



PERÚ

Ministerio de Cultura

PLAN DE DESARROLLO DE PÚBLICOS DE LOS ELENCOS NACIONALES DEL PERÚ AL 2022





PERÚ

Ministerio de Cultura

Ministro de Cultura

Alejandro Arturo Neyra Sánchez

Viceministra de Patrimonio Cultural e Industrias Culturales

Leslie Carol Urteaga Peña

Director General de Industrias Culturales y Artes

Santiago Alfaro Rotondo

Director de Elencos Nacionales

Italo Ilizarbe Ayala

Direcciones artísticas

Luis Fernando Valcárcel Pollard – Director de la Orquesta Sinfónica Nacional

Pablo Sabat Mindreau – Director de la Orquesta Sinfónica Nacional Juvenil Bicentenario

Javier Súnico Raborg – Director del Coro Nacional

Mónica Canales Márquez – Directora del Coro de Niños

Olga Shimasaki Okada – Directora del Ballet Nacional

Fabrizio Varela Travesí – Director del Ballet Folclórico Nacional

Elaboración de contenidos

Cecilia Collantes Neyra, Italo Ilizarbe Ayala y Santiago Alfaro Rotondo.

Diseño y diagramación

Berenice Fuentes Collazos y Jose Vidaurre Arévalo.

Agradecimientos

Mauricio Salas Torreblanca, Fabianna Raunelli Suárez, Félix Lossio Chávez, Silvia Ágreda Carbonell, Mariela Noriega Alegría, María Gracia Nonato Cueto y Kelly Cubas Champa.

Plan de desarrollo de públicos de los Elencos Nacionales del Perú al 2022

Ministerio de Cultura

Av. Javier Prado Este N° 2645, San Borja - Lima, Perú.

www.cultura.gob.pe

Primera Edición: Lima, julio de 2021.



Este documento se publica bajo los términos y condiciones de la licencia Creative Commons Atribución NO comercial - No derivar 3.0 (CC BY - NC - ND)

ÍNDICE

1. Introducción	4
2. Resumen Ejecutivo	7
3. Dirección de Elencos Nacionales	10
3.1 Misión y visión	10
3.2 Orquesta Sinfónica Nacional	12
3.3 Orquesta Sinfónica Nacional Juvenil Bicentenario	14
3.4 Coro Nacional	16
3.5 Coro Nacional de Niños	18
3.6 Ballet Nacional	19
3.7 Ballet Folclórico Nacional	20
4. Diagnóstico de los públicos de los Elencos Nacionales	22
4.1 Estudio de públicos 2019	22
4.2 Mapa de públicos	24
5. Estrategia para el desarrollo de públicos de los Elencos Nacionales	40
5.1 Segmentos priorizados y objetivos estratégicos para el desarrollo de públicos de los Elencos Nacionales	40
5.2 Orquesta Sinfónica Nacional	42
5.3 Orquesta Sinfónica Nacional Juvenil Bicentenario	43
5.4 Coro Nacional	46
5.5 Coro Nacional de Niños	48
5.6 Ballet Nacional	49
5.7 Ballet Folclórico Nacional	52
6. Plan de acción	54
7. Conclusiones	60

1

INTRODUCCIÓN

El desarrollo de públicos es un enfoque emergente en la gestión cultural dirigido a poner al público en el centro de las organizaciones culturales. Como parte de una política de la Dirección General de Industrias Culturales y Artes del Ministerio de Cultura orientada a promover su implementación en el Perú, la Dirección de Elencos Nacionales presenta el Plan de desarrollo de públicos de los Elencos Nacionales al 2022. El objetivo que se ha buscado alcanzar al elaborarlo es el de fortalecer la relación que tienen los Elencos Nacionales con sus públicos de una forma sostenible y organizada.

El Plan contiene información sobre la trayectoria, misión y visión de los Elencos Nacionales y un diagnóstico del perfil de los públicos que atienden a través de los espectáculos ofrecidos en el Gran Teatro Nacional, una segmentación de los públicos a los que se busca dirigirse de forma prioritaria en el futuro, así como objetivos para sostener una relación con ellos y estrategias para alcanzarlos. Asimismo, se ha trazado una programación de actividades para ejecutar el Plan hasta el 2022. El diagnóstico recoge los resultados de un estudio de los públicos de los Elencos Nacionales implementado en el 2019.

La metodología utilizada para diseñar el Plan recoge diferentes experiencias internacionales en la materia. Con su publicación, el Ministerio de Cultura busca que no solo sirva para dar cuenta de las decisiones tomadas en la gestión de los Elencos Nacionales sino también facilitar que sea utilizada como un insumo referencial por otras entidades, públicas o privadas, con fines de lucro o de incidencia comunitaria. Especialmente en un contexto marcado por la Emergencia Sanitaria actual, poner la mirada en los destinatarios de los bienes, servicios o actividades que se ofrecen requiere ser un ejercicio imprescindible para el cumplimiento de los objetivos de las organizaciones culturales contemporáneas.

