

**DESARROLLO
DE AUDIENCIAS**



**CONSTRUCCION
DE CIUDADANÍA**

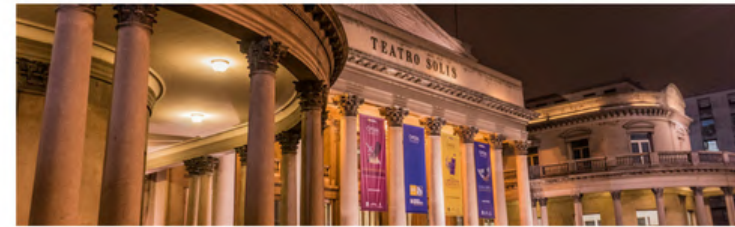
ESPACIOS DE ENCUENTRO



TEMPLOS
RELIGIOSOS



TEMPLOS LAICOS
A LAS ARTES
S.XIX



TEMPLOS
AL CONSUMO
S.XXI







fueron pensados para una minoría
concepción de arte eurocentrista

promueven el prestigio social
buscaban la propagación de cultura nacional

TEATROS DE ÓPERA

TEATROS PÚBLICOS HOY

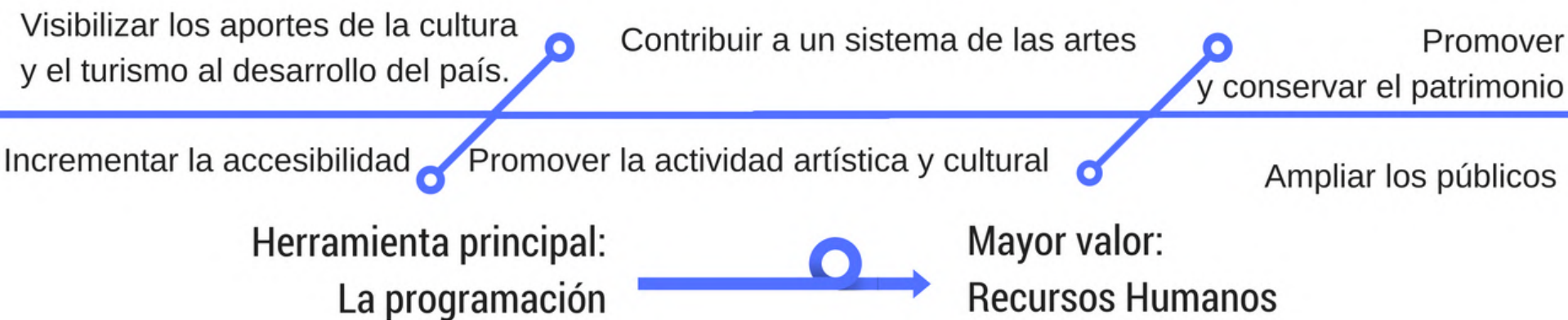
aseguran la producción y circulación de manifestaciones
culturales no absorbidas por el mercado

promueven la convivencia ciudadana





¿Qué desafíos enfrenta hoy el Teatro Solís?



¿DE QUE HABLAMOS

CUANDO HABLAMOS DE



PÚBLICOS?



¿Qué públicos?

Con demanda latente, activos ocasionales, regulares, implicados, ocasionales, indiferentes, inactivos, público de vacaciones, de verano, de fin de semana, parejas, adulto, joven, infantil, familiar, de promociones, específico, objetivo turista, de ciudad, PÚBLICO de géneros de opera, de música, de teatro, de danza contemporánea.

No es abstracto: hay un soporte físico que permite el encuentro



"El público no
nace

se hace

No todo el mundo está preparado para relacionarse con ciertos códigos y formas de percepción que les permitan disfrutar distintas manifestaciones artísticas o aceptar nuevas propuestas estéticas. Sin embargo éstos pueden aprenderse, enriquecerse y transformarse" (Jiménez, Lucina y Octavio Arbaláez).

“La construcción del público implica el establecimiento de relaciones entre sujetos, entre personas que pueden comunicarse y transformarse recíprocamente y no reducirse a relaciones entre productos y mercancías, visión que subyace a la única estrategia actual fincada sólo en la venta de boletos”
(Jiménez López, 200c).

