

Laboratorio Audiovisual 2021

Reporte preliminar de resultados

Secretaría Ejecutiva de Economía Creativa y Secretaría Ejecutiva del
Fondo de Fomento Audiovisual
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 · Secretaría Ejecutiva Economía Creativa

Secretaría Ejecutiva del Fondo de Fomento Audiovisual

Daniel Laguna - Secretario Ejecutivo del Fondo de Fomento Audiovisual

© 2021 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, por encargo de la Secretaría Ejecutiva de Economía Creativa del Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio.

Equipo Unit:

Katalina Papic - Directora de investigación

Nicolás Rebolledo - Director estratégico

Dalal Leiva - Investigadora

Beatriz Hasbún - Diseñadora de experiencias

Daniela Soto - Diseñadora de servicios

www.servicedesignunit.com

Santiago, 2021

Contenidos

1. Introducción	5
2. Enfoque de Diseño Participativo	7
3. Diseño del estudio	10
4. Hallazgos	19
5. Recomendaciones	32
6. Conclusiones	44
Anexos	46

1. Introducción

Acerca de este reporte

El Laboratorio Audiovisual 2021 fue un proceso de investigación participativa llevado a cabo por Unit entre los meses de febrero y abril del año 2021 que buscó levantar recomendaciones para el diseño del instrumento asociado al Programa de Industrias Creativas del Fondo Audiovisual. Se trata de un programa que se propone como un instrumento público que apunta a fomentar la industria audiovisual a través del desarrollo de herramientas de gestión asociadas a la economía creativa. El proceso de investigación fue desarrollado por encargo de la Secretaría Ejecutiva de Economía Creativa (SEEC) y la Secretaría Ejecutiva del Fondo de Fomento Audiovisual del Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio (Mincap).

La propuesta de trabajo para el 2021 de la Secretaría Ejecutiva de Economía Creativa contempla cuatro áreas estratégicas a desarrollar de manera transversal con los sectores creativos fomentados por el Mincap: digitalización del sector creativo; territorios creativos; internacionalización; y formación de competencias transversales. Por su parte, la actual Política Nacional del Campo Audiovisual (2017-2022) tiene como eje principal el fomento del desarrollo del campo audiovisual¹ con equidad territorial. Para ello, propone cuatro ámbitos de acción asociados: fomento y mejora a la competitividad del sector audiovisual; desarrollo de formación de públicos para el audiovisual; desarrollo y sustentabilidad de la industria audiovisual; e internacionalización del sector audiovisual.

Desde una perspectiva de trabajo conjunto y en línea con ambos planes estratégicos, el Programa de Industrias Creativas del Fondo Audiovisual se plantea como un instrumento que busca desarrollar competencias de mercado en el sector audiovisual² con foco en fortalecer de manera sostenida al campo audiovisual en su conjunto. De esta forma, se busca agregar valor a lo ya existente a nivel ministerial, como parte del proceso de asumir las nuevas responsabilidades asignadas por parte de la Secretaría Ejecutiva del Consejo Audiovisual.

El Laboratorio Audiovisual tomó en cuenta la perspectiva declarada por Unesco para el proceso de formulación y desarrollo de políticas culturales³, en donde la

implementación de mecanismos participativos para la recolección de datos, sensibilidades, puntos de vista, demandas, necesidades, oportunidades y retos del futuro es clave. Con ello, el Laboratorio buscó recoger insumos con agentes del audiovisual para localizar las necesidades e ideas asociadas y así levantar recomendaciones para el diseño del instrumento en base a las percepciones de quienes componen este ecosistema.

El proceso del Laboratorio consistió en dos ciclos de talleres participativos con tres sesiones cada uno. En el primer ciclo, se reflexionó en torno a las necesidades del sector audiovisual y, en el segundo, se exploraron de manera colectiva propuestas concretas asociadas al nuevo instrumento. Los talleres fueron realizados durante marzo y abril del 2021 de manera remota y contaron con una participación de 103 agentes de la industria audiovisual. La selección de quienes participaron fue realizada por el Consejo del Arte y la Industria Audiovisual (CAIA) a través de un proceso de mapeo de actores del sector audiovisual, con base en criterios de participación regional, paridad de género, representación sectorial y gremial o institucional.

Este reporte presenta, para partir, el enfoque y la metodología de Diseño Participativo⁴ y su aplicación al caso específico del proceso de investigación del Laboratorio Audiovisual. Luego, se verán los hallazgos y recomendaciones generadas a través de dos secciones. Primero, en la sección “Hallazgos”, se visualizarán aquellos correspondientes a las necesidades levantadas por los/las participantes las cuales, a su vez, dieron lugar a los desafíos de ideación. Asimismo, se observarán los resultados del proceso de ideación conjunta en relación a los desafíos trabajados. En segundo lugar, en la sección “Recomendaciones”, se presentarán elementos para el desarrollo del instrumento asociado al Programa de Industrias Creativas del Fondo Audiovisual, las que fueron desarrolladas con una perspectiva de diseño a partir de los hallazgos de tipos de instrumentos detectados.

1 El campo audiovisual es entendido como el "sistema de relaciones materiales y simbólicas que garantizan la producción, circulación, consumo y valoración de las obras, así como también discursos, teorías, publicaciones y formación audiovisual. Es una interacción donde los/las diversos/as participantes del sistema realizan actividades de definición y legitimación. Las interacciones más importantes son: la formación, la creación y la producción, el reconocimiento (medios, crítica, revista, estudios, etc.); la consagración (premios, concursos, cargos, funciones); la institucionalización (enseñanza, programas, fundaciones, etc.)". (P.74, Política Nacional del Campo Audiovisual 2017-2022 (CNCA))

2 El sector audiovisual es entendido como el "sector de la economía que produce, difunde, comercializa y presta servicios relacionados con un bien material, en este caso obras audiovisuales. Excluye la actividad gubernamental y los servicios sociales." (P.74, Política Nacional del Campo Audiovisual 2017-2022 (CNCA))

3 Unesco propone un plan de trabajo para el desarrollo de políticas culturales que contempla cinco grandes fases: 1: Análisis y diagnóstico inicial; 2: Consulta e intercambio con grupos de interés, formulación, propuesta de lineamientos; 3: Validación y aceptación por parte de los grupos de interés; 4: Adopción (proceso político); 5: Inicio de implementación.

4 Metodología diseñada por Unit: www.servicedesignunit.com.

2. Enfoque de Diseño Participativo

Enfoque de Diseño Participativo

El Laboratorio Audiovisual aplicó la metodología de “Laboratorios de Investigación-acción”⁵ la cual utiliza un enfoque de **Diseño Participativo**, conceptos que se explican a continuación:

¿Qué son los Laboratorios de Investigación-acción?

Son **procesos colectivos y participativos** que buscan **producir información exploratoria relevante** para el diseño de políticas e instrumentos públicos, en donde el conocimiento se construye en conjunto con los actores del ecosistema a partir de sus percepciones.

¿Qué es el Diseño Participativo?

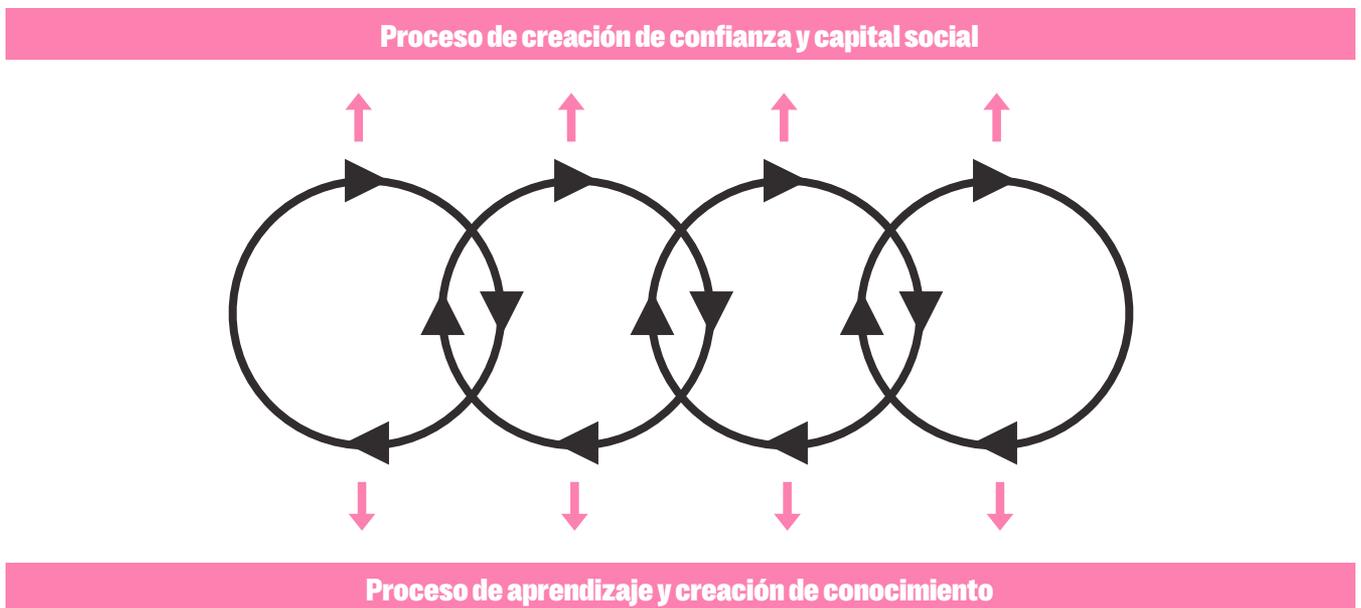
Entenderemos el **Diseño Participativo** como un "proceso iterativo de investigación, comprensión, reflexión, desarrollo y aprendizaje mutuo entre múltiples participantes"⁶, quienes

suelen asumir los dos roles principales de usuarios/as y diseñadores/as.

Como se describe en la Figura 1, las instancias de Diseño Participativo buscan realizar dos procesos de forma simultánea:

- Un proceso para producir "conocimiento situado"⁴ que informará la política;
- Un proceso de aprendizaje mutuo para generar “una relación de confianza”⁴, generar capital social y fortalecer redes entre los actores clave involucrados en el ecosistema

Figura 1 - Proceso Diseño Participativo, Unit, 2019



⁵ Metodología diseñada por Unit: www.servicedesignunit.com.

⁶ Simonsen, J. & Robertson, T. (2012) *Routledge International Handbook of Participatory Design*. Routledge.

Enfoque de Diseño Participativo

Utilizando un enfoque de Diseño Participativo, los **Laboratorios de Investigación-acción** están organizados en cuatro grandes etapas (ver Figura 2), en donde cada una cuenta con actividades clave y resultados concretos asociados.

A. Definición de objetivos de investigación

A partir de un marco teórico y lineamientos estratégicos institucionales, se definen objetivos, preguntas de investigación y métodos de recolección y análisis que guiarán el proceso participativo.

B. Convocatoria:

Con la definición de los objetivos, se identifican criterios de inclusión para seleccionar a los/las representantes o agentes del ecosistema que serán convocados a participar del proceso.

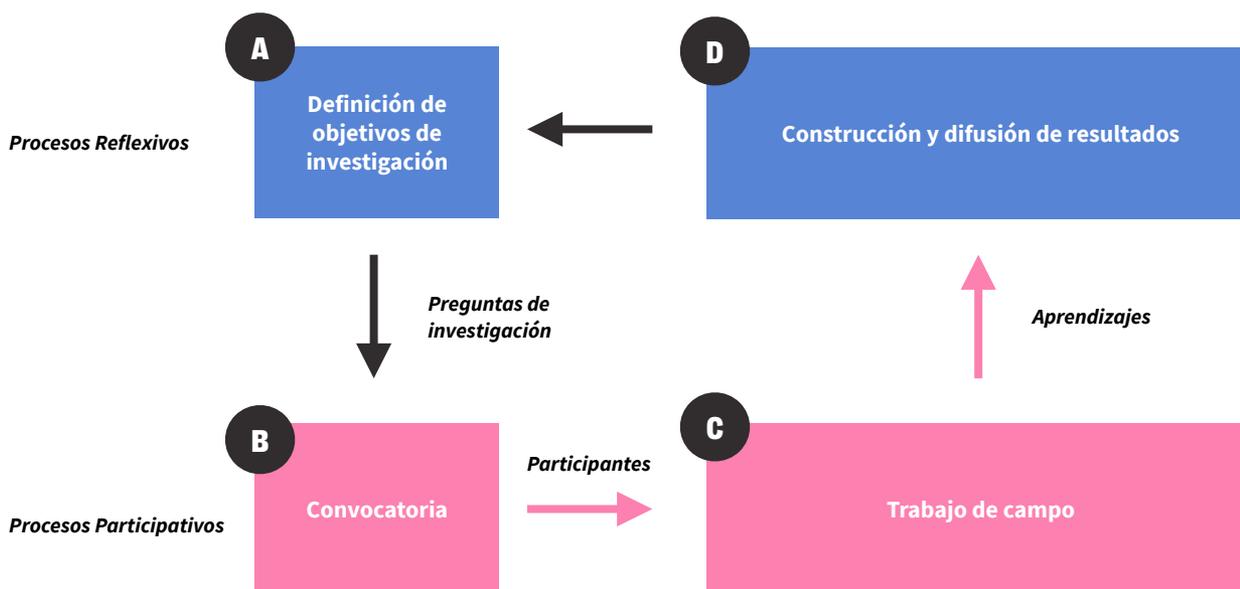
C. Trabajo de campo:

Proceso de aplicación de los métodos de investigación para el levantamiento de información en conjunto con los/las agentes del ecosistema identificados/as. Principalmente, se desarrollan talleres, que es un método de investigación y diseño cuyo objetivo es producir conocimiento en el contexto del proceso de diseño. Esto se realiza desde una perspectiva basada en la práctica, la experiencia y la colaboración. Luego, los datos son sistematizados y analizados.