Asimismo, mediante el Plan, el Ministerio de Cultura está poniendo en práctica la Política Nacional de Cultura, ya que incrementar la participación de los ciudadanos en las expresiones artístico-culturales es uno de sus objetivos prioritarios. La programación artística ofrecida por los Elencos Nacionales constituye una manera de alcanzarlo. Sin embargo, para que ello llegue a suceder de forma integral se requiere poner a los públicos en el centro de las decisiones, lo que pasa tanto por conocerlos como por desarrollar estrategias ajustadas a las características de los diferentes segmentos que los componen.

La centralidad de los públicos, además, demanda corregir las desigualdades que restringen su participación en las expresiones artístico-culturales. Los que pertenecen a niveles socioeconómicos o educativos más altos, se autoidentifican como blancos o mestizos y viven en ámbitos urbanos tienden a consumir en mayor cantidad y frecuencia bienes y servicios culturales que los segmentos de la población de menores ingresos o títulos educativos, autoidentificados como indígenas y residentes en el campo. En consecuencia, no es suficiente que los espectáculos de la Orquesta Sinfónica Nacional o el Ballet Folclórico Nacional lleguen a un número significativo de ciudadanos. También resulta imprescindible que el perfil de esos ciudadanos sea diverso.

Mediante el presente Plan, el Ministerio de Cultura, a través de la Dirección de Elencos Nacionales, reafirma su compromiso con la programación de espectáculos de música y danza de calidad y, a la vez, con el público al que se dirigen; así como con la lucha contra las inequidades que restringen la participación de los ciudadanos en la vida cultural ■



2.

RESUMEN EJECUTIVO

La Dirección de Elencos Nacionales es una de las cuatro direcciones de línea de la Dirección General de Industrias Culturales y Artes. Tiene a su cargo seis elencos de diferentes especialidades artísticas: la Orquesta Sinfónica Nacional, la Orquesta Sinfónica Nacional Juvenil Bicentenario, el Ballet Nacional, el Ballet Folclórico Nacional, el Coro Nacional y el Coro Nacional de Niños.

Con la finalidad de contar y ejecutar de forma organizada una metodología para que los Elencos Nacionales establezcan relaciones duraderas con sus públicos, el Ministerio de Cultura elaboró el presente Plan de desarrollo de públicos. Está basado en un estudio realizado en el 2019 que permitió levantar información sobre el perfil del público de los elencos. En base a sus resultados se ha podido diseñar estrategias para mejorar las experiencias generadas por los Elencos Nacionales y, a su vez, incrementar el alcance de beneficiarios.

El estudio se realizó a través de encuestas aplicadas luego de algunas funciones presentadas por cada elenco entre el 15 de junio y el 18 de julio de 2019, contándose 1556 encuestas válidas.

En términos generales, se obtuvo como resultado que el 39% del público de los elencos tiene entre 31 a 54 años. Asimismo, el 58,7% del público son mujeres.

Entre otras características, se encuentra que el 61% de encuestados asistió a espectáculos de danza y el 75% a espectáculos orquestales y corales en los 12 meses anteriores a ser encuestados.

Más adelante en el documento se podrá encontrar los resultados obtenidos del estudio de públicos en cuanto a la edad, sexo, nivel educativo, ocupación, asistencia de los encuestados a los eventos culturales, conocimiento de los Elencos Nacionales, conocimiento del espectáculo,

persona que le acompañó al evento, y medios de transporte utilizados. Estas características brindan un perfil del público de cada elenco, lo cual nos ha permitido conocer quiénes son las personas que asisten a nuestras actividades artísticas y también cuáles son los públicos a los que falta atender.

Si bien la virtualidad en el contexto sanitario actual ha permitido el acercamiento digital a nuevos grupos de públicos, lo cual merece un estudio a parte, es importante trabajar en las estrategias y acciones a aplicar para llegar a más ciudadanos en nuestro retorno a las producciones presenciales como las que se realizan en el Gran Teatro Nacional.

Partiendo de los resultados obtenidos en el estudio, los objetivos estratégicos planteados para llegar a más y diferentes públicos son dos: ampliar el alcance de la oferta actual (alcanzar nuevo público para la programación actual) y diversificar los públicos (crear nueva programación para nuevos públicos).

Sobre el primer punto de los objetivos, nos referimos al proceso que nos va a permitir introducir nuevos grupos de ciudadanos que posean un interés latente por las ofertas culturales que emitimos, con el fin de incrementar las personas destinatarias y/o receptores activos de las mismas. En cuanto al segundo, entendemos por diversificar también como un proceso de creación de nuevos públicos, pero que sean diferentes a los públicos habituales que apuntamos, subrayando el objetivo de fortalecer la experiencia con las artes en estas nuevas comunidades.

Independientemente de la estrategia que se necesite aplicar, éstas involucran llegar a nuevas personas. Para alcanzar estos nuevos públicos, se necesita realizar una investigación con el fin de ubicar estos potenciales nuevas comunidades poblacionales, además de trabajar de manera interinstitucional con aliados que nos acerquen a estos grupos y así finalmente presentar los productos adecuados, teniendo en cuenta todos los aspectos artísticos, logísticos, de producción, de comunicación, entre otros que sean necesarios.