Preguntas.

Los públicos, ¿se crean o se forman?

¿Se fidelizan?

¿Para qué habría de “formarse” públicos?

¿Se necesitan gestores para eso?

¿Hay que desarrollar planes de marketing cultural?

¿Cuáles son las diferencias entre fidelizar audiencias y “sensibilizar” ciudadanos en torno a las prácticas artísticas?

¿PODEMOS GESTIONAR EL GUSTO?



Consumo cultural según modelo de microeconomía: toma de decisiones por modelos de elección discreta, se combinan variables para obtener interacciones para agrupar en categorías los gustos de las personas. Se estudian las teorías de la recepción y la creación de perfiles.

Desarrollo de audiencias como estrategias de marketing

Tipologías de públicos y estrategias para fidelizar

Público registrado en boletería, web, abonados de temporada de opera, de teatro. Socios de la Fundación, Docentes del programa Desarrollo de audiencias, Estudiantes de Tarjeta Montevideo Libre.

Ej: Conocer la experiencia de “Venir al Solís” con encuestas sobre: el estado de edificio, la atención recibida, la señalética, los baños, las condiciones que hacen a las mejores condiciones de recepción y que invitan a volver.

Método: abonos, sistemas de promociones, etc.



¿PODEMOS GESTIONAR EL GUSTO?

2

Consumo como proceso sociocultural a través del cual se realiza la apropiación y el uso de los bienes y servicios disponibles.

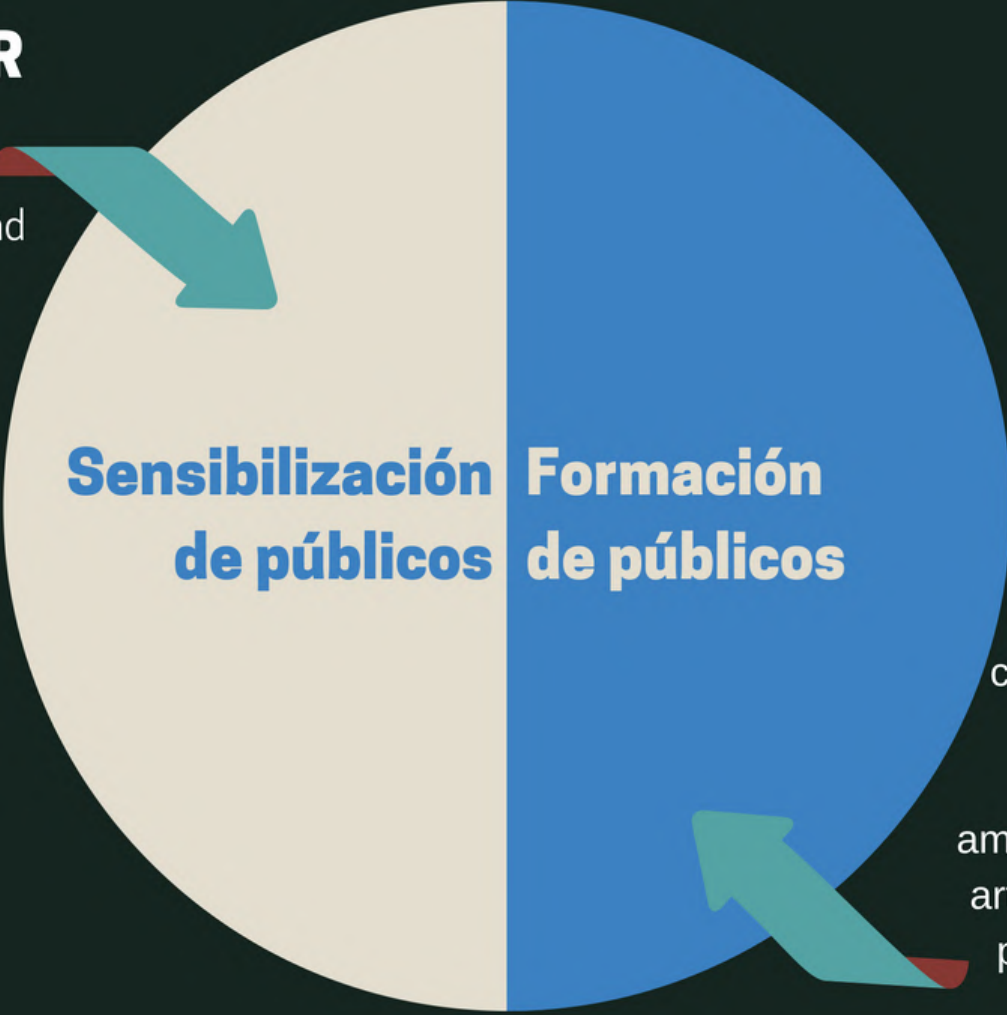
Intentos de categorización del gusto como personal = son una ilusión.
Las prácticas de consumo son pasibles de definir identidades (complejas y cambiantes), nos distingue de los otros, nos ayuda a comunicarnos. Corresponde al capital cultural heredado y adquirido.