D. Construcción y difusión de resultados

Proceso en el cual se construyen los documentos en donde se plasman los resultados del proceso y luego se difunden al ecosistema.

Figura 2 - Metodología Laboratorios investigación-acción, Unit, 2021



3. Diseño del estudio

Laboratorio Audiovisual

Objetivos

Objetivo del proceso

Levantar recomendaciones para el diseño de un instrumento asociado al Programa de Industrias Creativas del Fondo de Fomento Audiovisual, a través de un proceso de Diseño Participativo que integre las miradas y percepciones de diversos actores de la industria audiovisual.

Objetivos específicos

1. Identificar las necesidades prioritarias del sector audiovisual en relación a los ámbitos de fomento de la Industria Creativa.
2. Identificar ideas y acciones para el diseño del instrumento asociado al Programa de Industrias Creativas del Fondo Audiovisual.

Metodología

El proceso llevado a cabo en el Laboratorio Audiovisual aplicó la metodología, antes descrita, de los “Laboratorios de Investigación-acción”.

En conjunto con la Secretaría Ejecutiva de Economía Creativa y la Secretaría Ejecutiva del Fondo de Fomento Audiovisual, se definieron las siguientes preguntas de investigación que guiaron el proceso:

1. ¿Cuáles son las necesidades prioritarias que los/las agentes del ecosistema perciben en relación al fomento del sector audiovisual?
2. ¿Qué ideas y acciones surgen desde los/las agentes del ecosistema para el diseño de un nuevo instrumento asociado al Programa de Industrias Creativas del Fondo Audiovisual?

Junto con esto, se definió que el nuevo instrumento asociado al Programa de Industrias Creativas del Fondo Audiovisual se

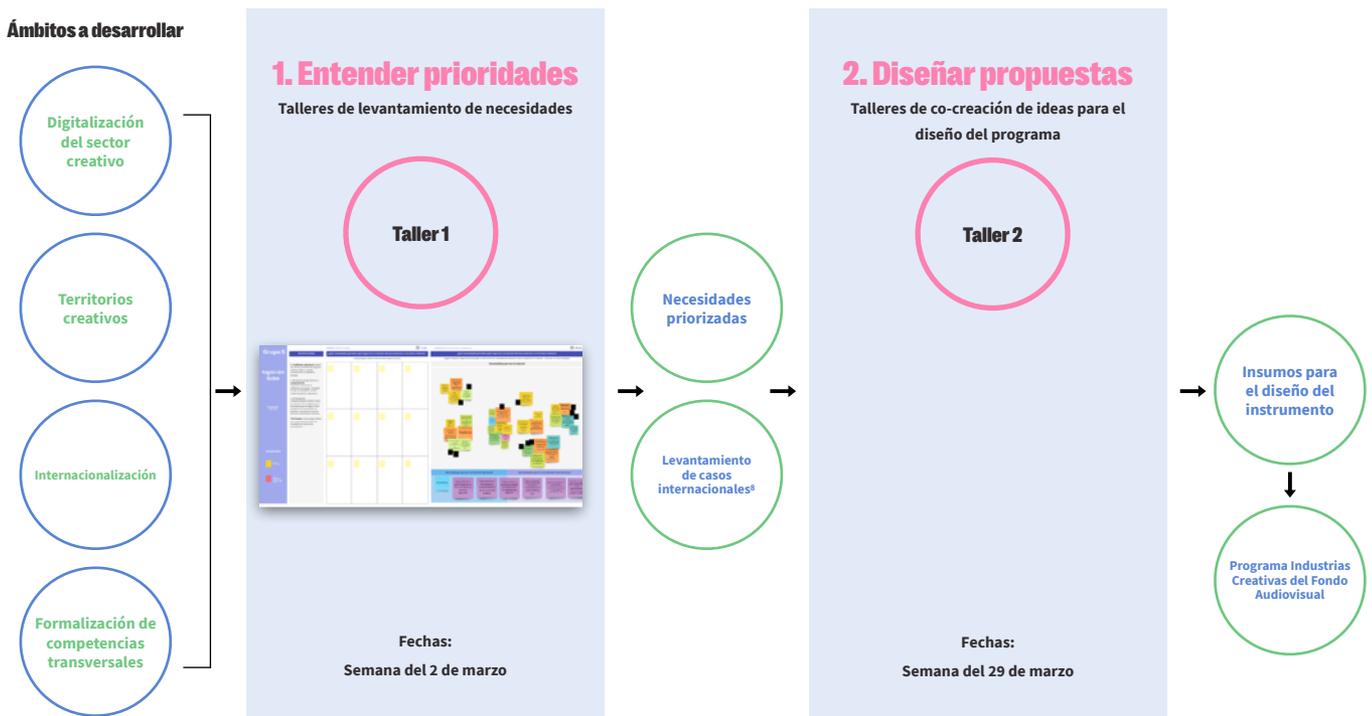
enmarcaría en los cuatro ámbitos estratégicos de fomento de la Secretaría Ejecutiva de Economía Creativa:

1. digitalización del sector creativo;
2. territorios creativos;
3. internacionalización;
4. formalización y formación de competencias transversales.

En línea con este plan, este nuevo instrumento del programa tendría como objetivo potenciar el sector audiovisual por medio de generar competencias de mercado y gestión de públicos para su sostenibilidad, permitiendo a su vez el fortalecimiento del campo audiovisual en su conjunto.

Por su parte, el Laboratorio Audiovisual, como se observa en la Figura 3, aplicó en su proceso un enfoque de Diseño llamado “Resolución de problemas Doble Diamante”, el cual describe el uso combinado del pensamiento divergente y convergente en dos fases principales: en la primera, se trata de entender y definir el problema de diseño a resolver; y en la segunda, proceder a explorar posibles ideas y soluciones”⁷.

Figura 3 - Proceso Laboratorio Audiovisual, Unit, 2021



⁷ Design methods for developing services, Design Council, 2007. (P. 5-9)

⁸ En base a las necesidades emergidas en el Ciclo 1, se realizó un levantamiento de casos de programas internacionales que apuntan a resolver necesidades similares. Estos casos se presentaron a modo de ejemplo en el Ciclo 2 (ver anexo n°1).

Metodología

El Laboratorio Audiovisual contó con dos ciclos de talleres. El primero, tuvo como objetivo reflexionar en torno a las necesidades del sector audiovisual en relación al fomento de su industria. El segundo, buscó levantar de manera colectiva propuestas concretas asociadas al nuevo instrumento del Fondo Audiovisual. En cada ciclo se realizaron tres talleres iguales, pero con diferentes participantes del ecosistema. Los encuentros se llevaron a cabo de manera remota a través de las plataformas Zoom y se utilizó como herramienta de trabajo Miro (ver anexo nº2). Zoom es una herramienta de reuniones virtuales que permite a los grupos conversar, verse las caras y compartir lo que cada quien está trabajando en su propio computador. Por otro lado, Miro es un tablero digital que ofrece a los/las participantes trabajar simultáneamente en una “pizarra digital” con post its, diagramas, esquemas, dibujos, fotos, etc.

Luego de la ejecución de los ciclos de talleres, se procedió a la sistematización y análisis de los datos. Primero, la información generada en relación a las necesidades (ciclo 1), fue analizada con un método de análisis temático (Bryman, 2016)⁹. Revisando, organizando y describiendo temas emergentes, se buscó agrupar y analizar temáticas relevantes a ser abordadas en el ciclo 2.

El diseño metodológico para el análisis de hallazgos del ciclo 2 fue de carácter no experimental y descriptivo, para lo cual se aplicó una técnica de análisis de contenido. Este método, a partir de lo propuesto por Laurence Bardin, es entendido como “un conjunto de técnicas de análisis de comunicaciones tendientes a obtener indicadores por procedimientos

sistemáticos y objetivos de descripción del contenido de los mensajes, permitiendo la inferencia de conocimientos relativos a las condiciones de producción de estos mensajes”¹⁰.

Dicho análisis se compone de los siguientes pasos:

- El pre-análisis, que corresponde a la operacionalización de las ideas con el fin de extraer un plan de análisis.
- El aprovechamiento del material, refiriéndose a la codificación de los datos del texto, cuya última etapa se refiere a la creación de categorías de análisis.
- El tratamiento de los resultados, refiriéndose a la inferencia y a la interpretación.

Por último, a partir de los hallazgos obtenidos del proceso de investigación en su conjunto, se desarrollaron recomendaciones para el diseño del instrumento. Para esto, se consideró una **perspectiva de Diseño**, en donde las ideas que surgieron se organizaron acorde a servicios públicos de apoyo sostenido al sector audiovisual, identificando herramientas y tipos de acciones recomendadas para realizar: **antes** de la ejecución de un nuevo instrumento, **durante**, y **después** de ella¹¹.

⁹ Bryman, A., (2016) Social research methods Fifth. ed

¹⁰ Bardin, L. (1986) “Análisis de Contenido” AKAL, Madrid. (p.32)

¹¹ Burns, C., Cottam, H., Vanstone, C. and Winhall, J. 2006. Transformation Design. RED paper 02. London: Design Council.

Participantes

La identificación de participantes fue realizada por el Consejo del Arte y la Industria Audiovisual (CAIA). Para ello, se realizó una sesión participativa (ver anexo n°3) con los/las representantes del CAIA en donde se definieron los criterios de inclusión de la muestra y se identificaron a los/las agentes del sector para convocar a los talleres de cada proceso colaborativo. En total, se identificaron **114** posibles participantes, correspondientes a agentes del sector audiovisual chileno.

Criterios de Inclusión

Para la identificación de participantes se consideraron los siguientes criterios de inclusión:

Participación regional: Representación de todas las regiones de Chile.

Participación femenina: Paridad de género.

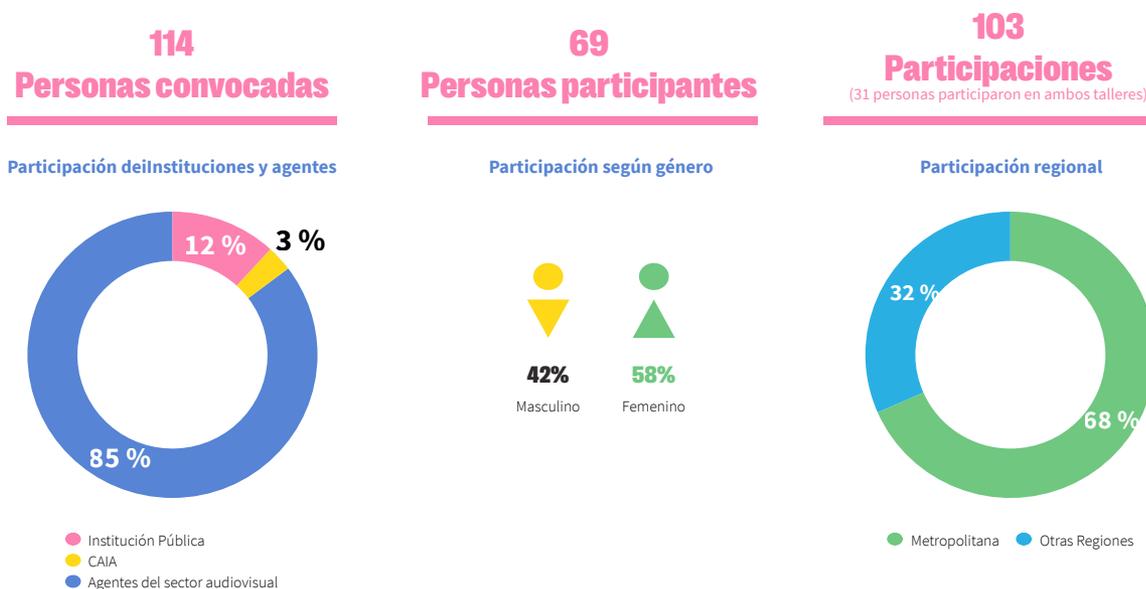
Representación Sectorial: Se buscó la participación de representantes de los distintos sectores dentro del ecosistema audiovisual. Por ejemplo, incluir el mundo de los videojuegos.

Representación gremial o institucional: Se buscó diversidad de los/las participantes en relación al tipo de organización que representan, ya sea privada, pública o de la sociedad civil.

Se enviaron invitaciones (ver anexo n°4) a un total de **114** representantes de diversas instituciones, gremios, organizaciones, quienes a través de un formulario *online* fueron invitados a inscribirse a una de las tres fechas disponibles para participar de cada ciclo de talleres.