Finalmente, es importante señalar que, si bien el estudio realizado en el año 2019 considera solo al público que asiste al Gran Teatro Nacional -un público que conoce el escenario y participa regularmente en las actividades del mismo-, la propuesta realizada en el presente Plan busca abarcar públicos de actividades realizables fuera de esa sala teatral. Todo ello sin descuidar las actividades que se realizan normalmente en otros espacios públicos y actualmente en las plataformas virtuales. De este modo, se generará un plan de acción al 2022, y al término de este proceso deberá realizarse un estudio para evaluar los alcances de los productos propuestos y continuar profundizando en el conocimiento de los públicos. ■



GRACIAS TUMBES

3.

DIRECCIÓN DE ELENÇOS NACIONALES

3.1 Misión y Visión

La Dirección de Elencos Nacionales (DEN), es el órgano de línea de la Dirección General de Industrias Culturales y Artes encargado de la gestión, administración, difusión y promoción de los Elencos Nacionales del Ministerio de Cultura.

Los Elencos Nacionales tienen como misión programar propuestas artísticas que promuevan y difundan la obra de artistas y creadores peruanos de los diferentes géneros y formas interpretativas de música y danza, así como el enorme aporte del repertorio universal.

La visión de los Elencos Nacionales es ser referentes a nivel nacional e internacional en el perfeccionamiento profesional artístico y en el aporte de las artes escénicas al desarrollo de los ciudadanos.





Cabe destacar que, en junio del presente año 2021, los Elencos Nacionales recibieron la Orden “Al Mérito por Servicios Distinguidos” por parte del gobierno peruano, un reconocimiento a su trayectoria y labor a favor del legado cultural de nuestro país. Esta distinción responde a un arduo trabajo a lo largo de los años cumpliendo las metas anteriormente señaladas ■



3.2 Orquesta Sinfónica Nacional

Fundada en 1938, teniendo como director al maestro Theo Buchwald, la Orquesta Sinfónica Nacional es el elenco sinfónico con mayor trascendencia y trayectoria de nuestro país. Constituye un referente de promoción de la música académica nacional e internacional.

Ha logrado poner en vitrina un espacio de diversidad artística, presentando repertorios que reflejan imaginarios sonoros de espacios, corrientes y movimientos sociales y culturales del Perú y el mundo, hasta las tendencias más contemporáneas. Todo ello a través de un intenso plan de divulgación musical por medio de diversas estrategias: transmisiones radiales, conciertos al aire libre, conciertos populares, conciertos descentralizados, giras al interior del país y el extranjero, publicaciones, entre otros.

En su historia, ha recibido en calidad de invitados a prestigiosas batutas mundiales como Erich Kleiber, Antal Dorati, Hermann Scherchen, Igor Markevitch, Carlos Chávez, Ígor Stravinsky, o Krzysztof Penderecki. De igual forma, acompañó a prominentes solistas como Yehudi Menuhin, Arthur Rubinstein, Andrés Segovia, Claudio Arrau, Nicanor Zabaleta, Pascal Rogé, Garrick Ohlsson, Shlomo Mintz, Nelson Freire o Rinat Shaham.

La Orquesta Sinfónica Nacional ha realizado estreno de obras que anteriormente no fueron ejecutadas en nuestro país. A nivel internacional destaca el “Festival Mahler”; donde se presentaron siete de las nueve sinfonías del compositor austríaco - tres en calidad de primeras audiciones -, mientras que a nivel nacional se celebró en 2013 el estreno póstumo de la cantata *Hanac Pachap* de Edgar Valcárcel y en 2016 el estreno absoluto de *El movimiento y el sueño* de Celso Garrido-Lecca, siendo el elenco sinfónico que ha estrenado y difundido la mayor cantidad de obras compuestas por artistas peruanos.

Cabe resaltar también que la OSN ha trabajado en nuevas metodologías de conexión con el público mediante herramientas como el Boletín de la Orquesta Sinfónica Nacional, un repositorio dentro del portal web del Ministerio de Cultura, la elaboración de un libro póstumo festejando sus 80 años de aniversario y la realización de exposiciones documentales conmemorativas. Desde 2012 la dirección titular recae en la figura del maestro Fernando Valcárcel Pollard, quien continúa la labor de promoción de la oferta cultural logrando un gran arraigo popular por su intenso plan de divulgación musical ■



3.3 Orquesta Sinfónica Nacional Juvenil Bicentenario

La Orquesta Sinfónica Nacional Juvenil Bicentenario (OSNJB) representa, desde su creación en 2003, un proyecto socio-cultural con especial énfasis en la integración de los más talentosos jóvenes músicos dentro de la formación orquestal de nuestro país.