Pierre Bourdieu *Las necesidades culturales son producto de la educación. Las prácticas culturales (frecuentación de museos, conciertos, exposiciones, lectura, etc.) y las preferencias correspondientes (escritores, pintores o músicos preferidos, por ejemplo) están estrechamente ligados al nivel de instrucción.*

Desarrollo de audiencias como factor de desarrollo social y construcción de ciudadanía: sensibilización y formación.

DEMOCRATIZAR LA CULTURA

Llegar a la mayor cantidad
posible de ciudadanos
en términos
físicos y económicos



**Sensibilización
de públicos**

**Formación
de públicos**

DEMOCRACIA CULTURAL

Involucramiento.
Dar herramientas a la
ciudadanía para aprender
a disfrutar: mejorar la
experiencia. Capacidad
ampliada que mediadores y
artistas dan a las personas
para que se emancipen a
la toma de la palabra

Los públicos son consumidores, generadores de opinión y posibles motores del cambio social: pero tienen acceso desigual a la oferta de productos culturales



“las diferencias en la apropiación de la cultura tienen su origen en las desigualdades socioeconómicas y en la diversa formación de hábitos y gustos en distintos sectores (que) no cambian mediante acciones puntuales como campañas publicitarias, o abaratando el ingreso a los espectáculos” García Canclini

INTERROGANTES



1) Gratuidad: ¿alcanza para atraer público?

Según Encuestas de consumo cultural la peor exclusión es "esto no es para mí".

2) Una vez que el público está en la sala: ¿alcanza con una vez? ¿qué ven cuando ven?

3) los estudiantes que vienen con los docentes ¿son público?

4) las obras clásicas que están en los planes de estudio de secundaria

¿son lo más atractivo para jóvenes?

BARRERAS



- precio / dinero que pueda invertir
- distancia desde el hogar al centro cultural
- medio de transporte
- información
- habito / viene a distraerse, a aprender, con amigos?

Baño Inclusivo



Rampa de acceso



Silla de ruedas



**Cupo para
personas ciegas**



**Ascensores con
señalética en braille**



Sala de lactancia



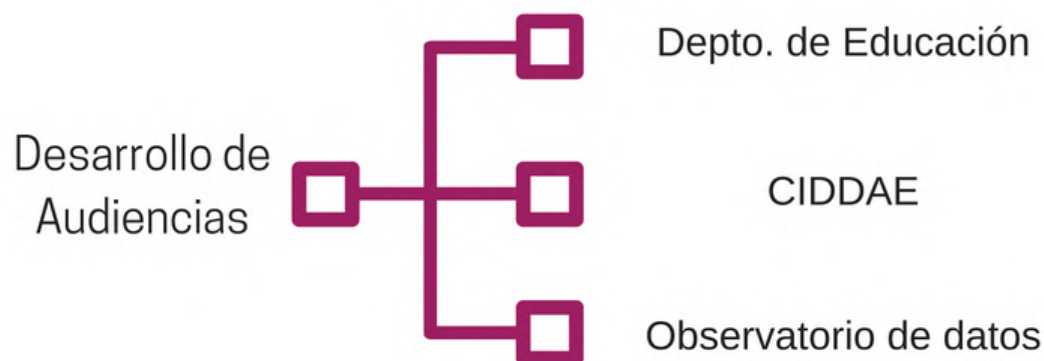
**Sistema de audiodescripción en
obras de la Comedia Nacional**