En ese sentido, el tipo de muestreo correspondió a no probabilístico de sujetos voluntarios. Según Hernández, Fernández y Baptista¹², estos tipos de muestra "son frecuentes en ciencias sociales y en ciencias de la conducta."

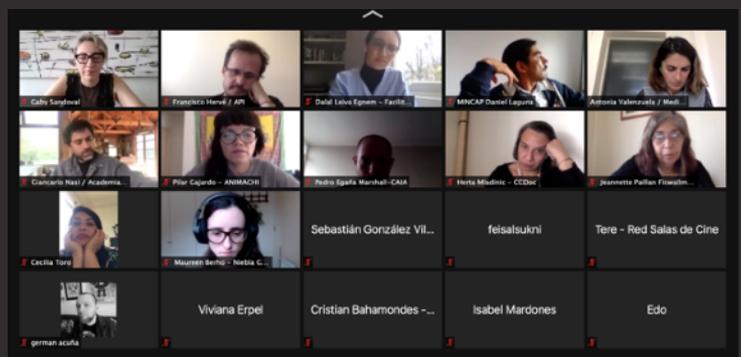
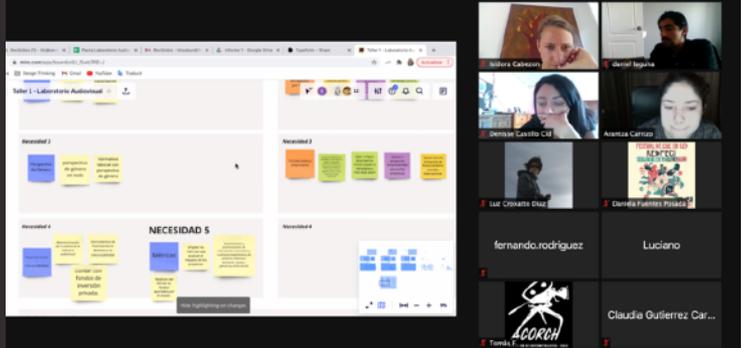
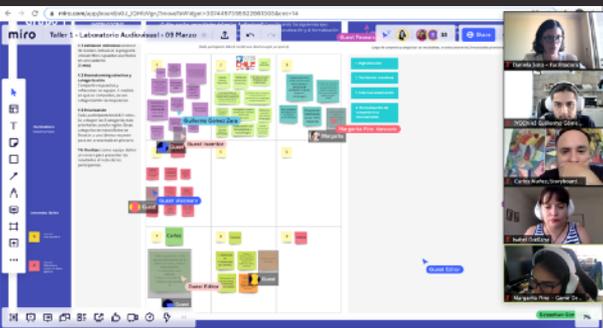
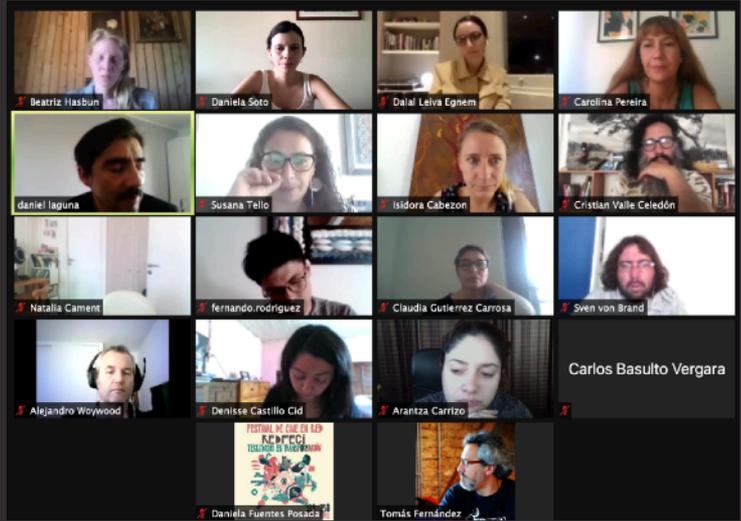
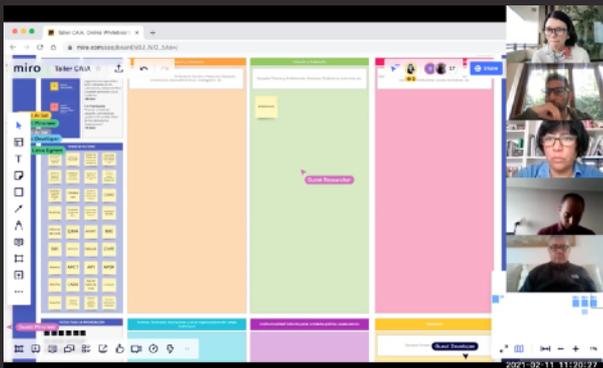
Figura 4 - Gráficas de participación



12 Hernández, Fernández y Baptista (1991) "Metodología de la Investigación" McGraw-Hill, México D.F.

Metodología

Imágenes de los talleres



Participantes

Talleres de levantamiento de necesidades y co-creación

Nombre Participante	Organización
Alberto Muñoz	CAIA - DGA
Alejandra Fritis Zapata	Corporación Cultural Ojo de Pescado
Alejandro Woywood	VGCHILE
Alicia Herrera	Directora de la Muestra Cine+Video Indígena
Alonso Leonardo Canales Echeverría	GameDev Comunidad UC
Antonia Valenzuela Antúnez	Mediamorfosis
Arantza Yanara Carrizo Ortiz	Nosotras Audiovisuales
Arnaldo Rodríguez	
Camila Rodó Carvallo	Nosotras Audiovisuales
Carlos Javier Núñez Rivera	Storyboard Media
Carolina Rivas	FRONTERA SUR Festival
Cecilia Andrea Toro Alvarez	ANIMACHI
Claudia Gutierrez	
Claudio Pereira	
Cristian Bahamondes	Cine The Oz
Cristian Valle Celedón	REDFECI
Daniel Lopez Pelissier	Festigol - Festival de Cine + Fútbol
Daniela Fuentes Posada	Red de Festivales
Daniela Camino	Mimbre Films, API Chile
Daniela Espinoza	SINTECI
Denisse Castillo	Gaya producciones
Eduardo	Academia de cine / Quijote Films
Esteban cruz	Agrupación RECUA "Centro de investigación y producción audiovisual"
Fernando Rodríguez	Mincap
Florencia Larrea	Mediamorfosis
Francisco Bobadilla	Chileguionistas AG
Francisco Hervé	API
Francisco Javier Bobadilla Venegas	Empatia Asesorías Creativas
Gabriela Sandoval	APCT: Asociación de Productores de Cine y TV, STORYBOARD MEDIA.
Giancarlo Nasi Cañas	Academia de cine de Chile / Quijote Films
Gonzalo Fredes	Cinelebu
Guillermo Gómez Zara	Video Games Chile
Guillermo Migrik	Tercer Mundo Producciones
Herta Mladinic Ocaranza	CCDOC

Nombre Participante	Organización
Ignacio Aliaga Riquelme	Dpto. Fomento Mincap
Ignacio Hernández	Para Amanda Films
Isabel Mardones	Goethe Institut Chile
Isabel Orellana	API
Javiera Paz Sepúlveda	
Jeannette Paillan	FIC WALLMAPU
Jose Gil	Chiledoc
Leonardo Ordóñez	Fundación Santiago Creativo
Leonora González	Parox
Lucía Castillo Prado	CORFO
Luz Croxatto	CAIA
Macarena Aguiló	ADOC
Margarita Constanza Pino Yancovic	Game Dev Planet
María Isidora Cabezón Papić	CORFO
Maureen Giselle Berho Montalvo	Niebla Games
Mauricio Alamo	DIRAC
Mayo Rodríguez	Bestias Danzantes Festival Cine de Danza
Natalia Cament	Mincap
Natalia Rodríguez	
Nicolas Mladinic	CORFO
Patricia Flores Duarte	CORFO
Paula Ossandón Cabrera	CCDoc/Chiledoc
Pedro Egaña	CAIA
Pilar Gajardo Bastías	ANIMACHI
Rafael Phillips Berrios	Corporación cultural de Puerto Montt
Rocío Alejandra Romero Quintana	Mimbre Producciones
Sebastián Gonzalez	Maltrato Films
Sebastian Gonzalez Canepa	ACE Team / Videogames Chile AG
Sven von Brand L.	VGCHILE, Abstract Digital works
Tania Salazar Maestri	CORPARTES
Tehani Staiger	AD CULTURA, Observatorio Audiovisual
Teresita Ugarte	Asociación Gremial Red de Salas Independientes de Cine de Chile
Tomás Fernandez	
Viviana Erpel	ADOC
Yeniffer Fasciani	Niebla Producciones

Participantes

Consejo del Arte y la Industria Audiovisual (CAIA)

Nombre Participante	Organización
Pedro Egaña	CAIA
Alberto Muniz	CAIA
Marcela Medel	CAIA
José Raval	CAIA
Jimmy Campillay	CAIA
Luz Croatto	CAIA
Roberto Paulsen	CAIA
Ernesto Chirino	CAIA
Beatriz P	CAIA

Limitaciones del estudio

Como se planteó anteriormente, el presente estudio y los resultados aquí generados servirán para aportar con información al diseño de un instrumento asociado al Programa de Industrias Creativas del Fondo Audiovisual del Mincap. Sin embargo, la investigación presenta algunas limitaciones importantes de considerar.

La aproximación metodológica base ¹³ para el desarrollo del Laboratorio Audiovisual, fue diseñada para **producir información exploratoria valiosa y relevante** para el diseño de políticas e instrumentos públicos, a partir de las percepciones de agentes del ecosistema. En ese sentido, es un insumo en términos de recomendaciones para diseñar el nuevo instrumento, pero sus resultados no buscan directamente diseñar nuevos instrumentos de política cultural, ya que para esto es necesario considerar diferentes miradas, métodos de análisis y recolección de información para complementar los hallazgos y recomendaciones aquí expresados. Como menciona Unesco (2011)¹⁴ "la implementación efectiva de una política cultural depende de la convicción de las autoridades públicas y de los organismos relevantes y de su determinación de adoptar una política activa en cultura. Esto incluye no solo a las autoridades directamente responsables de los sectores culturales, sino también a la voluntad política general de todas las autoridades interesadas."

Otro punto a considerar es que durante el proceso se pudo constatar un sesgo muestral que incide en la representatividad de los resultados. Esto, debido a que: en primer lugar, los/las participantes fueron convocados a través de canales digitales

en donde, a pesar de que se buscó reiterar la comunicación, únicamente participaron aquellos que contaban con la disposición y disponibilidad de tiempos; y en segundo lugar, el levantamiento de actores dio como resultado un listado de aquellos agentes del sector audiovisual que estaban previamente en relación ya sea con el Ministerio y/o el CAIA. En ese sentido, cabe mencionar que la muestra no busca ser representativa del sector audiovisual en términos estadísticos, sino más bien identificar aquellos actores relevantes de la industria que debían ser consultados, se disponía de los datos de contacto y aceptaron participar voluntariamente.

Por último, cabe señalar que, la limitación anterior tuvo un efecto, a su vez, en la representación regional esperada; si bien inicialmente se esperaba contar con un representante de cada una de las regiones de Chile, operativamente se logró un 32% de representación regional, dentro de la cual mayoritariamente los/las agentes provenían de la Región de Valparaíso, con algunas representaciones de la Región de Los Lagos, La Araucanía, Arica y Parinacota y Coquimbo.

¹³ Laboratorios de Investigación acción. Apartado Metodología, Reporte Laboratorio Audiovisual 2021.

¹⁴ P. Jeretic and D. Rosello Cerezuola for the Division of Cultural Policies and Intercultural Dialogue, UNESCO (2011). Operational processes for the formulation and implementation of cultural policies: some basic principles.

4. Hallazgos

del proceso participativo

Hallazgos

Con el objetivo de levantar recomendaciones para el diseño de un instrumento asociado al Programa de Industrias Creativas del Fondo Audiovisual (del Mincap), el Laboratorio Audiovisual 2021 se basó en dos principales preguntas de investigación:

- ¿Cuáles son las necesidades prioritarias que los/las agentes del ecosistema perciben en relación al fomento del sector audiovisual?
- ¿Qué ideas y acciones surgen desde los/las agentes del ecosistema para el diseño de un nuevo instrumento asociado al Programa de Industrias Creativas del Fondo Audiovisual?

Las necesidades que se identificaron en el primer ciclo de talleres se enmarcaron en los cuatro ámbitos estratégicos de fomento de la Secretaría Ejecutiva de Economía Creativa: digitalización del sector creativo; territorios creativos; internacionalización; y formalización y formación de competencias transversales.

Las ideas y acciones trabajadas en el ciclo 2 de los talleres fueron levantadas en base a las necesidades declaradas por los/las participantes en el primer ciclo.

La información generada durante todo el proceso del Laboratorio, permitió levantar tres tipos de hallazgos interconectados entre ellos. En primer lugar, emergieron necesidades y problemáticas asociadas al desarrollo de la industria audiovisual. Segundo, ideas co-creadas para abordar las necesidades detectadas. Por último, información clave relacionada a características y atributos que fueron recogidos

de manera transversal. Estos datos, desde una perspectiva de Diseño ¹⁴, son relevantes de considerar en la creación de un nuevo instrumento de política pública para cultura.