A la par de contribuir con la difusión de la música académica en la sociedad peruana, permite consolidar la educación y profesionalización de las nuevas generaciones de artistas, logrando colaborar con grandes figuras de la música clásica como Andrei Gavrilov, Alexander Paley, Joaquín Achúcarro y Gil Shaham, entre otros. Su repertorio no solo destaca en el género sinfónico y de la ópera, siendo la primera orquesta juvenil en interpretar con éxito *La consagración de la primavera* de Ígor Stravinsky o la Sinfonía N.º 5 de Gustav Mahler, sino también presentando formatos como “Symphonic Rock”, junto al virtuoso guitarrista Charlie Parra, o “Animatissimo”, un concierto tributo a la cultura pop a través de la música del anime y videojuegos.

La OSNJB también participa en proyectos conjuntos con otros Elencos Nacionales. Se presentó junto a la Orquesta Sinfónica Nacional en el estreno de la *Sinfonía Turangalila* de Olivier Messiaen, y ha participado con el Coro Nacional de Niños, el Coro Nacional y el Ballet Folclórico Nacional en todas las ediciones de la Gala de Navidad. En el 2018, interpretó la música para la ceremonia principal de la visita del Papa Francisco al Perú junto al Coro Nacional y el Coro Nacional de Niños. Asimismo, ha participado en montajes de Temporadas de Ópera del Ministerio de Cultura como *Las bodas de Fígaro* (2012), *La flauta mágica* (2013) y *Pinocho* (2017) en el Gran Teatro Nacional.

En 2016, la OSNJB ganó del Premio “Luces” del diario El Comercio en la categoría de “Espectáculo de Música Clásica del Año” por la brillante ejecución del ciclo completo de sinfonías de Ludwig van Beethoven que ofreció en el Gran Teatro Nacional bajo la batuta del maestro Pablo Sabat, director del elenco desde el año 2010 ■



3.4 Coro Nacional

El Coro Nacional (CN) primer elenco vocal y coral del país se fundó en 1965 bajo la denominación de Coro del Estado. Su primer director fue el barítono y director trujillano Manuel Cuadros Barr. En 1972 cambió su denominación a Coro Nacional. Entre las otras reconocidas figuras que han dirigido el Coro Nacional están el director chileno Guillermo Cárdenas Dupuy, la directora estadounidense Jean Tarnawiecki, y los directores peruanos Armando Sánchez Málaga, José Carlos Santos, Andrés Santa María, Antonio Paz e Israel Olaya. Actualmente es liderado por el maestro Javier Súnico Raborg.

Su repertorio comprende desde la música renacentista hasta la contemporánea, logrando presentar varios estrenos de obras académicas peruanas. Entre sus actividades destaca la participación en conciertos corales, sinfónico-corales y temporadas de ópera; realizando además giras artísticas a nivel nacional e internacional presentándose en Guayaquil (1993), siendo considerado “técnicamente el mejor coro” en México y España (2015), en Chile durante el Encuentro Internacional “Las Regiones y América cantan en Linares” y en México durante el Festival Internacional Cervantino en 2016. De esta forma busca contribuir a la construcción de un espacio idóneo para el desarrollo e impulso de los mejores talentos en la disciplina vocal.

Dentro de su trayectoria, resalta la interpretación de un ensamble del elenco en la grabación del álbum *Selva y vergel de músicas* (2000), recibiendo el reconocimiento francés *Choc du Monde de la Musique*. En 2015, el Coro Nacional participó en la grabación de dos discos de música peruana editados por la Dirección Desconcentrada de Cultura del Cusco, uno con obras de José Bernardo Alzedo y el otro con la *Missa Andina* de Alejandro Núñez Allauca, ambos con la Orquesta Sinfónica del Cusco dirigida por Theo Tupayachi. Asimismo, desde 2011 inauguró la Temporada de Ópera en el Gran Teatro Nacional, que ofrece anualmente y le valió obtener las siguientes distinciones: en 2015, ganó el Premio Luces en la

categoría “Espectáculo de Música Clásica del Año” por la presentación de la ópera Nabucco de Giuseppe Verdi; y a inicios del 2020 la ópera Alzira, montaje estrenado en 2018, fue elegida como “Mejor Nueva Producción Latinoamericana” por la Asociación Ópera XXI de España.

Cabe resaltar que el Coro Nacional del Perú ha sido la plataforma de difusión de reconocidos solistas nacionales de la talla del tenor Juan Diego Flórez, la mezzosoprano Josefina Brivio, el barítono Humberto Zavalaga, las sopranos María Eloisa Aguirre y Jacqueline Terry, entre otros ■

3.5 Coro Nacional de Niños

El Coro Nacional de Niños (CNN) es el primer elenco coral infantil que en 2020 celebró su 25 aniversario de fundación. Cumple la labor de difundir la actividad vocal entre niños y niñas abarcando género y estilos diversos. Está conformado por más de un centenar de pequeños artistas divididos en tres grupos de acuerdo con sus edades.

