un resumen de las categorías emergidas en el caso del sector **Artes Escénicas** frente a la pregunta ¿Qué impactos positivo genera tu sector en la sociedad?

Figura 30 - Percepciones de impactos positivos

3.6.2 Percepciones de Valor

Las categorías emergidas durante el laboratorio de **Artes Escénicas** fueron analizadas en base a los **tres vértices de valor cultural** propuestos por Holden (intrínseco, instrumental e institucional) y su relación con los **valores permanentes** asociados a ellos, asignados por el Observatorio Vasco de Cultura (ver Métodos de Análisis, pág. 15).

De esta forma, fue posible identificar que **los participantes del laboratorio perciben** con mayor frecuencia impactos positivos generados por el sector Artes Escénicas asociados con la dimensión intrínseca del valor cultural. Entre ellas, valores permanentes tales como bienestar, juicio crítico y pertenencia fueron hallados. También, fue posible observar percepciones asociadas al valor instrumental como diversidad y beneficio y al valor institucional como equidad (ver Figura 31).

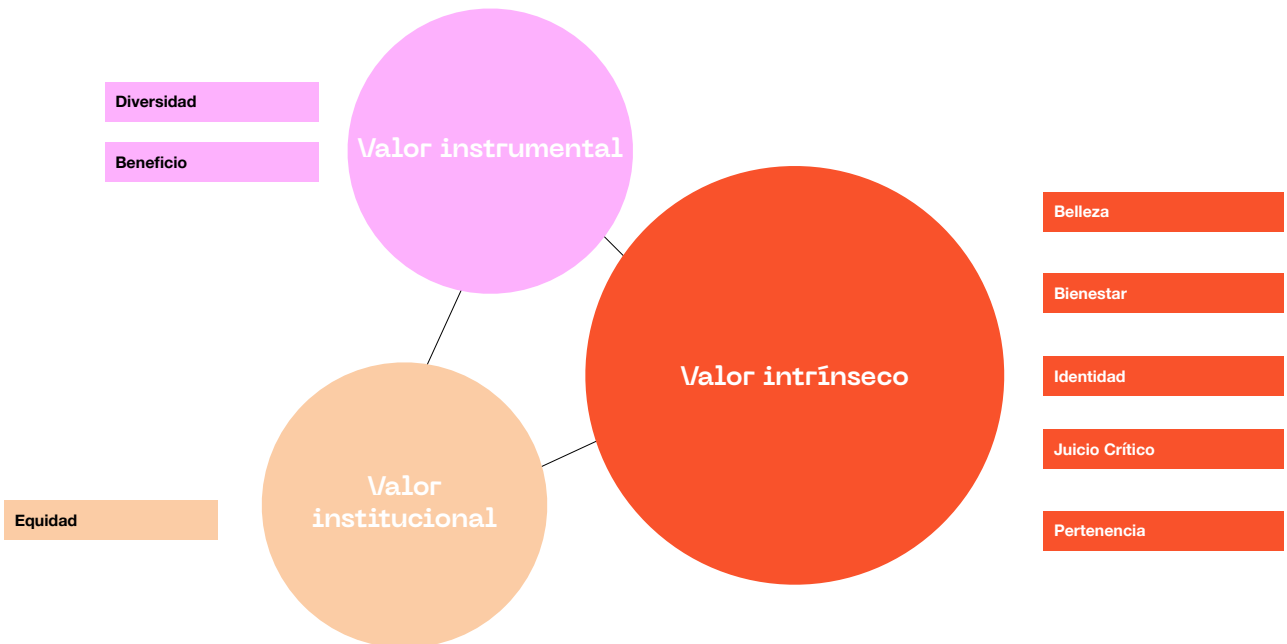


Figura 31 - Percepciones de valor cultural

3.6.2 Percepciones de Valor

"El sector de las Artes Escénicas lo entendemos como un espacio que trabaja mucho y que **aporta en el encuentro y al desarrollo del tejido social.** La capacidad que tiene hoy en día el arte de aportar en procesos de resiliencia, permite generar transformaciones a partir de los cambios que estamos viviendo."

Participante sector Artes Escénicas, Laboratorios Sectoriales 2020.

"Las Artes Escénicas siguen siendo un **espejo de identidad,** que se establecen a nivel sobretodo internacional. Nos posiciona y nos permite también llevar nuestros discursos identitarios y territoriales a esa escena creativa."

Participante sector Artes Escénicas, Laboratorios Sectoriales 2020.

"También genera **impacto en el desarrollo emocional del ser human**o, establece lógicas de bienestar que de alguna manera también pone en valor pues genera conocimiento sensible que aporta al desarrollo humano y a la sociedad."

Participante sector Artes Escénicas, Laboratorios Sectoriales 2020.

"Entendemos el impacto del arte no solamente desde una lógica de productos, **sino que también desde los procesos creativos y las miradas expandidas.** Un artista hoy en día puede ser capaz de hacer una conferencia, un libro, un taller, los cuales permiten que el arte pueda aportar a una comunidad, nuestra labor artística también se ha diversificado."

Participante sector Artes Escénicas, Laboratorios Sectoriales 2020.

3.6.3 Acciones que activan las relaciones

¿Qué roles, trabajos u oficios existen en tu sector que incentivan y potencian las relaciones dentro de él?

A través del levantamiento de roles, trabajos y oficios que activan e incentivan las relaciones dentro del ecosistema creativo del sector se analizaron acciones claves que estos roles representan.

En el sector **Artes Escénicas** las acciones que emergieron del proceso participativo son las siguientes:

1. **Apoyar la difusión y circulación.** Esta acción apunta a conectar al sector, su sector productivo y comercial con agentes claves que apoyen su circulación y difusión.
2. **Apoyar la internacionalización.** Se relaciona con establecer roles intermediarios para reconocer y fortalecer proyectos con potencial de internacionalización.
3. **Apoyar la vinculación y conexión con otros sectores y actores**. Se establece la oportunidad de conectar al sector de las Artes Escénicas en sí mismo y estimular roles que puedan vincular su accionar con otros sectores de la cultura y/o otras industrias.
4. **Fomentar encuentros.** Esta acción apunta a incentivar y accionar la asociatividad, establecer espacios de encuentro, de diálogo que permitan articular conversaciones relevantes para el sector.
5. **Potenciar la distribución y comercialización.** Se trata de establecer y formalizar roles de intermediarios, productores, managers y eventos en el sector de las Artes Escénicas para potenciar la comercialización.
6. **Articular el sector con otros actores e industrias.** Aprovechar el contexto actual para poder establecer y fortalecer relaciones tanto al interior del sector, como con otros sectores, agentes e industrias.
7. **Enfatizar el trabajo en red**. Apunta a potenciar roles que fortalezcan la vinculación al interior del sector, tanto a nivel de creación, producción y comercialización
8. **Relacionar y activar los apoyos municipales.** Apunta a activar la relación entre artistas y encargados de cultura de los municipios y corporaciones culturales, quiénes activan fondos, lineamientos, permisos para la venta y el desarrollo turístico comunal.
9. **Mediar el conocimiento de contenidos culturales.** Fortalecimiento de roles que permitan transmitir el conocimiento técnico, cultural y de contenidos hacia ámbitos educativos, otras industrias y sectores.

En el siguiente diagrama (ver Figura 32) se muestran las acciones que son percibidas como relevantes para activar las relaciones en el ecosistema, cada una de estas acciones tienen ejemplos de roles que son necesarios de potenciar para fortalecer su acción.