A continuación se presentan los hallazgos de la presente investigación. Primero se presentarán las necesidades identificadas, y luego se revisarán las ideas levantadas asociadas a cada necesidad levantada.

¹⁴ Metodología, Apartado Diseño del estudio, Reporte Laboratorio Audiovisual

Necesidades detectadas

En las tres sesiones del ciclo 1 de talleres se levantaron diversas problemáticas a abordar por parte de los/las participantes. En un primer nivel de análisis, dicha información fue categorizada en ámbitos desde donde se identifican las necesidades del sector audiovisual. Dos de las tres dimensiones emergentes con mayor recurrencia responden a ámbitos de desarrollo de la política pública: Formalización y Formación de Competencias y Territorios Creativos/Descentralización. La tercera dimensión, que concentra la mayor cantidad de categorías, corresponde a Financiamiento.

Un segundo nivel de análisis permite clasificar las prioridades para el fomento de la industria audiovisual en dos grandes categorías; aquellas que están directamente relacionadas con los/las usuarios/as, es decir que pueden ser abordadas con instrumentos dirigidos a los/las agentes del sector; y aquellas que están indirectamente relacionadas, es decir que son necesidades que si bien deben ser abordadas, no se encontrarían dentro del marco de acción del nuevo instrumento asociado al Programa de Industrias Creativas.

Figura 5 - Prioridades identificadas para el fomento de la Industria Audiovisual



Necesidades detectadas

En relación a prioridades que quedarían fuera del marco de acción del instrumento, las categorías mencionadas con mayor recurrencia tienen relación con la necesidad de

conseguir **financiamiento privado** para el desarrollo de proyectos audiovisuales, y con la **formación de audiencias**, para el quehacer audiovisual chileno.

Figura 6 - Necesidades indirectamente relacionadas con los/las usuarios/as

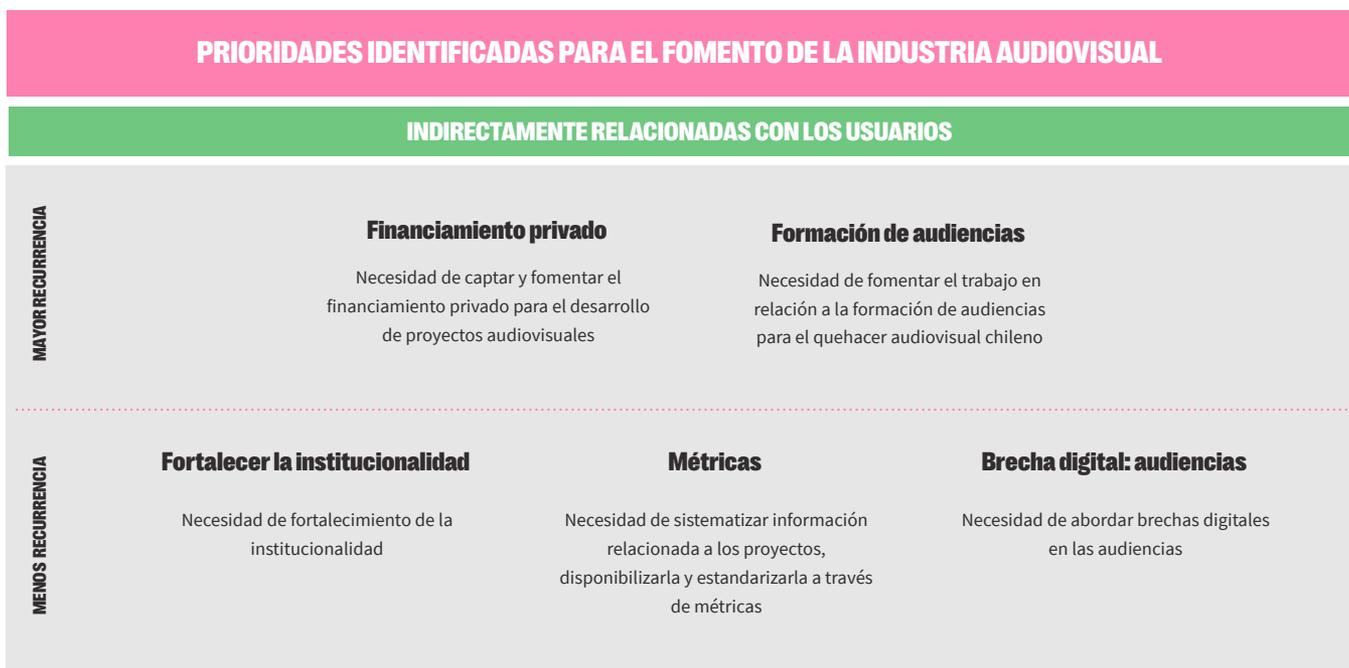
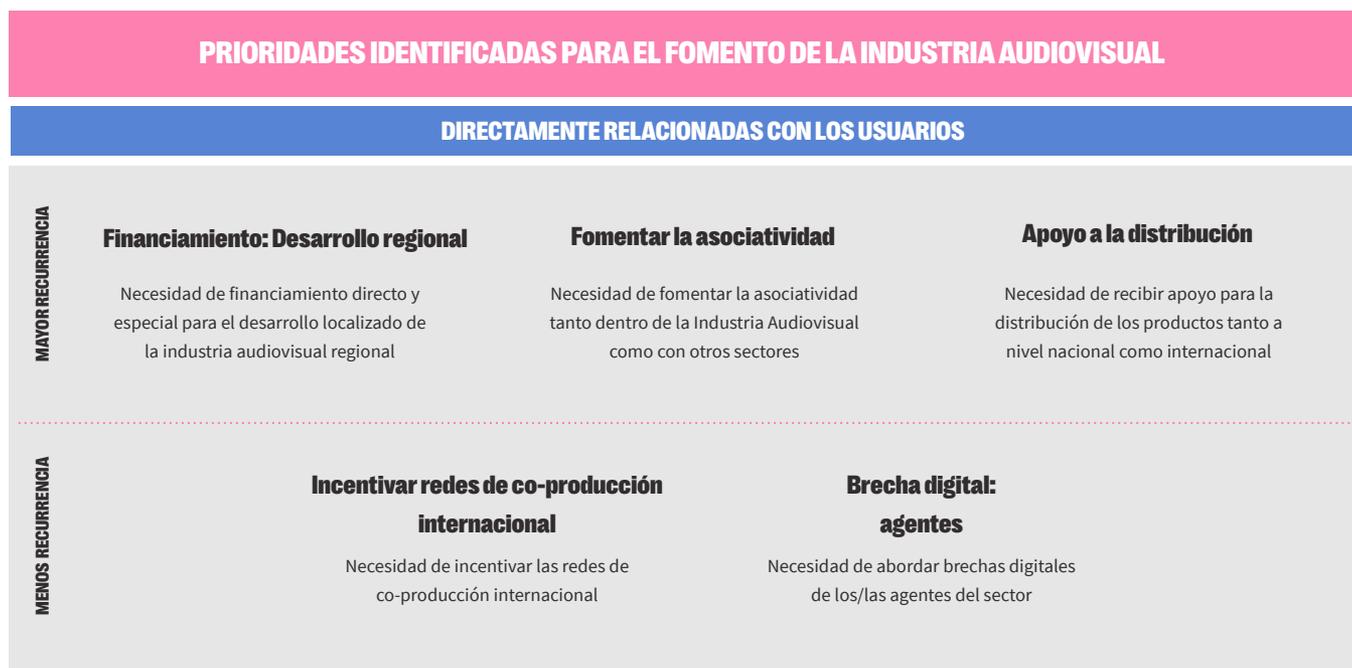


Figura 7 - Necesidades directamente relacionadas con los/las usuarios/as



Necesidades detectadas

En relación con las necesidades directamente relacionadas con los/las usuarios/as, las cuales fueron priorizadas durante el ciclo 1, para continuar con el proceso del Laboratorio Audiovisual, estas se categorizaron en tres áreas de mayor recurrencia: el financiamiento, desde la perspectiva del desarrollo regional; el fomento a la asociatividad; y el apoyo a la distribución de los productos audiovisuales tanto a nivel nacional como internacional.

Hecho esto, y con el objetivo de que los/las participantes del segundo taller no se centraran nuevamente en describir los problemas, sino más bien que se pudiera dar paso al proceso de ideación, las necesidades detectadas fueron transformadas en desafíos de innovación.

En ese sentido, los tres desafíos de innovación abordados en el segundo taller fueron los siguientes:

Figura 8 - Desafíos de innovación para la ideación

Financiamiento: Desarrollo regional

Necesidad de financiamiento directo y especial para el desarrollo focalizado de la industria audiovisual regional



1.

¿Cómo podríamos otorgar financiamiento directo para el desarrollo de la industria audiovisual regional?

Fomentar la asociatividad

Necesidad de fomentar la asociatividad tanto dentro de la Industria Audiovisual como con otros sectores



2.

¿Cómo podríamos fomentar la asociatividad dentro de la industria audiovisual entre sus miembros/as y otros sectores?

Apoyo a la distribución

Necesidad de recibir apoyo para la distribución de los productos tanto a nivel nacional como internacional



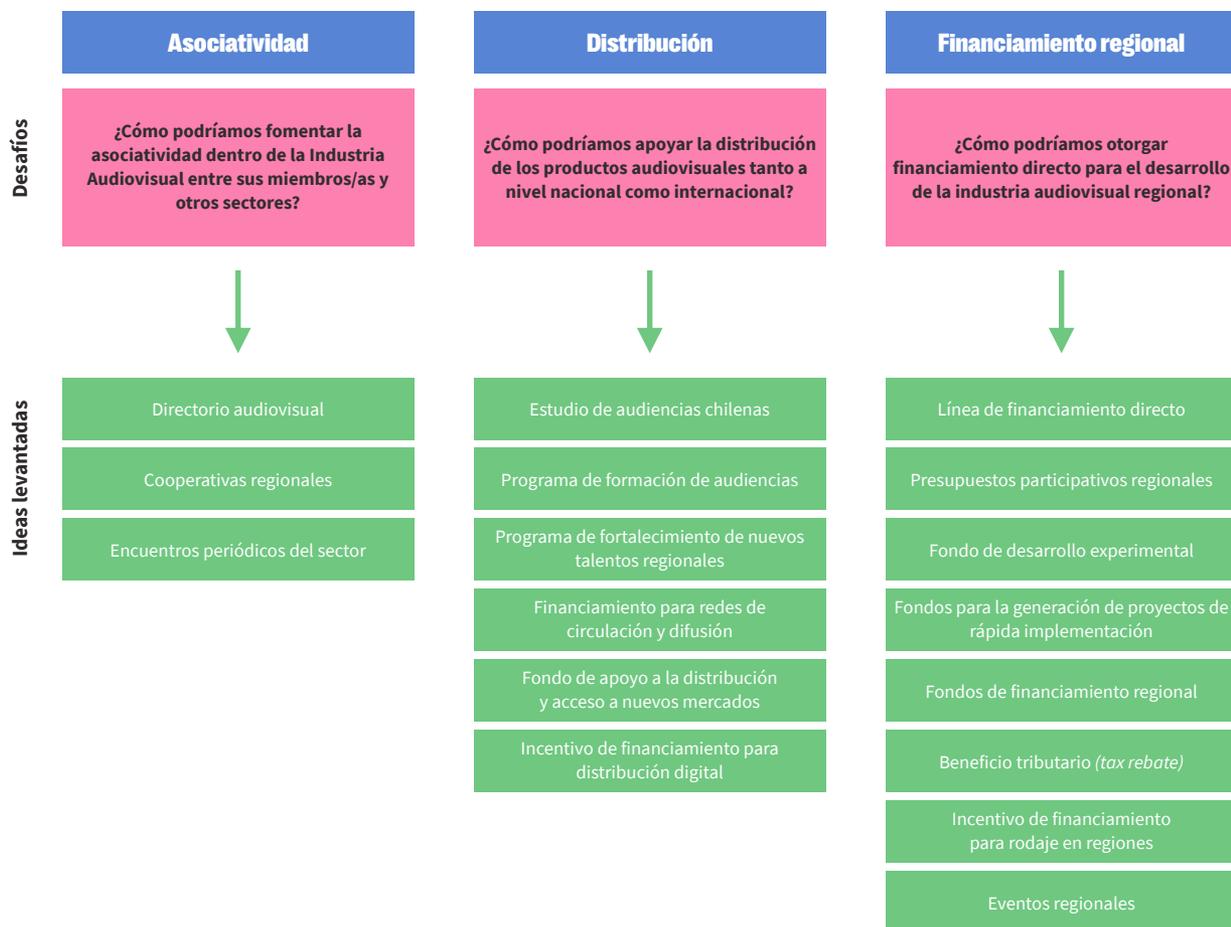
3.

¿Cómo podríamos apoyar la distribución de los productos audiovisuales tanto a nivel nacional como internacional?