El Coro Nacional de Niños ha realizado giras artísticas dentro y fuera del país. Las más importantes tuvieron lugar en Ecuador en 1998, 2001 y 2010, Chile en 1999, Argentina en 2003, 2010, y 2013 y Francia en octubre de 2011. Desde 2012, el elenco promueve la composición y difusión de la ópera infantil, ha puesto en escena, en calidad de estreno nacional, *El diluvio de Noé* de Benjamin Britten y el oratorio *Juditha Triumphans* de Antonio Vivaldi y, en calidad de estreno mundial, *La ciudad bajo el mar*, del compositor peruano Nilo Velarde.

A su vez, el elenco posee una intensa labor de difusión del legado musical del barroco peruano y universal. Se suman proyectos importantes como “Cantos del Ande”, que propone un viaje musical coral por todas las regiones del país de la mano de artistas peruanos de la música popular andina, y “Tinkuy: Cancionero multilingüe del Perú”, iniciativa que se desarrolla desde 2015 para presentar melodías tradicionales que abarquen diferentes lenguas indígenas que se hablan en nuestro país. La interpretación de estas piezas en el programa homónimo del MINEDU generó un reconocimiento al Gran Teatro Nacional, con el premio “Socios por la educación” y, en noviembre del 2019, el CNN fue reconocido a través de dos de sus integrantes por ser un ente comprometido con la difusión de las lenguas vernáculas.

Actualmente se encuentra bajo la dirección de la maestra Mónica Canales, quien asume la dirección titular desde el año 2009 ■

3.6 Ballet Nacional

El Ballet Nacional (BN) surgió en un contexto que apostó por diversificar la oferta del espectáculo de la danza, remarcando hasta la fecha su carácter progresista. Desde 1967, ha consolidado en sus presentaciones un estilo que concilia lo mejor de las técnicas clásicas y modernas del ballet.

Ha colaborado con coreógrafos invitados de la talla de Anneli Vuorenjuuri, Stephen Jenkins, Diana Haight, Anna Sokolow, Rosemary Helliwell, Susanne Linke, Royston Maldoom, entre otros. Además, se convirtió en la primera agrupación nacional que incursionó en el formato danza-teatro, con propuestas que van desde Frauenballett hasta Huatyacuri, un espectáculo interdisciplinario que reunió a Fernando de Szyszlo y Alejandro Núñez Allauca. Asimismo, ha logrado realizar en numerosas ocasiones giras a diferentes ciudades del Perú y del extranjero, emprendiendo un gran trabajo de intercambio cultural.

Entre sus producciones destacadas encontramos Alicia (2014), Carmen (2015), Romeo y Julieta (2017), Siderales y Sueño de una noche de verano (2019). Cabe resaltar que, en 2016, durante la Temporada Internacional de Coreógrafos, el Ballet Nacional compartió escenario con ilustres creadores artísticos como Mark Godden (EE.UU.), Pepe Hevia (Cuba) y Gustavo Ramírez Sansano (España). En 2021 el Ballet Nacional pierde a su director y coreógrafo Jimmy Gamonet quien apostó por redefinir la identidad de la compañía hacia el ballet neoclásico.

Actualmente el elenco está a cargo de la maestra Olga Shimasaki, quien anteriormente había liderado a la compañía durante 25 años y sigue buscando elevar el nivel técnico de los bailarines mediante la exploración de las sensibilidades de diferentes tipos de energía y movimiento ■

3.7 Ballet Folclórico Nacional

El Ballet Folclórico Nacional (BFN), fundado en 2008, lleva más de una década conquistando el país y el mundo mediante sus excelentes propuestas escénicas con una visión contemporánea. Su continua evolución se evidencia en producciones de gran formato inspiradas en las danzas y costumbres nacionales con el más alto nivel artístico y técnico.

Contribuyendo al reconocimiento, disfrute y aprecio de la riqueza y diversidad folclórica del Perú, el elenco ha realizado 12 temporadas en el Auditorio Los Incas con espectáculos como Orgullo, En Negro y Nazareno, y 20 temporadas en el Gran Teatro Nacional con el reconocido formato escénico Retablo, un espectáculo que mezcla diferentes disciplinas artísticas como la danza, la música, la actuación y el lenguaje audiovisual.

Asimismo, el BFN ha realizado participaciones especiales con otros elencos, como el Coro Nacional de Niños y la Orquesta Sinfónica Nacional Juvenil Bicentenario. Se suma a su trayectoria 16 giras nacionales y 8 giras internacionales, como también participaciones especiales en eventos institucionales a nivel nacional e internacional, como la Copa Mundial de Fútbol FIFA Rusia 2018 y la inauguración y clausura de los Juegos Panamericanos LIMA 2019.