3.6.3 Acciones que activan las relaciones

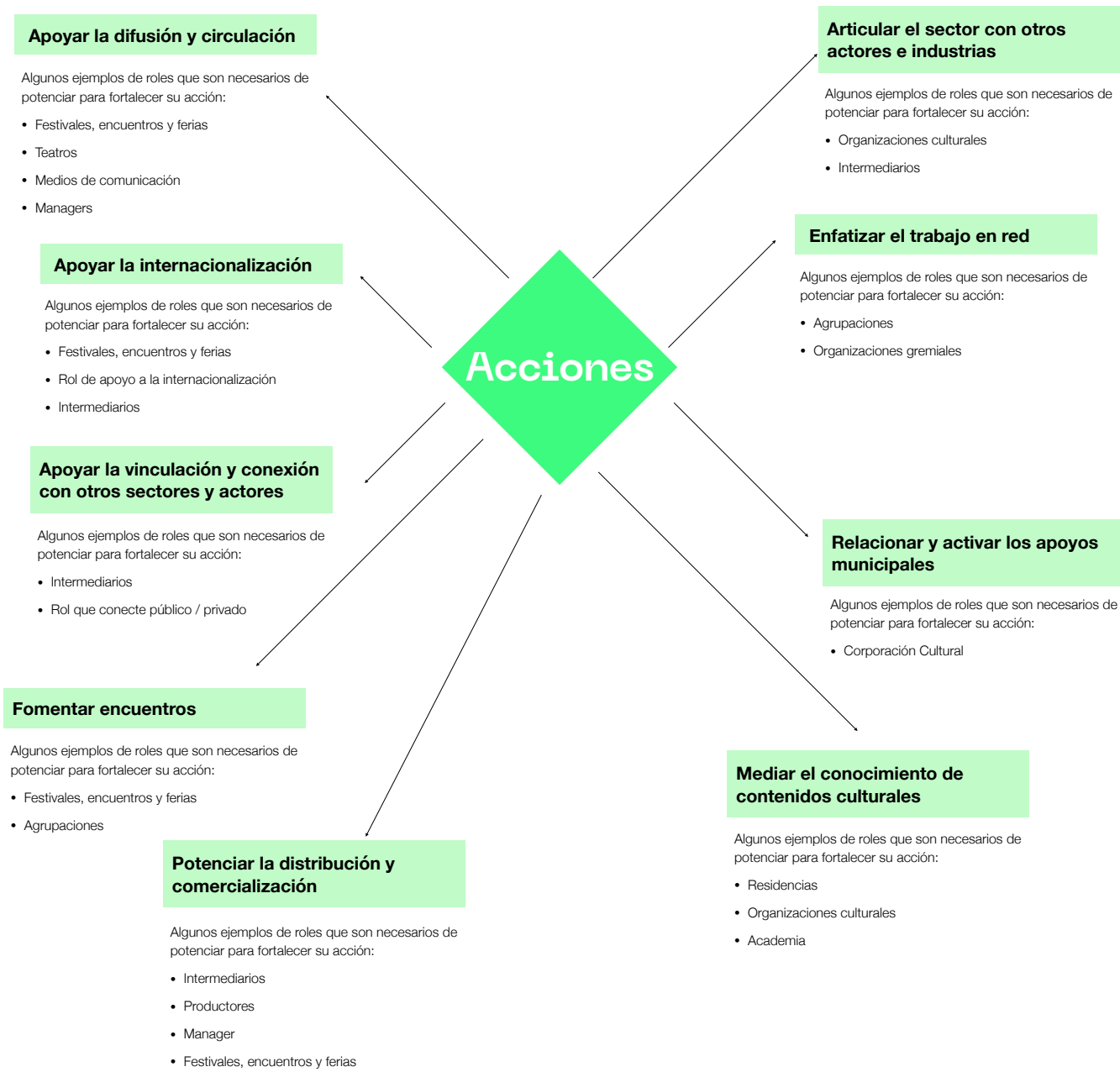


Figura 32 - Acciones que activan las relaciones del sector

3.6.4 Necesidades y Oportunidades del sector

¿Cómo se ha visto afectado cada sector con la llegada del COVID?

Además del entendimiento preliminar de las acciones del ecosistema y las percepciones de valor en el sector, la primera versión de los Laboratorios Sectoriales buscó identificar áreas prioritarias de intervención post COVID-19, a partir de un levantamiento de necesidades y oportunidades del sector y cómo este se ha visto afectado por la situación actual.

En el sector Artes Escénicas aparece una necesidad contingente de ‘Contar con mayor apoyo de las políticas públicas a los Sectores Creativos’. Además, se expresa la necesidad de ‘Acceso a financiamiento e información de apoyos disponibles’.

Durante este proceso de Laboratorios Sectoriales se levantaron diversas necesidades del sector Artes Escénicas, en el análisis se presentan las necesidades que fueron priorizadas por los participantes durante la sesión (ver Figura 33).

3.6.4 Necesidades y Oportunidades del sector

Contar con mayor apoyo de las políticas públicas a los Sectores Creativos	Se percibe la necesidad de fortalecer y mejorar las políticas públicas existentes, o desarrollar nuevas políticas para dinamizar el sector, fomentar la cadena de empleabilidad y lograr mayor representatividad del sector desde el Ministerio.
Acceso a financiamiento e información de apoyos disponibles	En línea con la necesidad de apoyo de las políticas públicas sectoriales, se percibe una necesidad de reforzar las lógicas de distribución presupuestaria desde las instituciones públicas que otorgan financiamiento. Así como también contar con mayor información sobre los apoyos disponibles.
Contar con medidas para abordar la creciente precariedad e informalidad del trabajo del sector	El contexto de crisis ha evidenciado la precariedad del sector de las Artes Escénicas. Lo que se percibe como una necesidad urgente de abordar el desempleo y la informalidad del trabajo en el sector, para poder estimular y fomentar su sostenibilidad en el tiempo y los derechos de los trabajadores.
Fomento de redes sectoriales y territoriales	Se percibe la necesidad de articular el sector a través de redes sectoriales y territoriales. Así como también la necesidad de descentralizar y representar la diversidad del territorio para fomentar encuentros y la cadena de empleabilidad.
Contar con estrategias claras para poder trabajar o retomar las actividades del sector	Se percibe la necesidad de informar sobre protocolos sanitarios para el retorno a lo presencial. Así como también la necesidad de desarrollar estrategias que permitan disminuir la incertidumbre de las organizaciones que generan actividades y eventos que son clave para su sostenibilidad.
Adaptación al entorno digital	Dado el contexto digital, surge la necesidad de formación tanto a las audiencias como al sector en sí mismo. Para abordar brechas de alfabetización digital que permitan llegar a la audiencia.
Mejorar la percepción del valor económico y social de las actividades culturales y creativas	Se percibe la necesidad de mejorar la comunicación del valor social de las Artes Escénicas para posicionar a la cultura desde su valor artístico, sensorial y de bienestar, además del foco en las audiencias.

Figura 33 - Necesidades y oportunidades del sector

3.6.4 Necesidades y Oportunidades del sector

"Está la **necesidad de repensar las lógicas presupuestarias** actuales del Ministerio. Trabajar en conjunto con diversas organizaciones y artistas, en el desarrollo de una política pública que sea acorde a los tiempos."

Participante sector Artes Escénicas, Laboratorios Sectoriales 2020.

"Hablamos de la crisis de la pandemia en regiones, de la **necesidad de descentralizar el problema** respecto a las plataformas digitales en territorios donde la conectividad sigue siendo un desafío. Entonces, creemos también que se deben contar con medidas y acciones de **retorno a lo presencial** específicamente en el ámbito de las Artes Escénicas."

Participante sector Artes Escénicas, Laboratorios Sectoriales 2020.

"Hay mucho desempleo en el sector y tenemos el desafío de abordar esa necesidad de trabajo. La **necesidad de dinamizar el sector**, fomentar una cadena de viabilidad y de empleabilidad del sector de las Artes Escénicas."

Participante sector Artes Escénicas, Laboratorios Sectoriales 2020.

"En cuanto al desafío de cómo llegamos a la comunidad, cómo llegamos a las audiencias. Tenemos la **necesidad de formar a la comunidad,** porque hay una gran **brecha de alfabetización digital**, entonces por medio de la capacitación podemos disminuir esa brecha y también fidelizar al público."