Ideas levantadas por desafío

A continuación se presentan los principales hallazgos obtenidos asociados a las ideas levantadas por cada uno de los desafíos. En esa línea, los hallazgos son presentados en relación a cada uno de los desafíos abordados.

Figura 9 - Resumen de ideas levantadas por desafíos



Asociatividad

¿Cómo podríamos fomentar la asociatividad dentro de la industria audiovisual entre sus miembros/as y otros sectores?

En primer lugar, asociado al fomento de la asociatividad, una de las ideas que emerge con mayor recurrencia entre los/las participantes corresponde al levantamiento de un Directorio Audiovisual, como **condición habilitante** para poder realizar otras acciones que permitan asociarse dentro y fuera del sector. En ese sentido, el propósito del directorio es identificar y caracterizar a los distintos actores nacionales, iniciativas y proyectos del sector audiovisual. Adicionalmente, la idea es que esta información quede disponibilizada de forma pública, y que se pueda segmentar por tipo de actividad, región, nivel de experiencia del actor, y si ha tenido adjudicación de fondos. Adicionalmente, estos datos pueden ser utilizados por parte del Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio para focalizar los recursos.

Por otra parte, y en relación directa con el fomento de la asociatividad, emergieron ideas que pudieran ser financiadas a través del nuevo Fondo Audiovisual de Industrias Creativas. En primer lugar, se sugiere como **estrategia de fomento** la creación de cooperativas regionales de trabajadores audiovisuales y pequeñas empresas, que permitan fomentar la asociatividad entre los distintos actores del sector audiovisual local, estilo empresa compartida. Adicionalmente, y en relación a las potenciales **ayudas económicas directas**, se propone la creación de un fondo de exploración colaborativa entre sectores, dirigido a creadores que no han colaborado previamente y pertenecen a distintas áreas creativas, tales como documental, ficción, web serie, videojuego, animación, teatro, entre otros. La idea es permitir que empresas o grupos

de distintos sectores formular un proyecto exploratorio para financiar la etapa de preproducción.

Por último, otra de las ideas que emergió con fuerza entre los/las participantes, fue la de realizar encuentros periódicos del mundo audiovisual, también denominados mesas de trabajo, organizadas por regiones para reunir actores de distintos sectores. Lo anterior, con el propósito de generar conexiones entre estos, compartir conocimientos y buenas prácticas. Es importante considerar que, para que este tipo de iniciativas funcione y se mantengan en el tiempo, es necesario definir objetivos y productos concretos para los encuentros.

Relacionado a la idea de estos encuentros periódicos, algunos participantes mencionaron que podrían ser utilizados para conocer mejor las necesidades específicas para de región y articular los capítulos regionales del CAIA, específicamente a través de los/las consejeros/as regionales.

“Generar redes que permitan fortalecer el trabajo asociativo a través de la colaboración entre sub-sectores, gremios y actores del ecosistema.”

Participante del Laboratorio Audiovisual, 2021

Distribución

¿Cómo podríamos apoyar la distribución de los productos audiovisuales tanto a nivel nacional como internacional?

En relación al desafío de distribución, las ideas que emergieron en los talleres pueden ser divididas en dos categorías: una asociada a las audiencias y otra asociada al proceso de distribución propiamente tal.

En primer lugar, y en relación al tema de audiencias, las ideas emergidas se asocian a la necesidad de realizar un estudio de audiencias chilenas, **como una condición habilitante** para que -asociado a dichos resultados- se pueda levantar un programa de formación de audiencias que pudiera ir dirigido tanto a público general, como a audiencias específicas, tales como niños, niñas y jóvenes en escuelas y liceos.

Estrechamente relacionada con esta idea, emerge la idea de generar un programa de fortalecimiento de nuevos talentos regionales dirigido a jóvenes creadores locales, desde la enseñanza básica, tales como clubes de cine en colegios, con asesoría de expertos nacionales e internacionales. Para ambas instancias, se recomienda realizar convenios con el Ministerio de Educación para su implementación.

Por otro lado, y en relación a las ideas vinculadas directamente con el apoyo a la distribución, se mencionó la posibilidad de contar con financiamiento a redes de circulación y difusión tales como medio televisivos locales, salas de cine y espacios culturales municipales, en las cuales se proyecte contenido financiado con fondos públicos, teniendo de esta manera un porcentaje de distribución asegurado.

Por otro lado, otra de las ideas que emergió con fuerza entre los/las participantes corresponde al diseño de un fondo de apoyo a la distribución y acceso a nuevos mercados destinado a realizadores, productores y gestores con proyectos ya desarrollados y/o financiados, o bien, distribuidoras que apoyen la industria chilena. El propósito de este fondo sería apoyar la asistencia a instancias de mercado y ferias (no festivales) que permitan la comercialización de los productos audiovisuales. Adicionalmente, se mencionó la idea de que este fondo tenga un mayor énfasis en producciones audiovisuales regionales y un foco en la apertura a mercados internacionales.

Por último, y probablemente inspirado en el contexto de emergencia sanitaria en la que nos encontramos, y que ha cambiado la forma en que las audiencias se aproximan a los productos audiovisuales, emerge la idea de generar un Incentivo de financiamiento para distribución digital, que incentive la generación de plataformas nacionales. Asociado a la generación de dichas plataformas, se menciona la necesidad de que se preste atención a la regulación de las mismas.

“Necesitamos crear más espacios de exhibición para el audiovisual, y que nos permita llegar a mercados internacionales.”

Participante del Laboratorio Audiovisual, 2021

Financiamiento regional

¿Cómo podríamos otorgar financiamiento directo para el desarrollo de la industria audiovisual regional?

Por último, y en relación al desafío de otorgar financiamiento para el desarrollo de la industria audiovisual, emergieron distintas opciones no necesariamente excluyentes. Una de las ideas que emergió con fuerza –asociada a la necesidad detectada en el primer ciclo sobre talleres para superar la concursabilidad del financiamiento del sector– corresponde a la **creación de ayudas económicas directas**. Por ejemplo, una línea de financiamiento directo, que otorgue los recursos de manera automática si se cumple con ciertos criterios previamente definidos para el inicio de un nuevo producto audiovisual. Un ejemplo entregado sobre estos requisitos es la cantidad de años de residencia en la región. Adicionalmente, se menciona la posibilidad de que existan convocatorias especiales para el financiamiento de mujeres, o específico para las distintas etapas del desarrollo de un proyecto audiovisual, tales como producción, distribución entre otros. Por otro lado, y siguiendo la línea de financiamientos ya existentes en el Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio, se recomienda como **atributo** que la esta se dividida entre iniciativas emergentes y de trayectoria consolidada. Lo anterior, permite que las iniciativas que ya tienen una trayectoria reconocida, puedan tener un financiamiento continuado por uno o dos años, de manera se asegurar su continuidad. Adicionalmente, lo anterior tiene el beneficio de permitir el financiamiento de los costos de operación, así como la formalización del trabajo en el sector audiovisual.

Otra idea innovadora, corresponde a la elaboración de presupuestos participativos regionales donde se defina un presupuesto local y que los actores relevantes de la industria

en cada territorio sean los que definan el destino de esos recursos.

Asimismo, otra idea diferenciadoras, es el diseño de un fondo de desarrollo experimental específico para fomentar la transmedia y fondos para la generación de proyectos de rápida implementación, a nivel idea, prototipo o prueba de concepto orientado a escuelas primarias, secundarias o instituciones de educación superior apoyados por profesionales de la industria para su planificación e implementación. Esta última idea se asocia a la emergida en el desafío de distribución, en relación al fomento de nuevos talentos.

Por otro lado, y en relación a ajustes que se pudieran realizar a instrumentos ya existentes, se señala que los fondos de financiamiento regional cuenten con bases desarrolladas a medida de las necesidades regionales. Esta idea se relaciona estrechamente con la recomendación transversal que emerge sobre la importancia de conocer el diagnóstico de las necesidades de las regiones. Adicionalmente, y como **atributo** de los fondos de financiamiento, se menciona la posibilidad de organizar este fondo por las macrozonas del país y, por otra parte, que incorpore evaluadores internacionales, de manera que la evaluación y adjudicación sea más transparente. Otra modificación que se sugiere, es regular el tema de salarios, ajustándolos a las necesidades sectoriales.

Financiamiento regional

Otras **estrategias de fomento emergidas** se asocian más al otorgamiento de recursos posteriores al desarrollo del producto audiovisual. Entre estas destacan la posibilidad de contar con un beneficio tributario (*tax rebate*) para empresas nacionales, como por ejemplo, disminución del impuesto a la renta; y para compañías extranjeras que produzcan contenido audiovisual en regiones, reconociendo el porcentaje del gasto realizado en la contratación de servicios con proveedores locales. Otra alternativa es la generación de un Incentivo de financiamiento para rodaje en regiones, dirigido a productoras locales y de otras regiones que financie hasta un 40% de los costos de rodaje.

Por último, se menciona la posibilidad de realizar eventos regionales que puedan tener distintos focos, tales como exhibición, instancias de venta y distribución y/o formativas como forma de crear espacios macro para generar una visibilidad de la región en sus diferentes aristas para las oportunidades de crecimiento cultural, educativo y económico. En esta instancia también sería relevante que pudieran participar las diferentes instituciones asociadas al fomento de la industria creativa, como Pro Chile, Chile Creativo entre otros.

“Deben establecerse nuevas formas de asignación de recursos. El concurso no puede ser la única vía de financiar la política pública.”

Participante del Laboratorio Audiovisual, 2021

“A diferencia de las líneas de financiamiento selectivas (concursos), las líneas de financiamiento automático (tomo el ejemplo de Francia) permiten obtener financiamiento simplemente cumpliendo unos determinados requisitos.

Lo importante es definir cuáles son esos requisitos.”

5. Recomendaciones

Recomendaciones para el diseño del instrumento

A partir de los hallazgos obtenidos durante el proceso de investigación, se desarrollaron recomendaciones para el diseño del instrumento asociado al Programa de Industrias Creativas del Fondo Audiovisual (del Mincap).

Para esto, se utilizó una perspectiva de **Diseño**¹⁵, en donde las ideas que surgieron se organizaron acorde a un **servicio**: identificando acciones recomendadas de realizar **antes** de la ejecución de un nuevo instrumento, **durante**, y **después** de su ejecución.

Un instrumento de política cultural es entendido como una herramienta que se implementa para canalizar las políticas públicas¹⁶. Aún cuando existen variados mecanismos de implementación de una política cultural, estos pueden corresponder a ayudas económicas directas, incentivos fiscales, regulaciones asociadas, provisión de bienes y servicios, entre otros¹⁷.

A partir de la información obtenida a través del proceso del Laboratorio Audiovisual, se identificaron tres posibles tipos de instrumentos a diseñar. El primero, relacionado con la **provisión de bienes y servicios** por parte del Fondo Audiovisual, en específico, correspondientes a programas de formación y activación de redes, que permitan a los/las beneficiarios/as capacitarse en diversas temáticas y conectar con otros agentes creativos.

El segundo tipo de instrumentos, se relaciona con **ayudas económicas directas** que implican disponibilizar tanto recursos como mecanismos de acceso al financiamiento para el sector audiovisual, bajo diversos regímenes de adjudicación.

Finalmente, y a partir de las percepciones de los propios participantes, otra recomendación de instrumento que emerge tiene relación con el **diseño de estrategias específicas de**

fomento al sector audiovisual regional, con iniciativas tales como la creación de beneficios tributarios, crear incentivos para rodajes en regiones, y creación de cooperativas regionales.

Asimismo, cabe señalar que fue posible detectar recomendaciones que dan cuenta de una serie de acciones que, según los/las participantes del proceso, resultarían ser condiciones habilitantes y necesarias para la ejecución de cualquier nuevo instrumento. Por ejemplo, se recomienda la creación de herramientas específicas tales como un Directorio Audiovisual, o un Directorio de Entidades de capacitación, que permita acceder a la formación en distintas áreas de conocimiento asociado a la producción audiovisual, entre otros.

Por último, se recomienda considerar ciertos atributos que emergieron con fuerza durante el proceso, necesarios para cualquier tipo de instrumento que se quiera implementar. Dentro de ellos, variadas fechas de adjudicación, contar con métricas claras para la evaluación del impacto (tanto con indicadores cuantitativos como cualitativos) y considerar evaluadores internacionales de manera que la evaluación y adjudicación sea más transparente. Del mismo modo, se recomienda diferenciar los perfiles de acceso para el instrumento desde una perspectiva que diferencia entre proyectos emergentes y de trayectoria. Por último, se recomienda la posibilidad de organizar los instrumentos por las macro zonas del país para fomentar la descentralización.

A continuación se presenta una profundización de cada recomendación.

¹⁵ Metodología, Apartado Diseño del estudio, Reporte Laboratorio Audiovisual.

¹⁶ Modelos de políticas culturales, observatorio vasco de cultura

¹⁷ Modelos de políticas culturales, observatorio vasco de cultura

A continuación se presenta una serie de potenciales instrumentos, los que están organizados y categorizados en tres grandes tipologías.