En la actualidad, el elenco se encuentra bajo la dirección del maestro Fabricio Varela, quien asumió la dirección titular en 2008 y desde entonces busca inspirar en las nuevas generaciones sentimientos de respeto y amor por las expresiones vivas del Perú, con la expectativa de presentar al folclore y el arte en general como una vocación ■

Ballet Folclórico Nacional
Coro Nacional de Niños
Orquesta Sinfónica Nacional Juvenil Bicentenario
Navidad en la Plaza 2019 - Plaza Mayor de Lima, Lima.
Foto: Gianmarco Atencia



4

DIAGNÓSTICO DE LOS PÚBLICOS DE LOS ELENOS NACIONALES

4.1 Estudio de públicos 2019

El estudio de públicos es una herramienta que permite conocer el perfil de los usuarios de los servicios culturales. Asimismo, ayuda a medir el grado de satisfacción generado e incluso identificar los patrones de comportamiento de los públicos. En tal sentido, la Dirección de Elencos Nacionales tuvo como prioridad, a través de un estudio estadístico, conocer al público que asiste a las funciones presentadas por los elencos en el Gran Teatro Nacional.

Antes de presentar el estudio de públicos realizado, queremos dar una primera visión de la definición de públicos. Entendemos el término “públicos”, bajo la perspectiva en el sector cultura, como un concepto que define a un conjunto de personas desconocidas entre sí que comparten intereses comunes¹. El término es por naturaleza plural porque no existe uno sino múltiples públicos, divididos por razones socioeconómicas, de género, etnicidad o estilo de vida. Como productores de actividades artísticas, es nuestro deber definir a qué público nos dirigimos, con qué objetivo y cuál es el papel que tienen ellos en nuestra gestión.

Es así como, en el año 2019, se diseñó y realizó un estudio con la finalidad de levantar información sobre el perfil de los públicos de los Elencos Nacionales que acudían a las funciones presentadas en el Gran Teatro Nacional. Todo ello bajo el propósito de diseñar estrategias que mejoren las experiencias y así, eventualmente, incrementar el alcance de beneficiarios.

El estudio se realizó a través de una encuesta aplicada durante las funciones realizadas por cada elenco entre el 15 de junio y el 18 de julio de 2019.

1. Warner, M. (2012) *Público, públicos, contrapúblicos*. México D.F: Fondo de Cultura Económica.

CARACTERÍSTICAS DEL ESTUDIO:

- **Metodología:** Cuantitativa no probabilística.
- **Técnica:** Encuestas por intercepción dentro del Gran teatro Nacional.
- **Universo:** Hombres y mujeres, mayores de edad, asistentes a los distintos espectáculos del GTN durante los meses de medición.
- **Instrumento:** Cuestionario autoadministrado de preguntas cerradas, conformado por 3 carillas y 21 preguntas.
- **Margen de error:** +/- 5% (nivel de confianza del 95%).
- **Fechas de trabajo de campo:** Del 15 junio al 18 de julio de 2019.
- **Tamaño de la muestra:** 1556 encuestas validadas.

4.2 Mapa de públicos

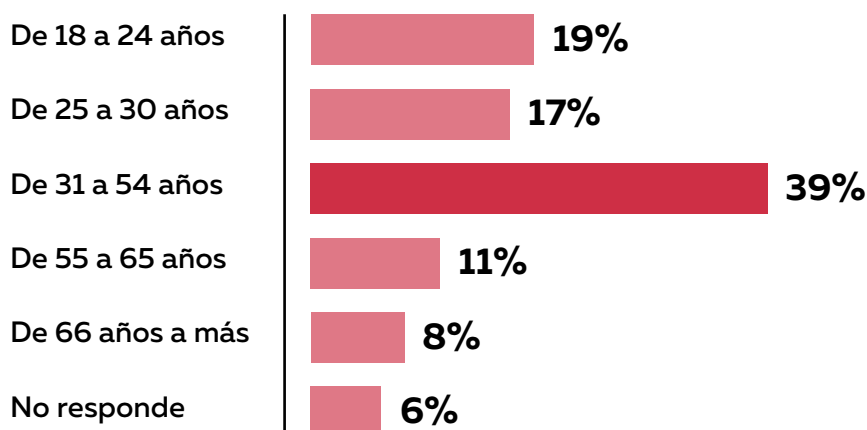
A. Los públicos de los Elencos Nacionales

Dentro de las encuestas aplicadas al público de los Elencos Nacionales en el 2019 se consideró la recopilación de datos generales como edad y sexo, asistencia a espectáculos artísticos y culturales, y conocimiento de los Elencos Nacionales.

Los resultados más importantes se detallan a continuación:

Datos generales

De acuerdo a los resultados obtenidos en el estudio realizado en el año 2019, el público de los elencos nacionales está conformado por los siguientes grupos de edades:



Además, el porcentaje de público de sexos femenino y masculino es el siguiente:



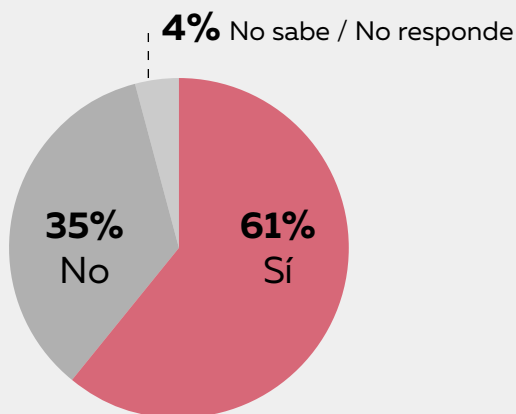
Sobre la asistencia a presentaciones y espectáculos culturales

Dentro del estudio realizado, se preguntó a los encuestados sobre los espectáculos artísticos a los que asistieron en los últimos doce meses y con qué frecuencia.