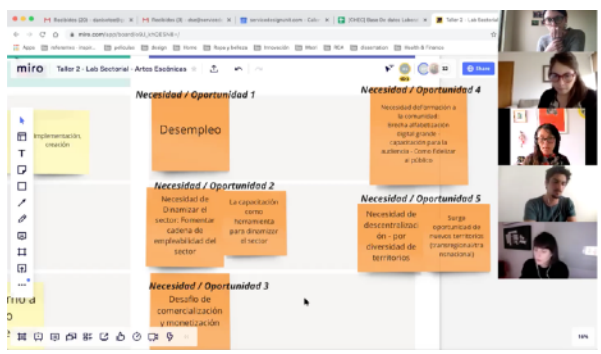
Participante sector Artes Escénicas, Laboratorios Sectoriales 2020.

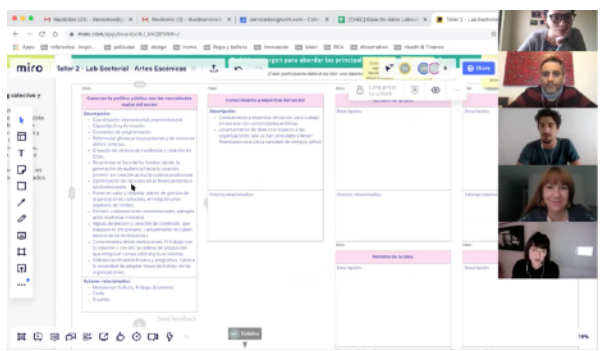
3.6.5 Ideas que surgen

¿Qué ideas surgen para recuperarse del impacto que el COVID-19 ha tenido en el sector?

Junto con la identificación de áreas prioritarias de intervención post COVID-19, en relación a las necesidades y oportunidades del sector, los laboratorios fueron una instancia que permitió levantar ideas iniciales que permitan visualizar posibles formas de abordar las necesidades identificadas por los participantes.

En el siguiente diagrama (ver Figura 34) presenta un resumen de las ideas del sector, es importante destacar que al hablar de ideas surgieron acciones que trascienden la contingencia COVID-19.





3.6.5 Ideas que surgen

1 Reformular y conectar la política pública con las necesidades reales del sector

Reformulación de la política sectorial de Artes Escénicas que permita conectar de mejor manera con las necesidades del sector. Y así, incentivar colaboraciones intersectoriales, optimizar los recursos públicos, poner en valor y respetar planes de gestión de organizaciones culturales, para fortalecer el desarrollo de una nueva gestión pública y relacionamiento con las organizaciones culturales.

2 Reformulación de mecanismos de concurso

Reformular mecanismos de concurso que permita replantear la concursabilidad como único método de acceso a fondos. Para posibilitar a las organizaciones contar con un presupuesto programático y adecuado a los diferentes agentes culturales, en toda su cadena de valor.

3 Coordinar relaciones de actores institucionales

Generar interrelación de instituciones y actores del sector que fortalezcan el trabajo colaborativo. Y así, facilitar el diálogo entre entidades regionales y municipios.

4 Medición de impacto del sector cultural

Actualizar y desarrollar nuevas métricas de medición de impacto del sector. Para identificar eslabones de la cadena de valor necesarios a priorizar (ej: intermediación: comercialización, exhibición).

5 Programa de acompañamiento estatal

Programa territorial de acompañamiento estatal para activar los agentes y proyectos culturales del sector, por ejemplo a través del potenciamiento de centros de creación.

6 Actualización: Ley de donaciones

Potenciar y simplificar la ley de donaciones que considere el rol y acción de organismos privados. Para permitir la autonomía de gobiernos regionales sobre la misma.

7 Programa de apoyo al desarrollo regional

Desarrollo de un Programa de apoyo al desarrollo regional para abordar la descentralización. A través de acciones concretas tales como mesas de trabajo regionales, para direccionar recursos regionales que permitan descentralizar el poder, por ejemplo, a través de asignaciones directas a territorios.

8 Programa de residencias

Creación de centros de residencia y creación en Chile, que permitan acompañar al artista en su desarrollo e inserción en el sector cultural nacional.

Figura 34 - Resumen de ideas para abordar necesidades

3.6.6 Participantes

Las instituciones participantes de los Laboratorios Sectoriales 2020, que fueron seleccionadas por el curador del sector Artes Escénicas, son las siguientes:

Curador: Antonio Altarmirano
Festival Cielos del infinito

Licenciado en Artes con mención en Actuación Teatral de la Universidad de Chile. Actor de teatro y cine.

Representantes de:

- Nave

encuentrochec.cl/proyecto/nave

- Espacio Checoeslovaquia

encuentrochec.cl/proyecto/espacio-checoeslovaquia

- Teatro Puerto
- Carpa Azul Circo

encuentrochec.cl/proyecto/carpa-azul-circo

- Fundación Santiago Off

encuentrochec.cl/proyecto/fundacion-santiago-off

- Agrupación Cultural Malotun Ortiga, Patagonia En Escena

encuentrochec.cl/proyecto/agrupacion-cultural-malotun-ortiga

- Festival Charivari

encuentrochec.cl/proyecto/festival-charivari

- Identidades Festival Internacional De Las Artes Escénicas En El Desierto De Atacama

encuentrochec.cl/proyecto/identidades-festival-internacional-de-las-artes-escenicas-en-el-desierto-de-ataca

- Centro Cultural Escénica En Movimiento

encuentrochec.cl/proyecto/centro-cultural-escenica-en-movimiento

- Zur Vertice

encuentrochec.cl/proyecto/zur-vertice

Participantes de Instituciones Públicas

- Secretaría Ejecutiva de Economía Creativa, Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio
- Secretaría Ejecutiva Artes Escénicas, Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio
- Subsecretaría de Hacienda: Programa de Exportación de servicios
- Departamento de Industrias Creativas de PROCHILE
- Unidad de Economía Creativa de CORFO
- Programa Chile Creativo de CORFO

3.7 Sector Libro y Editorial

El sector del libro y el editorial se ha constituido como espacio y medio de difusión de enseñanzas, ideas y debates en las sociedades modernas, dando origen a historias que marcan generaciones. Como industria es una columna primordial de la Economía Creativa siendo además integradora y transversal para muchos otros sectores.

encuentrochec.cl/pabellon/lectura-el-libro-y-editorial

3.7.1 Resumen

Resumen hallazgos del sector

Los Laboratorios Sectoriales CHEC 2020 buscaron reunir percepciones del sector Libro y Editorial sobre cuatro asuntos propuestos: valor cultural; acciones que activan las relaciones dentro del sector; impacto COVID-19; ideas recuperación COVID-19. Este reporte es un esfuerzo por sistematizar la información recolectada y plasmar la manera en que un grupo de intermediarios pertenecientes al sector perciben a ecosistema en relación con la sociedad y la contingencia sanitaria.

Dentro de las **dimensiones de valor cultural**, se detectó una mayor presencia de ideas pertenecientes a la dimensión intrínseca de valor cultural propuestas por los agentes. Entre ellas, la capacidad de desarrollar pensamiento crítico y capacidad reflexiva en las personas, generar y transmitir conocimientos y generar registro y memoria, fueron algunos de los impactos positivos señalados.

En relación a las **acciones que activan las relaciones** dentro del sector de las Libro y Editorial, siete acciones fueron priorizadas por los participantes de la actividad. Por ejemplo, apoyar la vinculación y conexión con otros sectores y actores y enfatizar el trabajo en red surgieron por parte de los intermediarios.

En el caso de las **necesidades y oportunidades que han surgido en el contexto COVID-19,** los agentes señalaron seis aspectos claves. Dentro de ellos, estrategias para la comunicación directa, vinculante y fluida con las autoridades y el acceso a financiamiento e información de apoyos disponibles fueron mencionadas.