1. Provisión directa de servicios

2. Ayudas económicas directas

3. Estrategias de Fomento al sector

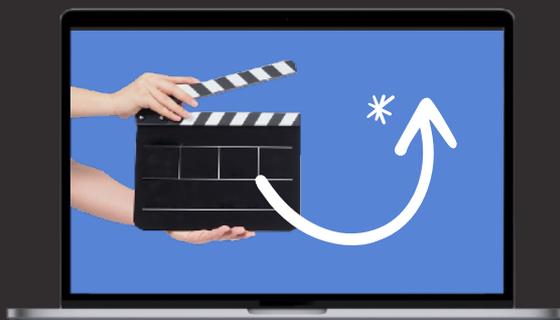
Audiovisual Regional

Cabe señalar que éstas son ideas y recomendaciones asociadas al diseño de instrumentos de fomento al Audiovisual, y por lo tanto **no constituyen una única propuesta.**

Tipo de instrumento: provisión directa de servicios

Objetivo

Disponibilizar servicios de apoyo al desarrollo del sector a través de programas de formación y activación de redes, que permitan a los/las beneficiarios/as capacitarse en diversas temáticas y conectar con otros agentes creativos.



Descripción

Uno de los tipos de instrumentos detectados con mayor recurrencia dice relación con la implementación de acciones de fomento enfocadas en el apoyo directo a los diversos agentes del campo audiovisual. Específicamente, a través de procesos de formación que incluyan oportunidades de mentorías y aceleradoras de proyectos y, a su vez, del desarrollo de instancias de encuentro periódicas para el sector audiovisual.

Las ideas levantadas respecto a este instrumento son:

- Programa de fortalecimiento de nuevos talentos regionales dirigido a jóvenes creadores locales, desde la enseñanza básica, tales como clubes de cine en colegios, con asesoría de expertos nacionales e internacionales.
- Programa de fortalecimiento y consolidación para la industria audiovisual regional enfocado tanto en realizadores regionales, empresas productoras y distribuidoras, desarrollado en base a un

entendimiento específico de características y potencialidades propias de cada región o macrozona.

- Programa de formación de audiencias que pueda ir dirigido tanto a público general, como a audiencias específicas en escuelas y liceos, fortaleciendo la vinculación con el Ministerio de Educación.
- Programa de capacitación para agentes emergentes de la industria en temas de nuevos formatos, gestión, marketing, difusión, distribución, fondos disponibles, entre otros.
- Encuentros periódicos o mesas de trabajo tanto dentro del sector audiovisual como con otras áreas para generar conexiones, compartir conocimientos y buenas prácticas definiendo objetivos y productos concretos de los encuentros.

Recomendaciones para el diseño del instrumento

Tipo de instrumento: ayudas económicas directas

Objetivo

Disponibilizar mecanismos de acceso a recursos económicos para el sector audiovisual, a través de financiación directamente entregada a beneficiarios bajo el cumplimiento de requisitos.

Descripción

Una de las temáticas levantadas y ampliamente discutidas por los/las participantes del proceso tuvo relación con los mecanismos de acceso al financiamiento para las distintas etapas de la cadena de valor del sector audiovisual. Fue posible detectar con fuerza una necesidad de revisión de las lógicas de concurso asociadas a los financiamientos disponibles para el sector por parte del Fondo Audiovisual, así como también la duración de los beneficios económicos. Los/las asistentes observaron que las opciones actualmente disponibles son consideradas mayoritariamente como insuficientes en estos sentidos. Aún cuando la idea de contar con un financiamiento de asignación automática a proyectos que cuenten con ciertos criterios preestablecidos emergió con fuerza, también fue posible observar ideas relativas a líneas específicas de fondos concursables asociados al futuro Instrumento del programa de industrias creativas.

En relación a líneas de fondos concursables, se observaron con mayor recurrencia:

- Financiamiento para la generación de redes de circulación y difusión.
- Fondo de exploración colaborativa entre sectores dirigido a creadores que no han colaborado previamente y que pertenecen a distintos sectores tanto del audiovisual como



de otras disciplinas. La idea es permitir a empresas o grupos de distintos sectores formular un proyecto exploratorio conjunto para financiar la etapa de preproducción.

- Convocatorias específicas para el financiamiento de proyectos liderados por mujeres para las distintas etapas del desarrollo de un proyecto audiovisual.
- Fondos para la generación de proyectos de rápida implementación a nivel idea, prototipo o prueba de concepto, orientado a escuelas primarias, secundarias o instituciones de educación superior apoyados por profesionales de la industria para su planificación e implementación.
- Fondos de financiamiento regional que considere el levantamiento de necesidades y oportunidades particulares de cada región.

En el caso del acceso a financiamiento denominado como automático, se observaron recomendaciones sobre los requisitos y criterios, mayoritariamente asociados a trayectoria. Se manifestó como relevante formalizar apoyos de largo plazo a aquellos proyectos que cuenten con demostrable trayectoria y trabajo, como entidades relevantes de fomento al campo audiovisual.

Tipo de instrumento: Estrategias de Fomento al sector Audiovisual Regional

Objetivo

Promover mediante incentivos impulsados desde el Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio, que los actores del sector audiovisual desarrollen productos audiovisuales en regiones.

Descripción

En relación a las estrategias de fomento, se pueden agrupar tres ideas de iniciativas específicamente dirigidas a fortalecer el rol de las regiones en la industria creativa audiovisual. Primero, un beneficio tributario (*tax rebate*) para quienes demuestren la contratación de servicios locales asociados a la producción de contenido audiovisual en regiones. Segundo, se menciona la posibilidad de generar un Incentivo de financiamiento para rodaje en regiones, con la devolución de un porcentaje de los gastos asociados. Finalmente, se menciona la idea de generar encuentros periódicos regionales para favorecer la asociatividad y la necesidad de fomentar las cooperativas regionales.



Recomendaciones para el diseño del instrumento

Condiciones habilitantes

Las condiciones habilitantes son resultados de procesos internos institucionales que deben ser atendidas previo al inicio del proceso de gestión del nuevo instrumento. Estas hacen relación tanto con lógicas y mecanismos a implementar en la entrega del nuevo instrumento, así como herramientas que pudieran facilitar la gestión, asociatividad y transparencia del fomento de la Industria Creativa en el sector audiovisual. Los elementos o herramientas destacadas como condiciones habilitantes del proceso son:

- Directorio Audiovisual, referido a una base de datos identificando todos y todas quienes forman parte del sector audiovisual chileno.
- Caracterización de la industria audiovisual, asociado al elemento directorio, que pudiera disponibilizar la información de caracterización de los actores del sector de manera pública.
- Documento con recomendaciones (*consejos*) de la industria, que recoja la experiencia de aquellos actores que tienen mayor trayectoria.
- Estudio de audiencias chilenas.

Atributos del proceso

Asimismo, se identificaron de manera transversal algunos atributos del proceso aplicables a los distintos tipos de instrumentos identificados, es decir, asociados a la provisión de bienes y servicios, ayudas económicas directas, y adicionalmente, a las estrategias de fomento que emergieron. Dentro de los atributos del proceso se puede destacar:

- Contar con variadas fechas de adjudicación.
- Contar con métricas claras de impacto, considerando tanto indicadores cuantitativos como cualitativos.
- Invitar a evaluadores internacionales al proceso de adjudicación de fondos de manera que la evaluación y adjudicación sea más transparente.
- Diferenciar el financiamiento entre proyectos emergentes y de trayectoria.
- Organizar el instrumento por las macrozonas del país.

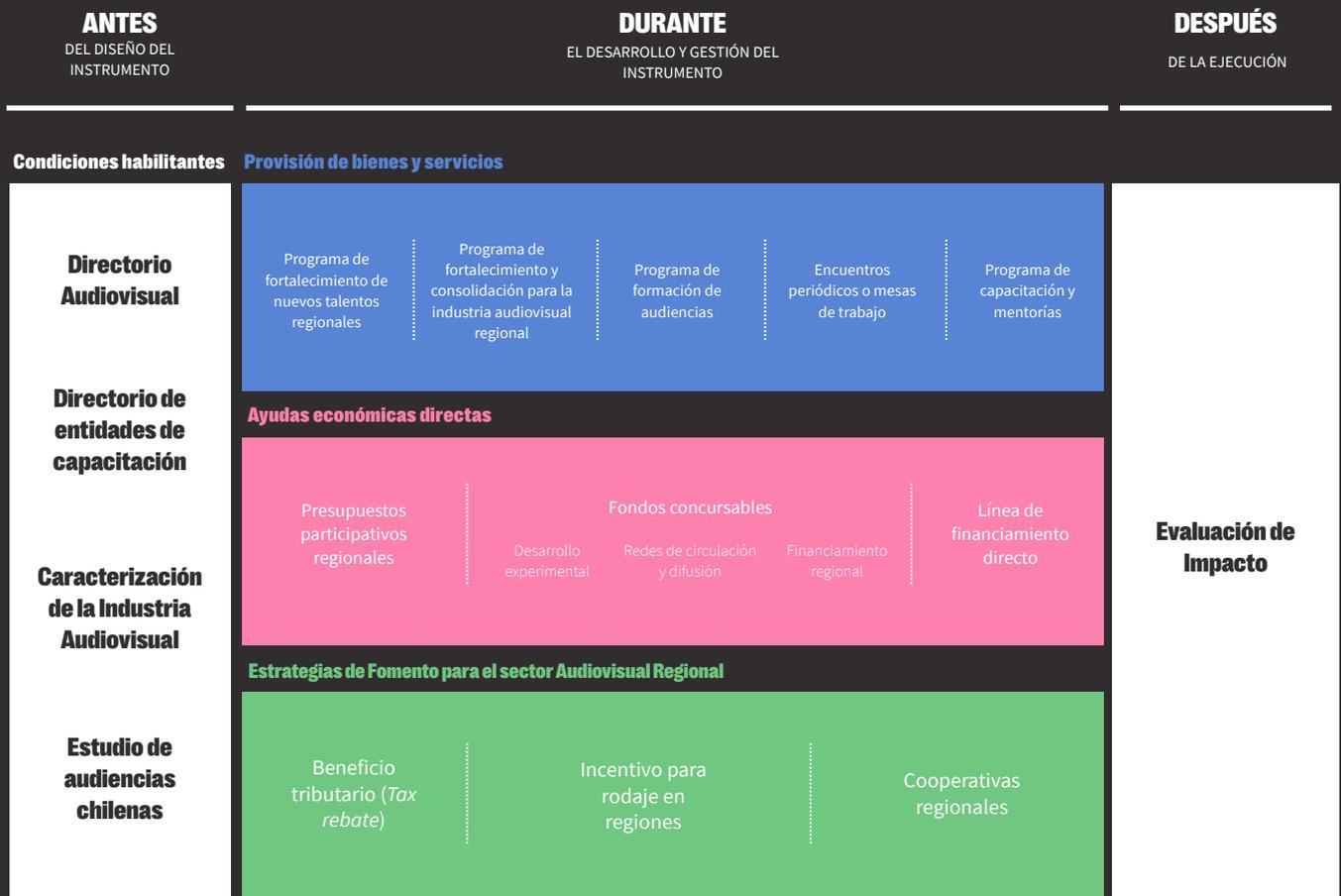
“Falta medir el impacto de los proyectos, e incluir otro tipo de métricas más enfocadas en lo creativo, el valor, la memoria, el desarrollo cultural, comunitario, asociativo, etc.”

Participante del Laboratorio Audiovisual, 2021

Recomendaciones para el diseño del instrumento

La Figura 10 presenta una visualización de las recomendaciones desarrolladas, organizadas en acciones a realizar antes del diseño del instrumento, durante el desarrollo y la gestión de este y después de su ejecución.

Figura 10 - Resumen de Recomendaciones para el diseño del instrumento



Atributos del proceso

Organización de iniciativas por macrozonas del país

Variadas fechas de adjudicación

Evaluadores Internacionales

Diferenciar entre proyectos emergentes y de trayectoria

6. Conclusiones

Conclusiones

El Laboratorio Audiovisual fue un proceso de Diseño Participativo que buscó levantar recomendaciones para el diseño de un instrumento asociado al Programa de Industrias Creativas del Fondo Audiovisual, a partir de las miradas y percepciones de diversos agentes de la Industria Audiovisual de Chile.

Para esto, se desarrollaron dos ciclos de talleres participativos que contaron con la participación de 103 agentes del audiovisual. El ciclo 1 fue para identificar las necesidades prioritarias del sector en relación al fomento de la Industrias Audiovisual; y el ciclo 2, para co-crear ideas y acciones para el diseño del instrumento asociado al Programa de Industrias Creativas del Fondo Audiovisual.

Las necesidades prioritarias que surgieron, y que pueden ser abordadas con instrumentos específicos de implementación de política pública dirigidos a los/las agentes del sector audiovisual, corresponden a: necesidades de financiamiento desde una perspectiva de desarrollo regional; necesidades en relación al fomento a la asociatividad; y necesidades en relación al apoyo a la distribución de los productos audiovisuales, tanto a nivel nacional como internacional. Se co-crearon 17 ideas y acciones para abordar estas necesidades levantadas.

Con todo el conocimiento colectivo generado a lo largo del proceso de investigación, y a partir de un enfoque de Diseño, se desarrollaron una serie de recomendaciones que buscan ser insumos para la creación del instrumento asociado al Programa de Industrias Creativas del Fondo Audiovisual.