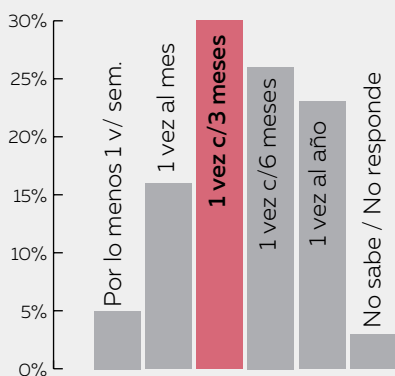
Se resaltan los siguientes resultados:

► Asistencia a espectáculos de danza:

Tal y como señala el siguiente gráfico, el **61%** de encuestados asistió a espectáculos de danza.

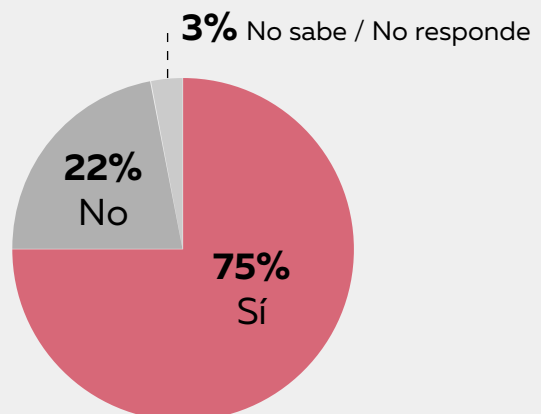


Además, la frecuencia con la que asiste la mayoría es de **una vez cada tres meses.**

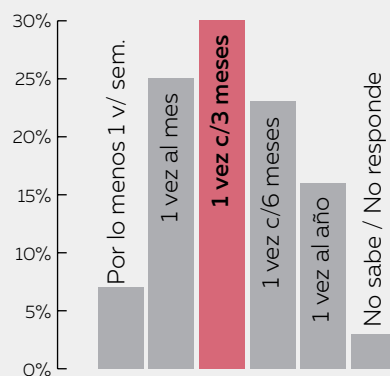


► Asistencia a espectáculos orquestales y corales:

Tal y como señala el siguiente gráfico, el **75%** de encuestados asistió a espectáculos de música orquestales y corales.

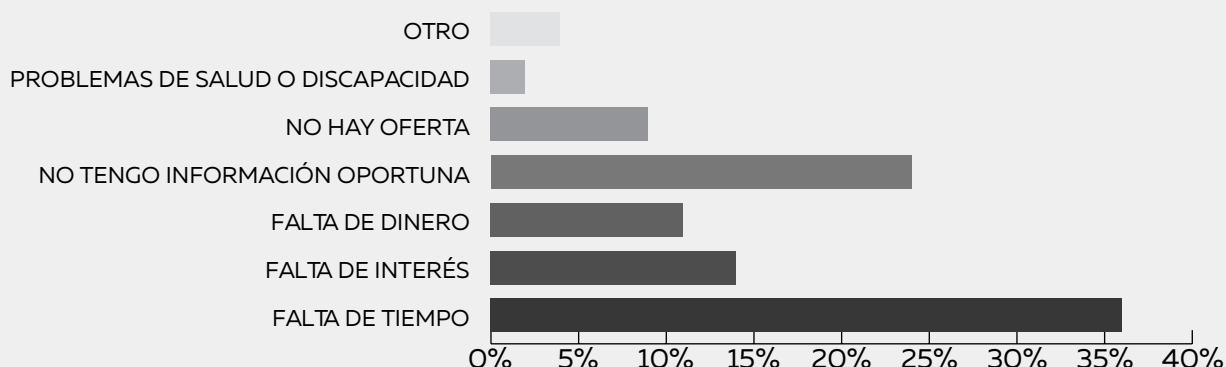


La frecuencia de asistencia es, en su mayoría de **una vez cada tres meses.**



► Razones de ausencia en espectáculos artísticos:

Las personas que no asistieron a espectáculos artísticos señalan las siguientes razones:



► Espacios en los que los encuestados vieron espectáculos artísticos:

El 41,8% de los encuestados señalaron que asistieron a espectáculos artísticos en un teatro o auditorio.