Por último, se desarrollaron **siete ideas para abordar las necesidades identificadas** por los participantes que han emergido durante la crisis sanitaria COVID-19. Cabe señalar que al hablar de ideas surgieron propuestas que responden a necesidades que trascienden la contingencia, siendo estas profundizadas en dicho contexto.

3.7.2 Percepciones de Valor

¿Qué impactos positivos genera tu sector en la sociedad?

A través de los Laboratorios Sectoriales se buscó obtener información primaria a partir de las **percepciones de valor cultural** correspondientes a intermediarios de ocho sectores creativos. Esto, a partir de las **visiones personales** de un grupo de participantes seleccionados en el marco del Encuentro CHEC 2020. El siguiente diagrama (ver Figura 35) visualiza un resumen de las categorías emergidas en el caso del sector **Libro y Editorial** frente a la pregunta ¿Qué impactos positivo genera tu sector en la sociedad?

Figura 35 - Percepciones de impactos positivos

3.7.2 Percepciones de Valor

Las categorías emergidas durante el laboratorio de **Libro y Editorial** fueron analizadas en base a los **tres vértices de valor cultural** propuestos por Holden (intrínseco, instrumental e institucional) y su relación con los **valores permanentes** asociados a ellos, asignados por el Observatorio Vasco de Cultura (ver Métodos de Análisis, pág. 15).

De esta forma, fue posible identificar que **los participantes del laboratorio perciben** con mayor frecuencia impactos positivos generados el sector Libro y Editorial asociados con la dimensión intrínseca del valor cultural. Entre ellas, valores permanentes tales como trascendencia, conocimiento y juicio crítico fueron hallados. Asimismo, fue posible recoger percepciones asociadas al valor instrumental tales como diversidad y prosperidad, no obstante, los intermediarios participantes no mencionaron impactos positivos atribuibles al vértice institucional del valor cultural, siendo este no detectado en las respuestas entregadas durante el laboratorio (ver Figura 36).

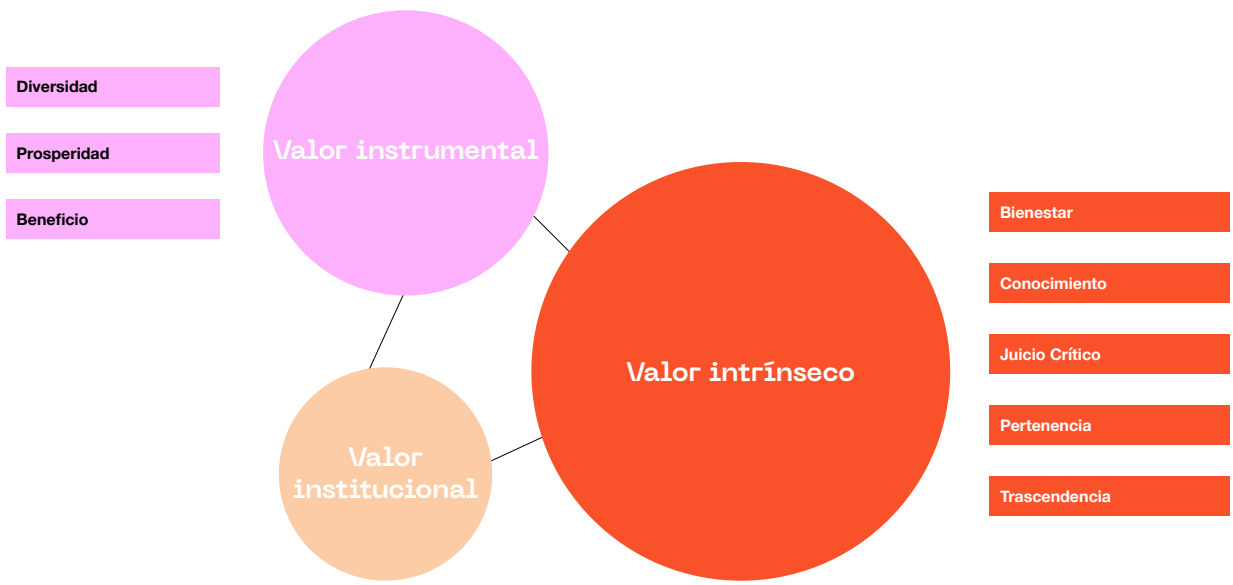


Figura 36 - Percepciones de valor cultural

3.7.2 Percepciones de Valor

"También se planteó la importancia que tiene en torno a la **preservación del patrimonio**. Y del aporte a la construcción de memoria a partir de sus contenidos y del trabajo editorial que hay detrás."

Participante sector Libro y Editorial, Laboratorios Sectoriales 2020.

"Se habló mucho del dispositivo del libro como un eje crucial de **transmisión de conocimientos.** El sector del Libro realiza un aporte transversal a la educación, a cómo nos **transformamos en ciudadanos y ciudadanas críticas.**"

Participante sector Libro y Editorial, Laboratorios Sectoriales 2020.

"Se planteó como un eje crucial La **conexión que genera el libro con el goce, con ampliar una mirada, una subjetividad**. En el fondo posibilitar ese goce habla también en su vínculo con lo emocional y el aporte a la salud mental."

Participante sector Libro y Editorial, Laboratorios Sectoriales 2020.

"Hablamos del valor económico. El negocio del **libro es también es una puerta a la economía,** un sector que genera trabajo, es importante para el PIB de los países. Y es importante entender nuestro sector desde ese lugar también."

Participante sector Libro y Editorial, Laboratorios Sectoriales 2020.

3.7.3 Acciones que activan las relaciones

¿Qué roles, trabajos u oficios existen en tu sector que incentivan y potencian las relaciones dentro de él?

A través del levantamiento de roles, trabajos y oficios que activan e incentivan las relaciones dentro del ecosistema creativo del sector se analizaron acciones claves que estos roles representan.

En el sector **Libro y Editorial** las acciones que emergieron del proceso participativo son las siguientes:

1. **Apoyar la difusión y circulación.** Esta acción apunta a conectar al sector, su sector productivo y comercial con agentes claves que apoyen su circulación y difusión.
2. **Apoyar la internacionalización.** Se relaciona con establecer roles intermediarios para reconocer y fortalecer proyectos con potencial de internacionalización.
3. **Potenciar la distribución y comercialización.** Se trata de establecer y formalizar roles de distribuidoras, librerías y agentes de venta en el sector Libro y Editorial para potenciar su comercialización.
4. **Enfatizar el trabajo en red**. Apunta a potenciar roles que fortalezcan la vinculación al interior del sector, tanto a nivel de creación, producción y comercialización
5. **Activar apoyos institucionales.** Establecer canales de comunicación claros y vinculantes que permitan formalizar la relación del sector con entidades públicas y privadas.
6. **Apoyar la descentralización del sector a nivel nacional.** Se trata de generar roles regionales y/o territoriales que permitan apoyar la descentralización del sector para potenciar su circulación, venta y difusión en todo el territorio.
7. **Mediar el conocimiento de contenidos culturales.** Fortalecimiento de roles que permitan transmitir el conocimiento técnico, cultural y de contenidos hacia ámbitos educativos, otras industrias y sectores.

En el siguiente diagrama (ver Figura 37) se muestran las acciones que son percibidas como relevantes para activar las relaciones en el ecosistema, cada una de estas acciones tienen ejemplos de roles que son necesarios de potenciar para fortalecer su acción.