En este sentido, se identificaron tres tipos de instrumentos desprendidos de la información generada por los/las participantes del proceso. El primero, relacionado con la **provisión de bienes y servicios** por parte del Fondo

Audiovisual para el fomento del campo audiovisual, en específico, correspondientes a programas de formación y activación de redes.

El segundo tipo de instrumento detectado, tiene relación con **ayudas económicas directas** que implican disponibilizar tanto recursos como mecanismos de acceso al financiamiento para el sector audiovisual, bajo diversos regímenes de adjudicación.

El tercer tipo de instrumento, corresponde a la **implementación de estrategias específicas de fomento** para el sector audiovisual, específicamente a escala regional. Esto, a través de iniciativas tales como la creación de beneficios tributarios, incentivos para rodajes en regiones, y creación de cooperativas regionales.

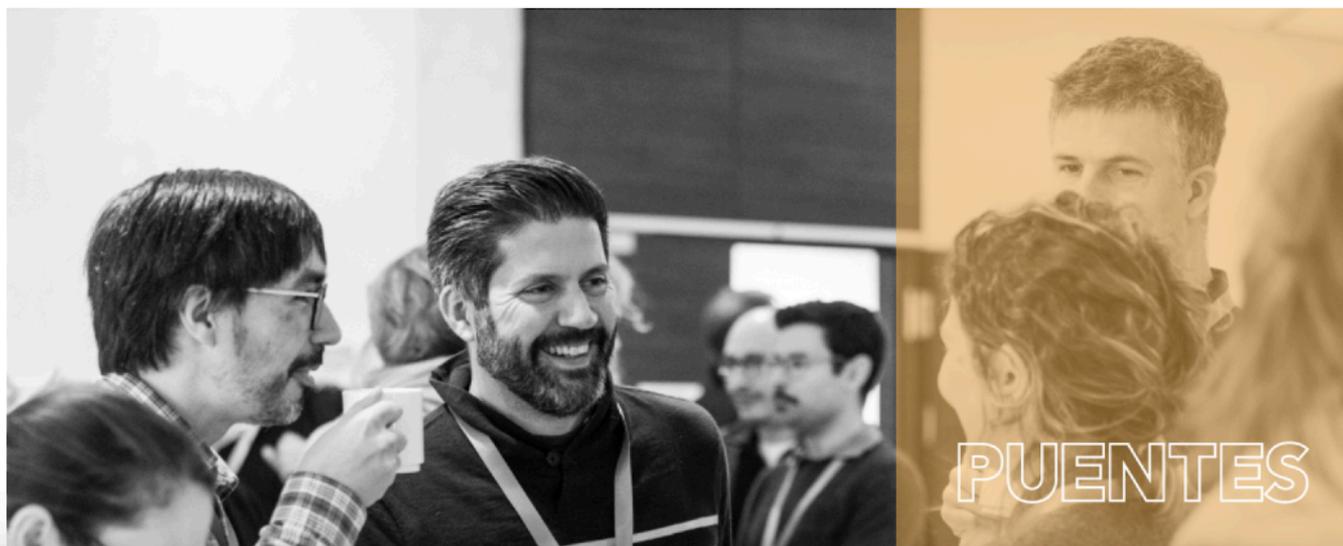
Asimismo, fue posible observar dos dimensiones de hallazgos no directamente relacionadas con tipos de instrumentos que, sin embargo, son relevantes a considerar en el diseño de estos. Por un lado, condiciones habilitantes y necesarias para la ejecución de cualquier herramienta o acción de apoyo al sector audiovisual y, por otro, atributos y características específicas expresadas por los/las participantes en relación a los distintos tipos de instrumentos identificados.

El Laboratorio Audiovisual aplicó un enfoque y una metodología de Diseño Participativo para crear conocimiento colectivo con agentes del sector, esto en miras de agregar valor y ser un insumo para el proceso de formulación y desarrollo de políticas culturales.

Anexos

Anexo 1

Casos internacionales



Puentes es un programa de formación organizado por EAVE - European Audiovisual Entrepreneurs, que apunta a desarrollar coproducciones entre Europa y América Latina. Consiste en dos talleres de 14 días: uno en Europa y otro en Latinoamérica. Se centran en el desarrollo de largometrajes bajo la guía de mentores, donde se trabaja el guión, lo financiero, estrategias de coproducción, marketing y distribución y desarrollo de redes profesionales.

A lo largo de los seis años de existencia, Puentes se ha convertido en uno de los talleres más relevante para las coproducciones europeo-latinoamericanas con buenos resultados tales como que el 69% de los proyectos finalizados consiguieron un agente comercial internacional a bordo, y más del 84,6% de los proyectos tienen una exitosa carrera en festivales.

¿A qué necesidad apunta?: Fomento a la asociatividad y co-producción

Objetivos: Fomentar la coproducción europeo-latinoamericana

Público objetivo: Profesionales de la industria audiovisual europeos con clara implicación con América Latina, y viceversa. Además, otros profesionales europeos —agentes de ventas, inversores, distribuidores, programadores de festivales y representantes del mercado de coproducción— que estén interesados en colaborar y trabajar con América Latina.

Website: eave.org/programmes/puentes-2021

DISTRIBUTORS ON THE MOVE

DISTRIBUTION / RELEASES / EXHIBITORS Europe

Distributors on the Move reports positive results

by ISABELLA WEBER - EUROPA DISTRIBUTION

© 17/04/2020 - The pilot edition of Europa Distribution's initiative launches the call for its second edition



Distributors on the Move es un programa de intercambio organizado por Europa Distribution que consiste en ofrecer una experiencia inmersiva para distribuidores en una empresa en el extranjero. EL proyecto busca ayudar a mejorar habilidades de marketing, aprender nuevas herramientas e inspirarse en estrategias de lanzamiento exitosas. Esta iniciativa está diseñada para que siete distribuidores visiten una empresa de distribución en un país extranjero para observar una forma diferente de trabajar, comparar sus estrategias de marketing y compartir ideas y herramientas sobre cómo mejorar su trabajo. A cada participante se le asigna un tutor de la empresa de acogida que lo guía a lo largo de las actividades diarias. Las empresas se emparejan en base a líneas de trabajo comunes para que los/las participantes puedan comparar las estrategias de distribución y promoción de las películas europeas que tenían en común. Los/las participantes han viajado a Bélgica, República Checa, Polonia, España y Egipto.

¿A qué necesidad apunta?: Fomento a la distribución

Objetivos: Ayudar a crear conexiones personales y profesionales entre las empresas distribuidoras y sus empleados para potenciar las colaboraciones internacionales basadas en necesidades específicas, ofreciendo un espacio donde puedan colaborar profesionales de diferentes países.

Público objetivo: Profesionales del marketing que trabajan en la distribución de cine.

Website: europa-distribution.org/distributors-on-the-move-the-pilots-results-and-the-launch-of-the-second-edition-for-2020/

BOGOTÁ AUDIOVISUAL MARKET

Bogotá AUDIOVISUAL MARKET

CONVOCATORIAS ¿QUÉ ES EL BAM?

2021

BUSCAMOS PROYECTOS, IDEAS Y TALENTOS QUE QUIERAN HACER ¡BAM!

VER CONVOCATORIAS

POSTULACIONES A PARTIR DEL 15 DE MARZO

El Bogotá Audiovisual Market - BAM, es el lugar de encuentro de la industria audiovisual en Colombia. Es un espacio de conexión e intercambio del sector, en el que las ideas, los proyectos y los talentos convergen y participan de actividades especializadas y citas de negocio. Es un mercado que centraliza la oferta de contenidos audiovisuales nacionales y que busca acercar la mejor demanda posible. A través de diversas actividades como reuniones uno a uno, talleres especializados, mesas redondas, conferencias, sesiones sobre el mercado audiovisual y sus tendencias, entre otras, el BAM permite que todos los agentes de la cadena de producción del sector expandan sus oportunidades. En la décima edición del BAM participaron 1.900 profesionales de empresas del sector audiovisual. De ellos, más de 100 fueron invitados internacionales representantes de festivales, productoras, canales de televisión, desarrolladoras de contenido y entidades especializadas en la promoción de productos audiovisuales para diversas plataformas de países como Brasil, Canadá, Chile, Cuba, Alemania, Francia, Italia, México, USA, Reino Unido, Holanda, Suecia, España, Argentina, entre otros. Los proyectos y profesionales seleccionados para esta edición tuvieron diferentes citas, con las que se espera concretar negocios por más de US\$35 millones en el corto, mediano y largo plazo, con los 200 contenidos ofrecidos en el mercado.

¿A qué necesidad apunta?: Promoción, mercado, asociatividad y fortalecimiento de los contenidos del sector audiovisual.

Objetivos: Expandir oportunidades de todos los agentes de la cadena de producción audiovisual colombiana.

Público objetivo: Agentes de todos los sectores de la Industria Audiovisual de Colombia.

Website: bogotamarket.com

FUTURE LEADERS IN DISTRIBUTION

FUTURE LEADERS IN DISTRIBUTION

NOVEMBER 2018- MARCH 2019



Future Leaders in Distribution es un programa de formación en liderazgo para mujeres en distribución. Este es el único programa de desarrollo profesional continuo diseñado para abordar la falta de mujeres en la cima del sector de distribución del Reino Unido, donde según el último censo solo el 20% de los/las directores/as ejecutivos/as y directores/as en la distribución de películas de este país son mujeres. El curso está diseñado en un horario de trabajo de tiempo completo y consta de 13 sesiones a lo largo de cuatro meses, que incluyen talleres, sesiones grupales, sesiones individuales, paneles, redes de pares, tutorías personalizadas, *coaching* empresarial y un viaje de negocios regional para cada participante individual. El programa apunta a equilibrar los negocios duros con el desarrollo personal para, de esta forma, abordar una mayor diversidad en los roles de liderazgo. Los objetivos de diversidad para este programa son lograr como mínimo participantes 100% mujeres, 40% de participantes que pertenecen a comunidades negras, asiáticas o minorías étnicas y 10% de quienes se consideran en situación de discapacidad.

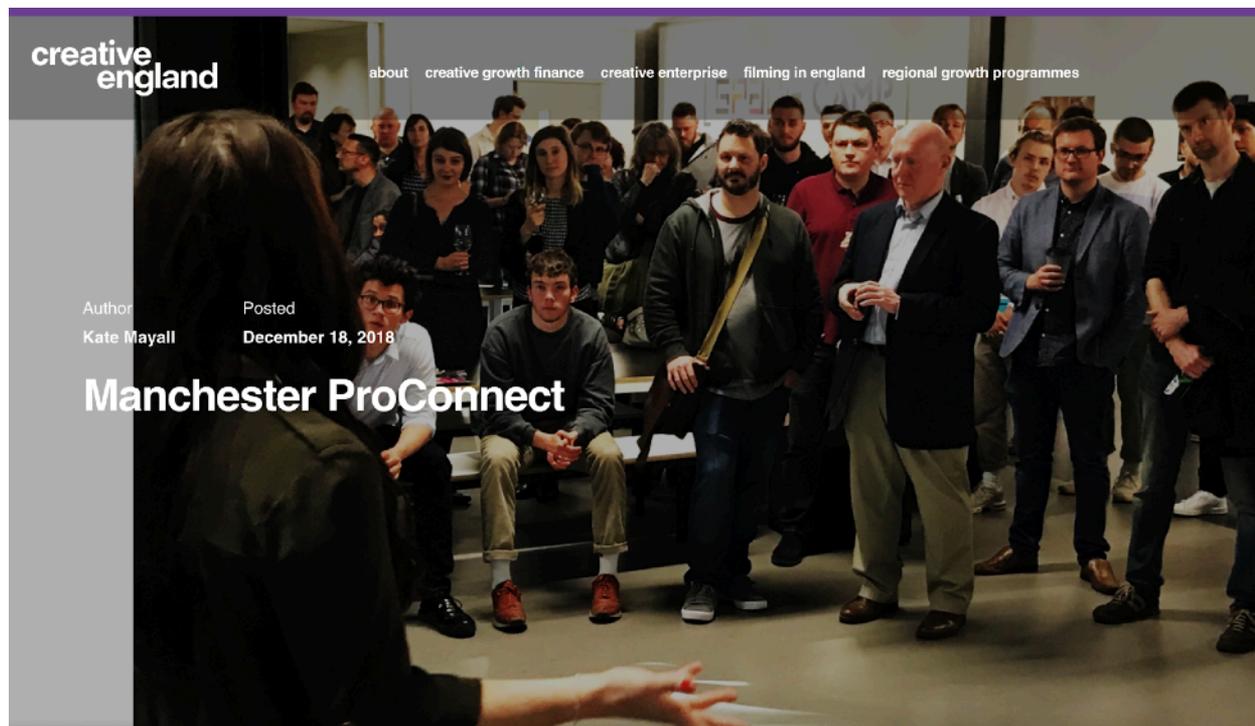
¿A qué necesidad apunta?: Fomento a la distribución con perspectiva de género.