accesibilidad

DESARROLLO DE AUDIENCIAS: NUEVAS ESTRATEGIAS PARA VIEJOS PROBLEMAS

Profundizar la accesibilidad de la ciudadanía a la oferta cultural del Teatro Solís desarrollando acciones educativas, desarrollo de nuevos públicos, y fidelización de los ya existente. Además busca la democratización de su acervo patrimonial mediante la conservación, gestión documental e investigación llevada adelante por el CIDDAE. Asimismo, busca ser un área de reflexión y propuestas sobre la actividad del Teatro Solís a través de un observatorio de datos"



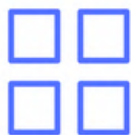
**Experiencia piloto en
formación de públicos**



El público no existe de una vez y para siempre: es una construcción social que necesita de arquitectos, políticos y legisladores, programadores, comunicadores y... artistas.



Objetivo: no es formar artistas sino brindar las condiciones para que vivan la experiencia y puedan desarrollar hábitos y habilidades de apreciación.



Programas de Sensibilización

- Invitaciones a espectáculos
- Un Pueblo al Solís: Más de 100 pueblos. Con Centros Mec y Fundación Amigos TS
- Ensayos con público y charla previa a la función.
- Penal de Punta Rieles con personas privadas de libertad. Apuntalar a cambiar conductas. Estimulamos la imaginación y creatividad en trabajos corporales, que permitan mediante la vivencia expresiva abordar aspectos de la vida cotidiana a través del arte. Logros y carencias de una sociedad son de todos: Conexión con políticas sociales de educación y penitenciarias para nueva subjetividad pensando situación de encierro como transitoria.
- Mediación en visitas guiadas
- Exposiciones



ELEGÍ TU VISITA

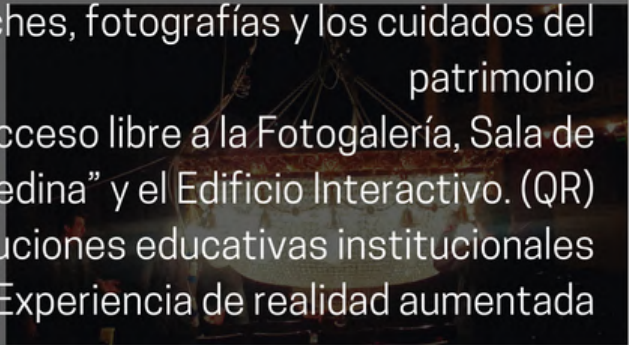
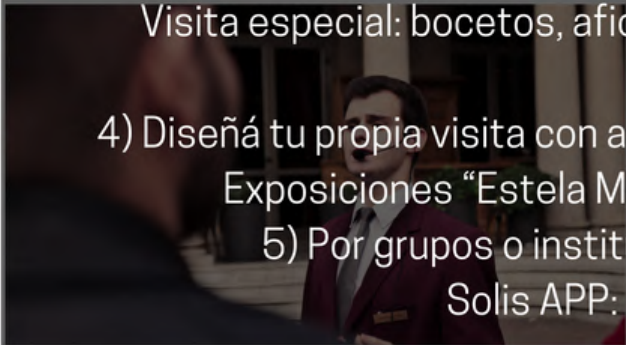
1) Conocé el Teatro Solís
Recorrido guiado junto a una intervención artística para visitantes y turistas

2) Teatro Solís: Mitos y leyendas desde la Masonería3) Intro-CIDDAE

Visita especial: bocetos, afiches, fotografías y los cuidados del patrimonio

4) Diseñá tu propia visita con acceso libre a la Fotogalería, Sala de Exposiciones “Estela Medina” y el Edificio Interactivo. (QR)

5) Por grupos o instituciones educativas institucionales
Solís APP: Experiencia de realidad aumentada









¿Qué buscamos?