3.7.3 Acciones que activan las relaciones

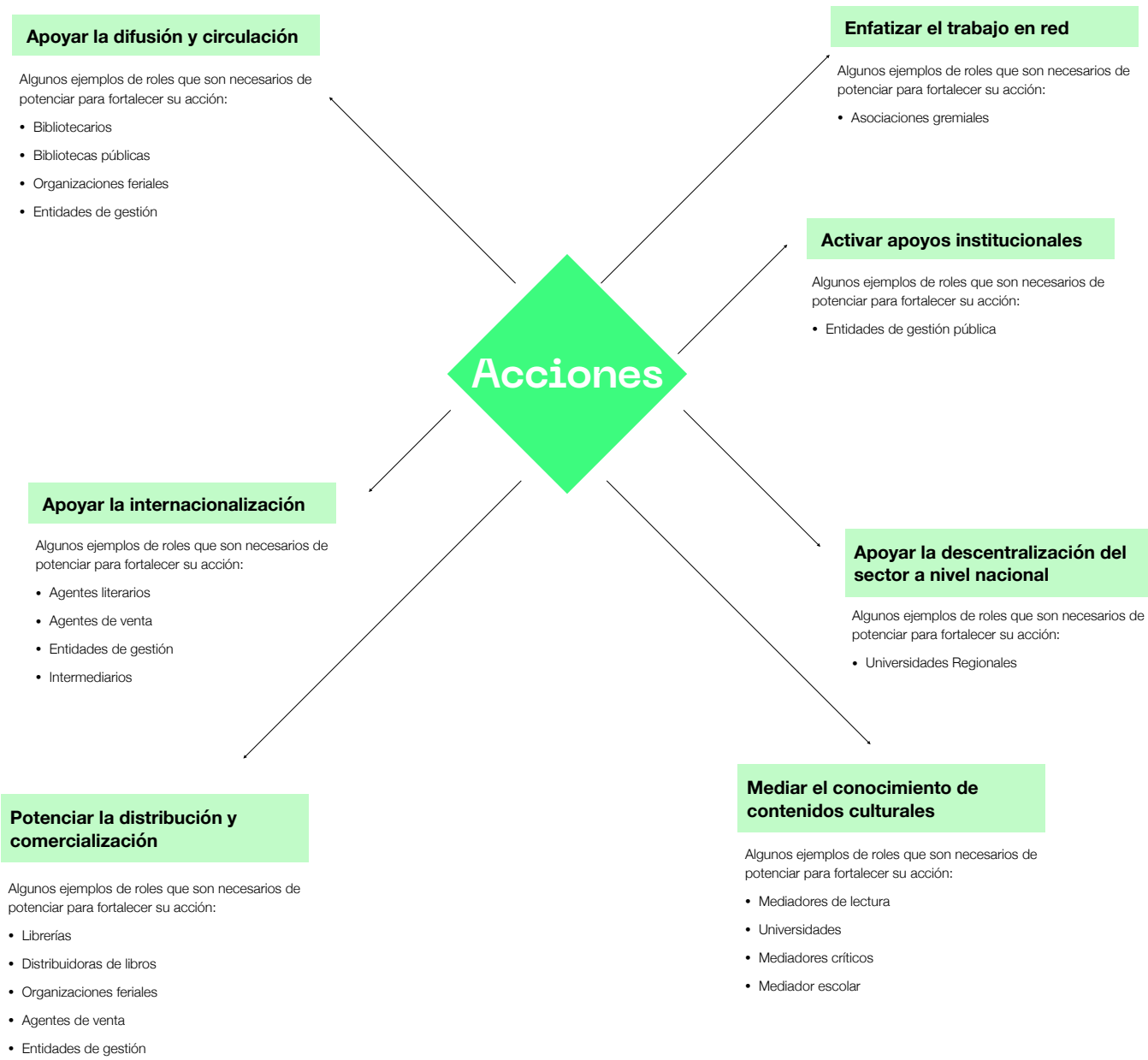


Figura 37 - Acciones que activan las relaciones del sector

3.7.4 Necesidades y Oportunidades del sector

¿Cómo se ha visto afectado cada sector con la llegada del COVID?

Además del entendimiento preliminar de las acciones del ecosistema y las percepciones de valor en el sector, la primera versión de los Laboratorios Sectoriales buscó identificar áreas prioritarias de intervención post COVID-19, a partir de un levantamiento de necesidades y oportunidades del sector y cómo este se ha visto afectado por la situación actual.

En el sector **Libro y Editorial** aparece una necesidad contingente de 'Contar con un canal de comunicación directo, vinculante y fluido con las autoridades'. Además, se expresa la necesidad de 'Acceso a financiamiento e información de apoyos disponibles'.

Durante este proceso de Laboratorios Sectoriales se levantaron diversas necesidades del sector Libro y Editorial, en el análisis se presentan las necesidades que fueron priorizadas por los participantes durante la sesión (ver Figura 38).

3.7.4 Necesidades y Oportunidades del sector

Contar con un canal de comunicación directo, vinculante y fluido con las autoridades	Necesidad de tener una mirada vinculante del sector y su relación con la institucionalidad que permita fortalecer el ecosistema a escala local, nacional e internacional.
Acceso a financiamiento e información de apoyos disponibles	Necesidad de mejorar el financiamiento disponible para el sector, sobretodo en contextos de crisis. Así como también la necesidad de acceso a información sobre apoyos disponibles dado el escenario de pandemia y los problemas de liquidez que han ocasionado para el sector.
Mejorar la percepción del valor económico y social de las actividades culturales y creativas	Necesidad de fortalecer el valor concebido hacia el sector del Libro y la visión de las industrias creativas en cuanto a su valor social y económico.
Adaptación al entorno digital	Considerando el contexto de la crisis sanitaria y la digitalización, surge la necesidad de formación en el uso de plataformas digitales para fortalecer difusión y comercialización del sector.
Contar con nuevos espacios de difusión/ exhibición/ comercialización de productos o servicios creativos	Necesidad de fortalecer y conectar espacios existentes de difusión y comercialización para apoyar dificultades en sistemas de distribución, debido al contexto COVID-19.
Contar con habilidades de comercialización y formalización de estrategias de comercialización	Necesidad de potenciar y actualizar estrategias de distribución y comercialización, lo que evidencia además una necesidad de formación en habilidades comerciales.

Figura 38 - Necesidades y oportunidades del sector

3.7.4 Necesidades y Oportunidades del sector

"Se planteó y la importancia de **fortalecer la mediación de la lectura y escritura**, que se hace particularmente necesario en el contexto actual. Además en momentos como estos se requiere más todavía la conciencia, la capacidad crítica, la lectura. Para satisface esta **necesidad de información**, de leer y buscar maneras para comprender lo que está sucediendo"

Participante sector Libro y Editorial, Laboratorios Sectoriales 2020.

"Se ha visibilizado con fuerza en este periodo la **necesidad de apoyar la baja radical de ventas en las librerías** presenciales. Y ahí también surge la necesidad de **capacitación en habilidades digitales** y plataformas de venta para estas librerías, que ya no cuentan con la experiencia de compra presencial y esta experiencia es el pilar del negocio en muchos casos."

Participante sector Libro y Editorial, Laboratorios Sectoriales 2020.

"Con la crisis se **visibilizó la precariedad del sector**. Ahí surgió la necesidad de abrir un fondo específico para **dar protección y financiamiento** a los equipos editoriales."

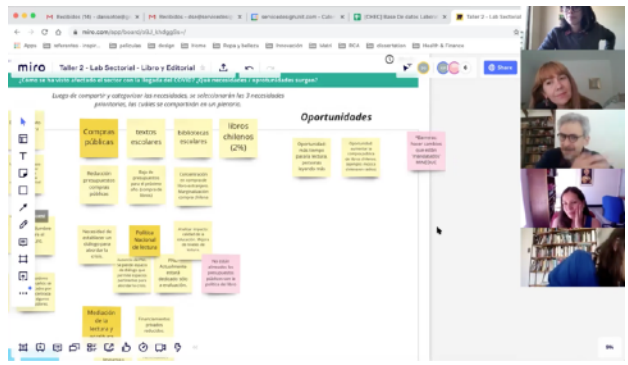
Participante sector Libro y Editorial, Laboratorios Sectoriales 2020.