Objetivos: Desarrollar e inspirar a entre ocho y diez participantes en sus objetivos profesionales y ambiciones empresariales, para que las cifras del próximo censo la gestión hecha por mujeres en la distribución de películas supere el 30%.

Público objetivo: Personas que se identifican como mujeres en todo el espectro: transgénero, no cisgénero y no binario, con más de siete años de experiencia en distribución de películas y que tienen la ambición de dirigir, que poseen un negocio de distribución, o que operan a un nivel ejecutivo superior.

Website: www.birds-eye-view.co.uk/workshop/future-leaders-in-distribution/

MANCHESTER PROCONNECT



Manchester ProConnect es un programa de asistencia personalizada y especializada que ofrece talleres, consultas individuales con expertos de la industria y eventos de *networking*. Esto, con el objetivo de romper barreras de acceso de la industria, enfocando el trabajo en abrir oportunidades a un grupo más amplio de talentos de la ciudad, tanto para equipos experimentados como nuevos participantes. En tres años, ha apoyado a 282 empresas de producción e independientes, y ha realizado 25 talleres, cubriendo temas de cómo acceder a exenciones fiscales del gobierno, marketing personal y empresarial y sesiones de *pitching*.

¿A qué necesidad apunta?: Oportunidades de desarrollo regional

Objetivos: Entregar orientación y asesoramiento de primera línea para reforzar la confianza y poner en marcha las carreras en el mundo audiovisual. El programa está al alero de la estrategia de Creative England que apunta a que el talento puede estar en todas partes, pero la oportunidad no.

Público objetivo: Empresas de producción, instalaciones, emprendedores y cadenas de suministro para aquellos que buscan apoyo en la industria del cine y la televisión de Manchester.

Website: www.creativeengland.co.uk/manchester-proconnect/

CREATIVE WAKEFIELD ADVANCE



Advance es un programa de mentorías entregado por Creative England en asociación con la municipalidad de Wakefield (Inglaterra) que brinda apoyo comercial personalizado a pymes creativas, individuos y *freelancers* con sede en Wakefield y la región de Yorkshire Humber en general. Este programa está financiado por la subvención del Fondo de Desarrollo Cultural del Departamento de Medios Digitales, Cultura, Medios y Deporte, que es administrado por el Arts Council England. El programa ofrece tres niveles de apoyo a empresas y profesionales creativos: contenido en línea, tutoría y eventos y talleres. Destaca por un fuerte programa de mentorías, donde entre otras cosas, los/las participantes reciben diez horas de tutoría por un líder de la industria para ayudarlo a realizar sus objetivos dentro de las industrias creativas. En ellos se trabajan temas como creación de nuevo contenido, gestión de proyectos, inversión y *fundraising*, *business planning*, marketing, liderazgo y *networking*, entre otros. Los/las mentores/as se eligen en base a los objetivos y perfiles de los/las participantes, apuntando a que la decisión final esté en las manos del postulante. La convocatoria está abierta tanto para participantes como para mentores con experiencia.

¿A qué necesidad apunta?: Oportunidades de desarrollo regional

Objetivos: Apoyar el desarrollo regional a través de mentorías personalizadas y traspaso de conocimientos específicos

Público objetivo: Profesionales de las industrias creativas de la región de Yorkshire Humber (Reino Unido).

Website: www.creativeengland.co.uk/regional-growth-programmes/creative-wakefield-advance/

Anexo 2

Plantilla Miro

Utilizada en taller con el CAIA para mapear actores y selección de la muestra del Laboratorio Audiovisual

Plantilla Miro: Taller CAIA

40 min 

Educación y Formación

Ejemplos: Representantes de Educación Escolar y Preescolar, Educación Universitaria, Educación Informal, Investigación, etc.

Creación y Producción

Ejemplos: Técnicos y Profesionales, Directores, Productores, Guionistas, etc.

Difusión, Distribución, Exhibición y Circulación

Ejemplos: Festivales internacionales, Agentes de venta internacionales, Festivales nacionales, Distribuidores Locales, Exhibidores, etc.

Gremios, Sindicatos, Asociaciones y otras organizaciones del campo Audiovisual

Institucionalidad Cultural y otras entidades públicas colaboradoras

Patrimonio

Ejemplos: Cinetecas, Museos, entre otros.

Plantilla Miro: Taller CAIA

Comandos fáciles

N Apreta N
Crea un post it

V Apreta V
Selecciona y mueve un objeto (post-it)

INSTRUCCIONES

1.1 Mapa de Actores
Anotar, de manera individual, actores u organizaciones que deben estar presentes en los Laboratorios. Utilicen el Miro o pueden escribirlos en un cuaderno.
(40 min)

1.2 Priorización
Priorizar a través de votación, considerando ¿quiénes NO pueden faltar en los Laboratorios Audiovisuales?
(15 min)

VOTOS PARA LA PRIORIZACIÓN

IDEAS DE ACTORES

Sindicato Nacional de Intelectuales y Técnicos del Cine y Audiovisual (SINTECA)	Asociación de Documentalistas de Chile ADCC	Asociación Chilena de Animación ANIMACHI	Asociación de Productores de Cine y Televisión / Ex Consejera CAIA
Asociación de Productores 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	Comité de Defensa de la Televisión Pública	CORFO
ProChile	Fundación Imágen de Chile	Cooperativa Editores de la Furia	Corporación del Libro
Editores de Chile	EJMA	AGEPEC	IME
IMI	MUSTACH	IMUVA	CHAP
ANIMACHI	APCT	API	APSP
ARCATEL	CAEM	Red de Salas de Cine	ChileDiseño
ModaChile	Consejo de Calificación Cinematográfica	Dirección de Asuntos Culturales Ministerio de Relaciones Exteriores	Consejo Nacional de Televisión

Anexo 3

Plantilla Miro

Utilizada en las sesiones del ciclo 1 y 2 con los/
las participantes del Laboratorio Audiovisual

Plantilla Miro: Ciclo 1

Actividad 1.1: Reflexión individual

🕒 3 min

INSTRUCCIONES

1.1 Reflexión individual Analizar de manera individual la pregunta. Utilicen Miro o pueden escribirlos en un cuaderno.
(3 min)

1.2 Brainstorming colectivo y categorización

Compartir respuestas y reflexiones en equipo. A medida en que se comparten, se van categorizando las respuestas.

1.3 Priorización

Cada participante tendrá 3 votos. Se vota por las 3 categorías más prioritarias para la región. Estas categorías de necesidades se llevarán a una lámina resumen para ser presentada en plenario.

***Al finalizar:** como equipo definir un vocero para presentar los resultados al resto de los participantes

¿Cuáles son las necesidades del sector Audiovisual? Considerando los siguientes ejes: 1) digitalización del sector creativo, 2) territorios creativos, 3) internacionalización y 4) formalización de competencias transversales.

(Cada participante deberá escribir una idea/concepto por post-it)

1	2	3
4	5	6
7	8	9

Plantilla Miro: Ciclo 1

Actividad 1.2: Brainstorming colectivo y categorización

🕒 45 min

¿Cuáles son las necesidades del sector Audiovisual? Considerando los siguientes ejes:
1) digitalización del sector creativo, 2) territorios creativos, 3) internacionalización y 4) formalización de competencias transversales.

Luego de compartir y categorizar las necesidades, se seleccionarán las 3 necesidades prioritarias, las cuáles se compartirán en un plenario.. Seleccionar a un vocero del equipo.

1. Digitalización

2. Territorios creativos

3. Internacionalización

4. Formalización de
competencias
transversales

Plantilla Miro: Ciclo 2

Actividad 1: Sesión individual

10 min

¿Cómo podríamos apoyar la distribución de los productos audiovisuales tanto a nivel nacional como internacional?

<p>¿Qué es la idea?</p> <p>¿A quién está orientada la solución?</p> <p>¿Cómo funciona?</p>	<p>¿Qué es la idea?</p> <p>¿A quién está orientada la solución?</p> <p>¿Cómo funciona?</p>	<p>¿Qué es la idea?</p> <p>¿A quién está orientada la solución?</p> <p>¿Cómo funciona?</p>	<p>¿Qué es la idea?</p> <p>¿A quién está orientada la solución?</p> <p>¿Cómo funciona?</p>	<p>¿Qué es la idea?</p> <p>¿A quién está orientada la solución?</p> <p>¿Cómo funciona?</p>
<p>¿Qué es la idea?</p> <p>¿A quién está orientada la solución?</p> <p>¿Cómo funciona?</p>	<p>¿Qué es la idea?</p> <p>¿A quién está orientada la solución?</p> <p>¿Cómo funciona?</p>	<p>¿Qué es la idea?</p> <p>¿A quién está orientada la solución?</p> <p>¿Cómo funciona?</p>	<p>¿Qué es la idea?</p> <p>¿A quién está orientada la solución?</p> <p>¿Cómo funciona?</p>	<p>¿Qué es la idea?</p> <p>¿A quién está orientada la solución?</p> <p>¿Cómo funciona?</p>
<p>¿Qué es la idea?</p> <p>¿A quién está orientada la solución?</p> <p>¿Cómo funciona?</p>	<p>¿Qué es la idea?</p> <p>¿A quién está orientada la solución?</p> <p>¿Cómo funciona?</p>	<p>¿Qué es la idea?</p> <p>¿A quién está orientada la solución?</p> <p>¿Cómo funciona?</p>	<p>¿Qué es la idea?</p> <p>¿A quién está orientada la solución?</p> <p>¿Cómo funciona?</p>	<p>¿Qué es la idea?</p> <p>¿A quién está orientada la solución?</p> <p>¿Cómo funciona?</p>

Plantilla Miro: Ciclo 2

INSTRUCCIONES

Actividad 2: Brainstorming colectivo

🕒 30 min

DESAFIO

1. Ideación colectiva
Compartir respuestas y reflexiones en equipo. A medida en que se comparten, se van complementando las ideas.
(30 min)

2. ¡Cambiel! Los facilitadores se cambiarán de sala de Zoom para que los participantes puedan complementar las ideas de todos los grupos.
(30 min totales, 15 min por grupo)

Anexo 4

Formulario de inscripción

Enviada vía mail a las personas convocadas.

Laboratorio Audiovisual 2021



¿Qué es el Laboratorio Audiovisual?

El Laboratorio Audiovisual es un proceso participativo que busca levantar recomendaciones para el diseño de un **instrumento** asociado al **Programa Industrias Creativas del Fondo Audiovisual**. Este proceso es una iniciativa conjunta entre la Secretaría Ejecutiva del Fondo de Fomento Audiovisual y la Secretaría Ejecutiva de Economía Creativa del Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio.



¿Qué es el Programa Industrias Creativas del Fondo de Audiovisual?

La propuesta de trabajo para el 2021 de la Secretaría Ejecutiva de Economía Creativa contempla **4 ámbitos** a desarrollar: **1. digitalización del sector creativo; 2. territorios creativos; 3. internacionalización; 4. formalización de competencias transversales**. En línea con este plan, este programa tiene como objetivo potenciar la industria audiovisual por medio de generar **competencias de mercado y gestión de públicos** para su sostenibilidad permitiendo, a su vez, el fortalecimiento del campo audiovisual en su conjunto. Esto, en miras de agregar valor a lo ya existente a nivel ministerial, como parte del proceso de asumir las nuevas responsabilidades adquiridas por la Sec. Ejec. del Fondo de Fomento Audiovisual.



¿En qué consiste el Laboratorio Audiovisual?

Este proceso consiste en **2 talleres participativos**. En el primero, se reflexionará en torno a las **necesidades** del sector audiovisual y, en el segundo, se levantarán de manera colectiva **propuestas** concretas asociadas al nuevo instrumento. Cada taller tendrá una duración de 2 horas y se realizarán de manera remota a través de la plataforma ZOOM.



¿Cuál es el objetivo del primer taller?

En el primer taller del Laboratorio Audiovisual se buscará **levantar, reflexionar y priorizar de manera colectiva** las **necesidades** del sector audiovisual en el marco de los **4 ámbitos** mencionados. De esta forma, desarrollaremos en conjunto información valiosa y relevante relativa a las brechas a resolver del sector, para así informar el diseño de políticas e instrumentos públicos para el fomento de la industria audiovisual.

Formulario de inscripción



unit

Muchas gracias por tu interés en participar de los Laboratorios Audiovisuales. Te invitamos a responder las siguientes de preguntas para inscribirte en la fecha que más te acomode para el taller 1.

Continuar

pulsa Enter ↵

1→ ¿Cuál es tu nombre completo? *

Escribe aquí tu respuesta...

4→ ¿En qué región trabajas mayoritariamente? *

Escribe o selecciona una opción

2→ ¿Cuál es tu correo electrónico?

hombre@ejemplo.com

Aceptar ✓

pulsa Enter ↵

5→ ¿En qué día y horario te acomoda participar de este taller? *

A Lunes 5 de Abril - de 15:30 a 18:00 hrs.

B Miércoles 7 de Abril - de 10:30 a 13:30 hrs.

C Jueves 8 de Abril - de 9:30 a 12:00 hrs.

3→ ¿Participarás en representación de alguna organización? ¿Cuál? *

Escribe aquí tu respuesta...



ec.cultura.gob.cl

unit

www.servicedesignunit.com