Generar un proceso sostenido de acercamiento a las artes escénicas

Desarrollar hábitos y habilidades de apreciación para diferentes expresiones de artes escénicas

Familiarizar a los y las jóvenes con la experiencia de asistir a espectáculos en vivo en el Solís

Ofrecer una programación atractiva y cercana a las y los jóvenes que tienda puentes y promueva el gusto por las artes escénicas

Fortalecer las sinergias entre el Teatro Solís y el sistema educativo formal, en particular con las y los docentes.

¿Qué proponemos?

Focalizarnos en jóvenes que se encuentren transitando 2do, 3er, y 4to año de secundaria



Ofrecer un conjunto de propuestas atractivas y variadas para que el/la docente elija al menos 3 durante el año

Brindar actividades didácticas como charlas debate, actividades previas y posteriores a la asistencia a lo espectáculos que aumente el disfrute de las obras y la experiencia de los y las jóvenes



Brindar acompañamiento, asistencia y material didáctico a las y los docentes que complemente la asistencia al teatro



Teatro contemporáneo

**Aproximaciones al territorio
de la escritura y la escena contemporánea**

¿Qué es el teatro contemporáneo?

“Lo que no es ligeramente deforme tiene un aire insensible de ahí acontece que la irregularidad, es decir lo inesperado, la sorpresa, el asombro, sean una parte esencial de la característica de la belleza. Lo Bello siempre es extraño.”

Charles Baudelaire

Guía de actividades



I) Preparando la salida. Actividades previas a la función

- a) Una puesta en escena es resultado de un aceitado trabajo en equipo de técnicos y artistas de diferentes disciplinas. Indica cuáles son y qué oficios involucra cada una.
- b) Investiga qué es la cuarta pared y su relación con el teatro contemporáneo.

II) Luego de ver el espectáculo. Actividades posteriores a la función

Tomando como referencia la afirmación de Laura Pouso donde expresa que “el teatro contemporáneo busca simplemente la manera adecuada para hablar del mundo, como el teatro clásico tradicional había encontrado la suya”, proponemos una serie de actividades didácticas para desarrollar tanto en equipo como en forma individual.

Actividad 1

Acerca del texto y la puesta

- a) ¿Quién es el autor? ¿Consideras que existe relación entre su origen y esta puesta? Argumentar.

Tiempo estimado de trabajo: 15´

- b) ¿Quién es el director del espectáculo?

Analiza este comentario suyo expresado en una entrevista: “Cuando leí el texto no entendí nada”.

¿Por qué lo dijo? ¿Qué no entendió?

Comparte tu respuesta en el blog formacionsolis.org/respuestas

Tiempo estimado de trabajo: 15´



Montevideo
Capital
Iberoamericana
de la Cultura
2013

MonTeVide●
libre
si estudias, salís.