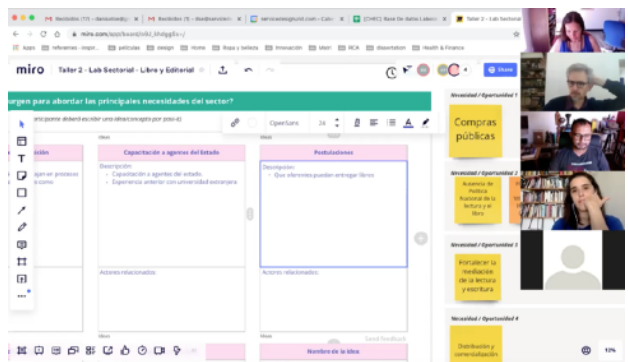
3.7.5 Ideas que surgen

¿Qué ideas surgen para recuperarse del impacto que el COVID-19 ha tenido en el sector?

Junto con la identificación de áreas prioritarias de intervención post Covid, en relación a las necesidades y oportunidades del sector, los Laboratorios fueron una instancia que permitió levantar ideas iniciales que permitan visualizar posibles formas de abordar las necesidades identificadas por los participantes.

En el siguiente diagrama (ver Figura 39) presenta un resumen de las ideas del sector, es importante destacar que al hablar de ideas surgieron acciones que trascienden la contingencia COVID-19.





3.7.5 Ideas que surgen

1 Desarrollar Plan 2021 - futuro Política del libro y la lectura

Elaborar participativamente con diversos actores del sector, la nueva política nacional del libro y la lectura.

2 Reactivación de la Política existente de la lectura y el libro

Reactivar la política de la lectura y el libro, para poder cumplir aquellos objetivos que aún no están cumplidos.

Dentro de las medidas para la reactivación se puede considerar la inclusión en la conversación de instituciones y organismos clave, tales como MINEDUC y Hacienda.

3 Potenciar la compra pública para fortalecer compra local

Desarrollar mecanismos y criterios para fortalecer la compra local a través de acciones como: la reposición de presupuestos de compra pública, la diversificación de los actores de las compras (editoriales, distribuidoras, creadores) para evitar la concentración, establecer porcentajes de compra por organización.

4 Programa de Capacitación a agentes del estado en procesos de adquisición

Capacitación a agentes del estado, que permita educar, a quiénes trabajan en procesos de adquisición para que puedan entender la importancia de las decisiones de compra del estado y cómo afecta a la industria. Y así, valorizar las industrias creativas locales desde el Estado.

5 Programa de fomento a la industria regional

Programa de fomento a la industria regional que potencie la participación regional de pequeñas editoriales en instancias colaborativas donde puedan darse a conocer al resto de la industria y a las autoridades locales.

6 Programa de Capacitación en estrategias de venta digital

Programa de capacitación para agentes del sector del Libro y Editorial que les permita activar la circulación y comercialización a través de la generación de conocimiento de plataformas digitales y el desarrollo de nuevas estrategias de venta digital.

7 Representante de cultura en Comisión tributaria

Establecer un representante de cultura en el nuevo comité tributario para poder proponer IVA diferenciado a los libros. Y así, desarrollar estrategias que permitan competir contra el libro digital, entre otros.

Figura 39 - Resumen de ideas para abordar necesidades

3.7.6 Participantes

Las instituciones participantes de los Laboratorios Sectoriales 2020, que fueron seleccionadas por el curador del sector Libro y Editorial, son las siguientes:

Curador: Guido Arroyo

Posee estudios formales en: Literatura, Periodismo Cultural y Filosofía.

Representantes de:

- Editorial Aparte
encuentrochec.cl/proyecto/editorial-aparte
- Overol ediciones
- Los libros de La Mujer Rota
encuentrochec.cl/proyecto/
- LOM ediciones
encuentrochec.cl/proyecto/lom-ediciones
- La Pollera ediciones
encuentrochec.cl/proyecto/la-pollera-ediciones
- Fundación Plagio
encuentrochec.cl/proyecto/fundacion-plagio
- Bifurcaciones
encuentrochec.cl/proyecto/bifurcaciones
- Ediciones Uach
encuentrochec.cl/proyecto/ediciones-uach
- Ocho libros
encuentrochec.cl/proyecto/ocho-libros
- Mundana ediciones

Participantes de Instituciones Públicas

- Secretaría Ejecutiva de Economía Creativa, Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio
- Secretaría Ejecutiva Libro, Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio
- Subsecretaría de Hacienda: Programa de Exportación de servicios
- Departamento de Industrias Creativas de PROCHILE
- Unidad de Economía Creativa de CORFO
- Programa Chile Creativo de CORFO
- Sistema Nacional de Bibliotecas Públicas, SNPC.

3.8 Sector Arquitectura

Esta disciplina se nutre de referencias y conocimiento colectivo para entregar respuestas concretas a nuestros contextos más próximos, donde se complementa de técnicas y materiales locales. Esto permite un trabajo en diferentes escalas, desde la proyección de objetos hasta materias de urbanismo y planificación territorial.

encuentrochec.cl/pabellon/arquitectura

3.8.1 Resumen

Resumen hallazgos del sector

Durante los Laboratorios Sectoriales CHEC 2020 se buscó **recoger percepciones del sector Arquitectura** en relación a cuatro temáticas propuestas: valor cultural; acciones que activan las relaciones dentro del sector; impacto COVID-19; ideas recuperación COVID-19. Este reporte es un esfuerzo por sistematizar dichos hallazgos y plasmar la manera en que **una selección de agentes pertenecientes** al sector Arquitectura perciben la relación de su ecosistema con la sociedad y la contingencia sanitaria.

Dentro de las **dimensiones de valor cultural**, ideas pertenecientes a la dimensión intrínseca de este fueron las más mencionadas por los participantes. Entre ellas, generar sentido de pertenencia con el territorio, generar y difundir imagen país y permitir la expresión de otros en el espacio público.

En relación a las **acciones que activan las relaciones** dentro del sector Arquitectura, siete acciones fueron priorizadas por los participantes de los laboratorios. Por ejemplo, activar apoyos institucionales y enfatizar el trabajo en red.

En el caso de las **necesidades y oportunidades surgidas debido al COVID-19,** los agentes nombraron seis relacionadas con estrategias para el retorno al trabajo, políticas públicas, adaptación digital, nuevos modelos de negocios, redes y acceso a la información.

Finalmente, se presentaron **siete ideas para abordar las necesidades identificadas** por los participantes que han emergido durante la crisis sanitaria COVID-19. Cabe señalar que al hablar de ideas surgieron propuestas que responden a necesidades que trascienden la contingencia, siendo estas profundizadas en dicho contexto.

3.8.2 Percepciones de Valor

¿Qué impactos positivos genera tu sector en la sociedad?

A través de los Laboratorios Sectoriales se buscó obtener información primaria a partir de las **percepciones de valor cultural** correspondientes a intermediarios de ocho sectores creativos. Esto, a partir de las **visiones personales** de un grupo de participantes seleccionados en el marco del Encuentro CHEC 2020. El siguiente diagrama (ver Figura 40) visualiza un resumen de las categorías emergidas en el caso del sector **Arquitectura** frente a la pregunta ¿Qué impactos positivo genera tu sector en la sociedad?

Figura 40 - Percepciones de impactos positivos

3.8.2 Percepciones de Valor

Las categorías emergidas durante el laboratorio de **Arquitectura** fueron analizadas en base a los **tres vértices de valor cultural** propuestos por Holden (intrínseco, instrumental e institucional) y su relación con los **valores permanentes** asociados a ellos, asignados por el Observatorio Vasco de Cultura (ver Métodos de Análisis, pág. 15).

De esta forma, fue posible identificar que **los participantes del laboratorio perciben** con mayor frecuencia impactos positivos generados por el sector **Arquitectura** asociados con la dimensión intrínseca del valor cultural. Entre ellas, valores permanentes tales como bienestar, identidad y pertenencia fueron hallados. Asimismo, fue posible recoger percepciones asociadas al valor instrumental, sin embargo, los participantes del laboratorio no mencionaron impactos positivos atribuibles al vértice institucional del valor cultural, siendo este no hallado en las respuestas entregadas por los participantes (ver Figura 41).

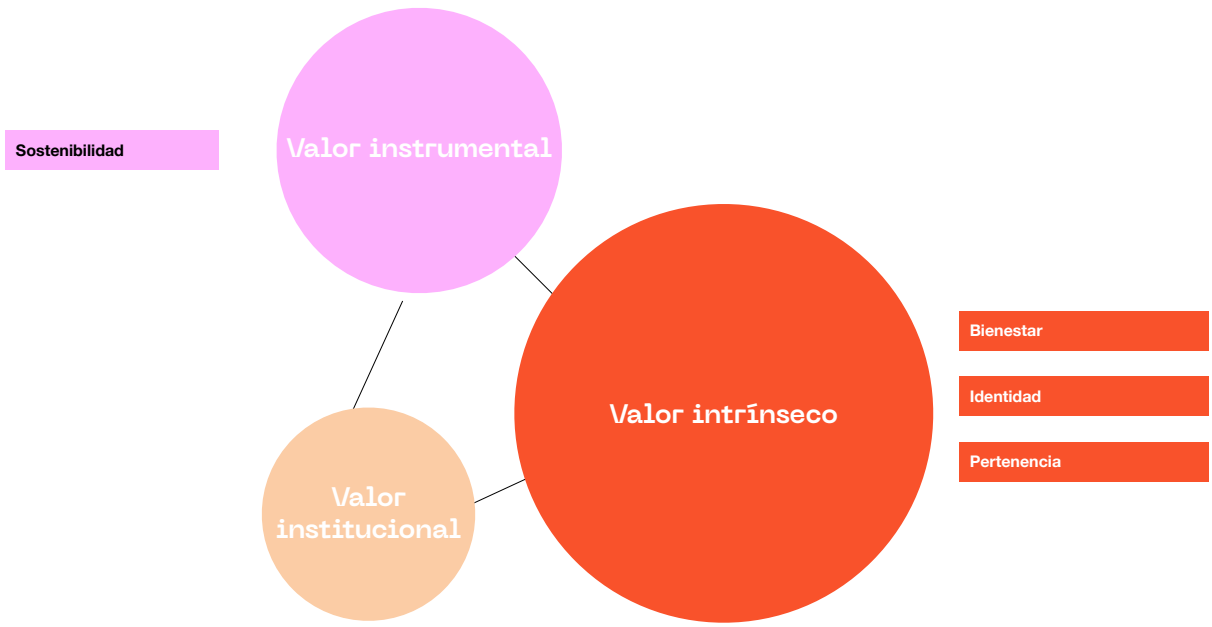


Figura 41 - Percepciones de valor cultural

3.8.2 Percepciones de Valor

"La arquitectura genera **un sentido de pertenencia con los lugares y espacios.** Esto se conecta con el tema de la identidad, pero también con procesos de construcción de memoria, que permiten justamente generar este sentido de pertenencia que es colectivo. Que les permite a las personas conectarse con la ciudad."

Participante sector Arquitectura, Laboratorios Sectoriales 2020.

"La arquitectura impacta positivamente a **escala territorial y local.** Esto permite que se genere identidad. Entonces el valor ahí está en **recrear identidades, construir identidades** desde las comunidades y proyectarlas a futuro."

Participante sector Arquitectura, Laboratorios Sectoriales 2020.

"Siempre después de las crisis se inyectan muchos recursos a la construcción. En ese sentido la Arquitectura tiene un **impacto económico como un ente dinamizador de economía**, de generación de empleo."

Participante sector Arquitectura, Laboratorios Sectoriales 2020.

3.8.3 Acciones que activan las relaciones

¿Qué roles, trabajos u oficios existen en tu sector que incentivan y potencian las relaciones dentro de él?

A través del levantamiento de roles, trabajos y oficios que activan e incentivan las relaciones dentro del ecosistema creativo del sector se analizaron acciones claves que estos roles representan.

En el sector **Arquitectura** las acciones que emergieron del proceso participativo son las siguientes:

1. **Apoyar la difusión y circulación.** Esta acción apunta a conectar al sector, su sector productivo y comercial con agentes claves que apoyen su circulación y difusión.
2. **Apoyar la internacionalización.** Se relaciona con establecer roles intermediarios para reconocer y fortalecer proyectos con potencial de internacionalización.
3. **Articular el sector con otros actores e industrias.** Aprovechar el contexto actual para poder establecer y fortalecer relaciones tanto al interior del sector, como con otros sectores, agentes e industrias.
4. **Enfatizar el trabajo en red**. Apunta a potenciar roles que fortalezcan la vinculación al interior del sector, tanto a nivel de creación, producción y comercialización
5. **Activar apoyos institucionales.** Establecer canales de comunicación claros y vinculantes que permitan formalizar la relación del sector con entidades públicas y privadas.
6. **Fomentar encuentros.** Esta acción apunta a incentivar y accionar la asociatividad, establecer espacios de encuentro, de diálogo que permitan articular conversaciones relevantes para el sector.
7. **Mediar el conocimiento de contenidos culturales.** Fortalecimiento de roles que permitan transmitir el conocimiento técnico, cultural y de contenidos hacia ámbitos educativos, otras industrias y sectores.

En el siguiente diagrama se muestran las acciones que son percibidas como relevantes para activar las relaciones en el ecosistema, cada una de estas acciones tienen ejemplos de roles que son necesarios de potenciar para fortalecer su acción (ver Figura 42).

3.8.3 Acciones que activan las relaciones

Figura 42 - Acciones que activan las relaciones del sector

3.8.4 Necesidades y Oportunidades del sector

¿Cómo se ha visto afectado cada sector con la llegada del COVID?

Además del entendimiento preliminar de las acciones del ecosistema y las percepciones de valor en el sector, la primera versión de los Laboratorios Sectoriales buscó identificar áreas prioritarias de intervención post COVID-19, a partir de un levantamiento de necesidades y oportunidades del sector y cómo este se ha visto afectado por la situación actual.

En el sector **Arquitectura** aparece una necesidad contingente de 'Adaptación al entorno digital'. Además, se expresa la necesidad de 'Adaptación al contexto' que en el caso de la Arquitectura se relaciona con los cambios de movilidad y desplazamiento y sus efectos en el habitar de las ciudades y espacios.

Durante este proceso de Laboratorios Sectoriales se levantaron diversas necesidades del sector **Arquitectura**, en el análisis se presentan las necesidades que fueron priorizadas por los participantes durante la sesión (ver Figura 43).

3.8.4 Necesidades y Oportunidades del sector

Adaptación al entorno digital	Considerando el contexto de la crisis sanitaria y el trabajo remoto, esto abre la posibilidad para el sector de explorar servicios digitales de distribución y venta. Pero a su vez abordar la necesidad de conectividad en zonas remotas.
Adaptación al contexto	En el caso de la Arquitectura la adaptación no sólo se relaciona con la digitalización. Surge también la necesidad de adaptarse a cambios en la movilidad y desplazamiento de los ciudadanos, lo que abre una reflexión entorno a cómo podrán cambiar las ciudades en el futuro.
Acceso a financiamiento e información de apoyos disponibles	En el contexto actual, surge la necesidad de abordar la incertidumbre de financiamiento de proyectos y de acceso a información de apoyos disponibles en relación a proyectos arquitectónicos pausados.
Búsqueda de nuevos modelos de negocio para la sostenibilidad	Surge la oportunidad de pensar en nuevos modelos de negocio que permitan abordar el tema de la industrialización en el sector de la Arquitectura.
Contar con nuevos espacios de difusión/ exhibición/ comercialización de productos o servicios creativos	Dada la contingencia, surge la necesidad de los ciudadanos de utilizar los espacios públicos con otra perspectiva. Lo que se percibe como una oportunidad para el sector de poder desarrollar proyectos en la esfera pública, que permitan aprovechar otros espacios de la ciudad; y así establecer nuevas formas de difundir la arquitectura, conectando con la ciudadanía.
Fomento de redes sectoriales y territoriales	Necesidad de fomentar redes sectoriales y territoriales que permitan apoyar el desarrollo de emprendedores o pequeños empresarios del sector.