Distribución de las entradas según género de espectáculo



Teatro: 55,1%

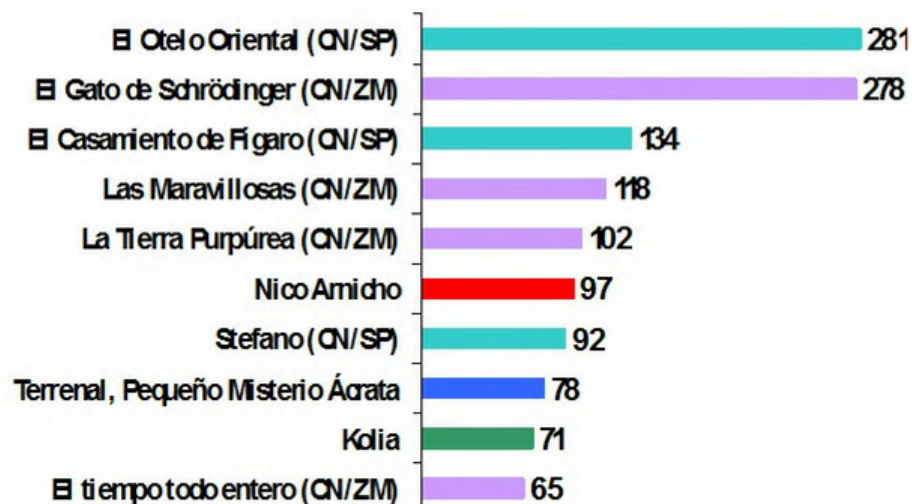
Música: 28,8%

Danza: 9,5%

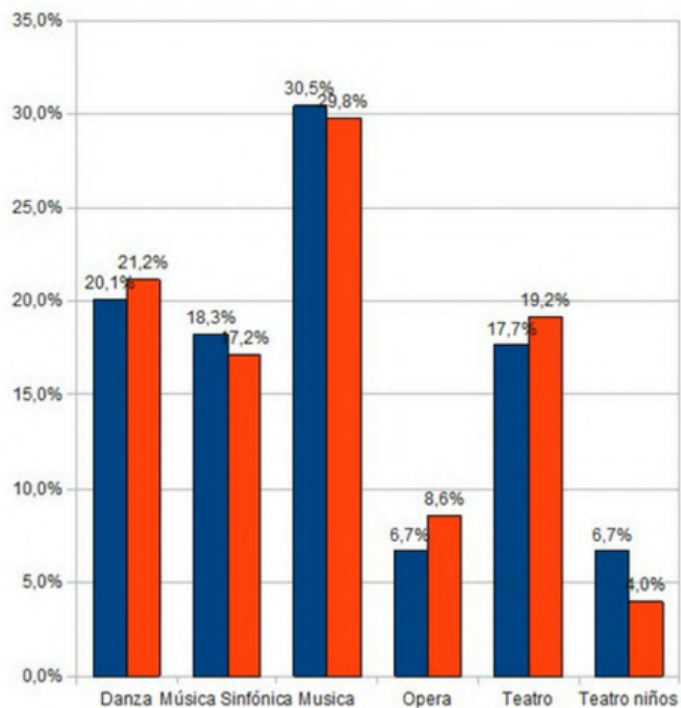
Ópera: 6,4%

Carnaval y cine: 0,3%

Espectáculos más vistos
(los números son cantidad de entradas):



PROGRAMACIÓN ARTÍSTICA 2015-2016



Genero	AÑO 2015		AÑO 2016	
	Cant de espectaculos	Porcentaje sobre total	Cant de espectaculos	Porcentaje sobre total
Danza	33	20,1%	32	21,2%
MS	30	18,3%	26	17,2%
Musica	50	30,5%	45	29,8%
Opera	11	6,7%	13	8,6%
Teatro	29	17,7%	29	19,2%
Teatro niños	11	6,7%	6	4,0%
TOTAL	164	100,0%	151	100,0%



¿Qué genera un espectáculo



Ensayo general
abierto a medios
de prensa,
estudiantes,
artistas, etc.



Integración del
Teatro Solís en
la Organización
Latinoamericana de
Ópera (OLA).



Exposición en el
foyer de vestuarios
diseñados por Óscar
Álvarez y donados
al teatro.



Trabajo con
bachilleratos
artísticos: entrega
de fichas didácticas
con contenidos
sobre la ópera
en general y las
características
del teatro.



Un Pueblo al Solís. En 2015, sexto año del programa Un Pueblo al Solís, se logró que ciudadanos de diversas zonas del país pudieran acceder a las propuestas artísticas, llegando así a un total de 122 localidades desde su inicio. Las cifras no transmiten lo que implica el traslado de un pueblo entero, su alimentación y alojamiento. Eso se logra mediante el trabajo en red del Ministerio de Educación y Cultura y la Fundación Amigos del Teatro Solís, en complicidad con las empresas que se suman. Se imprimió así un recuerdo individual y colectivo para más de 9.511 personas que llegaron a Montevideo dentro del proyecto. La meta es invitar a los 172 pueblos de menos de 5.000 habitantes que tiene Uruguay, en especial a quienes no acceden a servicios culturales.



Se emite
posteriormente
en *Tevé Ciudad*.



Participación de
empresas públicas
y privadas en la
sponsorización.



Muestra de fotos
Sudamericanamente,
con curaduría del
Archivo Histórico del
Teatro dell' Ópera
de Roma, en sala de
exposiciones Estela
Medina



Charlas sobre el
montaje con el
director de escena y
el director de arte.



Charla previa
a la función.



Registro fotográfico.

debajo del escenario?

Mag. Daniela Bouret
Directora
www.teatrosolis.org.uy

¡MUCHAS GRACIAS!





Montevideo
Cultura