Figura 43 - Necesidades y oportunidades del sector

3.8.4 Necesidades y Oportunidades del sector

"Hoy tenemos una **necesidad de establecer un balance entre lo digital y lo presencial.** En nuestro sector nos encantamos con el teletrabajo, pero para la eficiencia entre los equipos de arquitectura y diseño es necesario el trabajo colaborativo presencial. El desafío está en adaptarnos a estos 2 mundos."

Participante sector Arquitectura,
Laboratorios Sectoriales 2020.

"En términos de conectividad y desplazamiento **surge la oportunidad de repensar las ciudades desde el urbanismo y la arquitectura.** Abordar por ejemplo el hecho de que estemos usando menos el transporte público y más otros medios 'pro-COVID' como la bicicleta, caminar, etc. cambia la relación que tenemos con la ciudad y eso es una gran oportunidad para nuestro sector."

Participante sector Arquitectura,
Laboratorios Sectoriales 2020.

Tenemos este **desafío de profundizar cómo será el vínculo entre arquitectura y el debate constitucional.** En este contexto, hay ciertos temas que son necesarios de abordar asociados, por ejemplo, a la vivienda, al espacio público, al derecho a la ciudad. Necesitamos poner sobre la mesa **las falencias a nivel del entorno urbano y habitacional** que se han visto desveladas a causa del COVID.

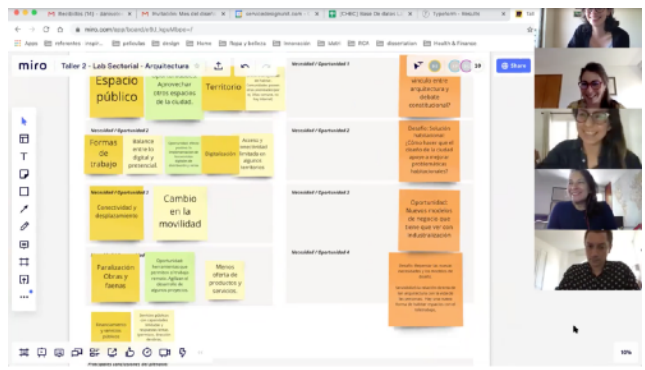
Participante sector Arquitectura,
Laboratorios Sectoriales 2020.

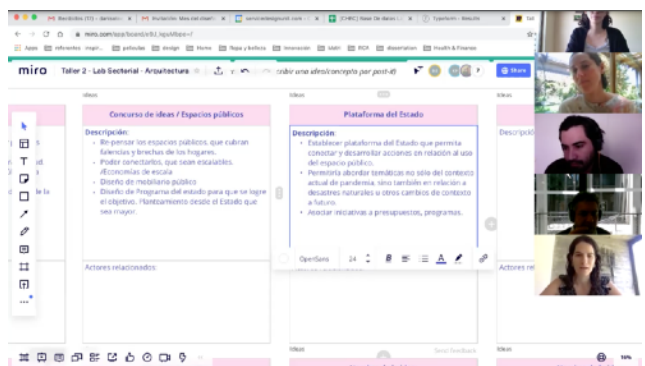
3.8.5 Ideas que surgen

¿Qué ideas surgen para recuperarse del impacto que el COVID-19 ha tenido en el sector?

Junto con la identificación de áreas prioritarias de intervención post Covid, en relación a las necesidades y oportunidades del sector, los Laboratorios fueron una instancia que permitió levantar ideas iniciales que permitan visualizar posibles formas de abordar las necesidades identificadas por los participantes.

En el siguiente diagrama (ver Figura 44) presenta un resumen de las ideas del sector, es importante destacar que al hablar de ideas surgieron acciones que trascienden la contingencia COVID-19.





3.8.5 Ideas que surgen

1 **Plataforma del Estado: Institucionalidad para el desarrollo urbano**

Establecer una plataforma del Estado que permita conectar y desarrollar acciones en relación al uso del espacio público. Para consolidar instituciones, o crear nuevas, que estén enfocadas en el fortalecimiento del desarrollo urbano.

2 **Red de organizaciones y agrupaciones**

Creación de una entidad que pueda reunir a organizaciones y agrupaciones del sector de la Arquitectura para entablar relaciones vinculantes con instituciones públicas y así apoyar en la incidencia para desarrollo de proyectos arquitectónicos.

3 **Concurso: 'Re-pensar los espacios públicos'**

Diseño de un programa de estado para invitar a re-pensar los espacios públicos. Que cuente con fases de generación de ideas, desarrollo, diseño e implementación. Para permitir una reformulación de los espacios públicos, que cubran falencias y brechas de los hogares.

4 **Programa de fortalecimiento a planes reguladores**

Planificación territorial que permita desarrollar normativas y mejorar los planes reguladores existentes, en cuanto a proyectos en zonas metropolitanas y rurales.

5 **Banco de ideas municipal**

Creación de un Banco de ideas Municipal, dónde los municipios puedan guardar o archivar proyectos arquitectónicos que ya se han desarrollado o están en proceso para ser consultados o reutilizados en el futuro, y así, aprovechar recursos cuando están disponibles.

6 **Programa de mejoramiento de acceso a financiamiento**

Programa de mejoramiento de acceso a financiamiento para organizaciones pequeñas. Que posibilite reestructurar el sistema de acceso a financiamiento a proyectos para fortalecer el desarrollo de proyectos a escala local y territorial.

7 **Cabildos disciplinares**

En el contexto del proceso constituyente, crear Cabildos disciplinares, donde el sector de la Arquitectura pueda ser parte de la discusión en temáticas como espacio público, patrimonio, vivienda y movilidad.

Figura 44 - Resumen de ideas para abordar necesidades

3.8.6 Participantes

Las instituciones participantes de los Laboratorios Sectoriales 2020, que fueron seleccionadas por la curadora del sector Arquitectura, son las siguientes:

Curadora: Pola Mora
Arch Daily

Arquitecta y Master en Gestión Cultural por la Universidad de Chile. Experta en periodismo de arquitectura y la generación de contenidos digitales.

Representantes de:

- Constructo

encuentrochec.cl/proyecto/constructo

- Ediciones ARQ

encuentrochec.cl/proyecto/ediciones-arq

- Somos Aldea (Open House)

encuentrochec.cl/proyecto/somos-aldea

- MOB Projects

encuentrochec.cl/proyecto/mob-projects

- Ciudad Emergente

encuentrochec.cl/proyecto/ciudad-emergente

- Inmobiliaria Surmonte

encuentrochec.cl/proyecto/surmonte

- Centro Tecnológico para la Innovación en la Construcción CTeC

encuentrochec.cl/proyecto/centro-tecnologico-para-la-innovacion-en-la-construccion-ctec

- Fundación Altiplano

encuentrochec.cl/proyecto/fundacion-altiplano

- Dos Tercios Editorial

encuentrochec.cl/proyecto/dostercios-editorial

- Corporación de Estudios Urbanos y Arquitectónicos de Chiloé

encuentrochec.cl/proyecto/corporacion-de-estudios-urbanos-y-arquitectonicos-de-chiloe

Participantes de Instituciones Públicas

- Secretaría Ejecutiva de Economía Creativa, Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio
- Área de Arquitectura, Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio
- Subsecretaría de Hacienda: Programa de Exportación de servicios
- Departamento de Industrias Creativas de PROCHILE
- Unidad de Economía Creativa de CORFO
- Programa Chile Creativo de CORFO
- Departamento de Gestión de Proyectos Patrimoniales, Subsecretaría del Patrimonio

ec.cultura.gob.cl

unit

www.servicedesignunit.com