ESPACIOS	TEATRO	DANZA	MÚSICA	PROMEDIO
En un teatro o auditorio	45,7%	36,3%	43,4%	41,8%
En un centro cultural o museo	20,9%	19,3%	21,2%	20,5%
En un establecimiento educativo	10,5%	2,6%	11,2%	8,1%
En un centro comercial	5,8%	5,4%	6,3%	5,8%
En un estadio	7,8%	6,4%	9,2%	7,8%
En la calle o parque	8,1%	7,9%	8,6%	8,2%
En un centro vecinal, gimnasio u otros	1,2%	1,1%	1,3%	1,2%

► Medios de transporte en los que asistieron:

De acuerdo a los resultados arrojados en las encuestas realizadas, se concluye que el público de cada elenco acude a los espectáculos utilizando diferentes medios de transporte:



En el siguiente cuadro observamos el detalle de las respuestas obtenidas en las encuestas aplicadas al público que asistió a los espectáculos de los elencos:

Medio de transporte	BALLET NACIONAL DEL PERU	ORQUESTA SINFÓNICA NACIONAL DEL PERU	ORQUESTA SINFÓNICA NACIONAL JUVENIL BICENTENARIO DEL PERU	BALLET FOLCLÓRICO NACIONAL DEL PERU	CORO NACIONAL DE NIÑOS DEL PERU
Transporte propio (automóvil, camioneta, moto)	36%	29%	22%	28%	43%
Transporte público (tren, bus, metropolitano)	27%	28%	34%	23%	24%
Taxi	34%	36%	20%	37%	31%
Caminando	3%	6%	4%	3%	1%
Bicicleta o scooter	0%	0%	0%	0%	1%
Otro medio	0%	0%	2%	0%	0%
No responde	0%	1%	0%	2%	1%

► Motivos por los que el público asistió a la función:

Dentro del estudio se consideró importante conocer la razón por la que el público asistió a la función. Las respuestas fueron las siguientes:

RAZÓN DE ASISTENCIA

IMPORTANCIA

Me interesa la obra o el evento artístico que se presenta	33,1%
Me interesa el Elenco que se presenta	15,1%
Me interesa el Gran Teatro Nacional	16,3%
Quería ver a un familiar/amigo que participa en el espectáculo	5,9%
Fue parte de una actividad educativa	3,4%
Acompañé a alguien	8,1%
Me lo recomendaron / tuvo buena crítica	5,6%
Quería llevar a mis hijos(as) o familiares	4,7%
Era gratis o tenía un precio accesible	3,6%
Me llamó la atención su publicidad	2,7%
Por otro motivo	1,4%

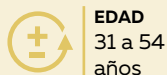
Se observa que la mayor cantidad de usuarios acudieron por las siguientes razones:

- Le interesa la obra o evento artístico que se presentó.
- Le interesa el Elenco que se presentó.
- Le interesa el Gran Teatro Nacional .

B. Público de la Orquesta Sinfónica Nacional

Público principal

En las encuestas aplicadas se encuentra que el perfil mayoritario del público de la Orquesta Sinfónica Nacional tiene las siguientes características:



EDAD
31 a 54 años



LUGAR DE NACIMIENTO
Lima / Arequipa



NIVEL EDUCATIVO
Universitaria completa / Posgrado



AUTO IDENTIFICACIÓN
Mestiza



SEXO
Mujer



RESIDENCIA
Surco / Cercado de Lima / La Molina



OCUPACIÓN
Profesional / Técnico

Asistencia a presentaciones y espectáculos culturales

En este punto se describe a qué espectáculos artísticos han asistido los encuestados en los doce meses previos a la aplicación de la encuesta, con qué frecuencia y la consciencia de asistencia a eventos similares en la infancia.



ASISTENCIA A ESPECTÁCULOS DURANTE LOS ÚLTIMOS 12 MESES: Teatro
FRECUENCIA: 1 vez cada 03 meses
DE NIÑO, VIO ESPECTÁCULOS (DANZA, TEATRO O MÚSICA): SI: 57%

Asistencia a presentaciones de Elencos Nacionales

De acuerdo a las encuestas realizadas, la asistencia previa a espectáculos de los elencos nacionales es la siguiente:



ASISTENCIA A ESPECTÁCULO DE ELENOS NACIONALES DURANTE LOS ÚLTIMOS 12 MESES: 46,80% SÍ
1ª OPCIÓN: Orquesta Sinfónica Nacional | **2ª OPCIÓN:** Ballet Folclórico Nacional

Persona quien le acompaña a ver el espectáculo

Los encuestados asistieron al espectáculo acompañados, en su mayoría de sus parejas o de amistades.



1ª OPCIÓN: Cónyuge, pareja, enamorado(a), novio(a)
2ª OPCIÓN: Amigos(as), compañeros(as) de estudio y/o trabajo

Conocimiento del evento

El público que asistió al espectáculo tomó conocimiento de la siguiente manera:



1^{RA} OPCIÓN: Redes sociales

2^{DA} OPCIÓN: Internet | amistades y familiares

Medio de transporte

Los asistentes al espectáculo donde se realizó la encuesta asistieron en su mayoría en taxi, sin embargo, a continuación, se detallan los demás medios de transporte utilizados:



Transporte propio (automóvil, camioneta, moto): 29%

Transporte público (tren, bus, metropolitano): 28%

Taxi: 36%

Caminando: 6%

Bicicleta o scooter: 0%

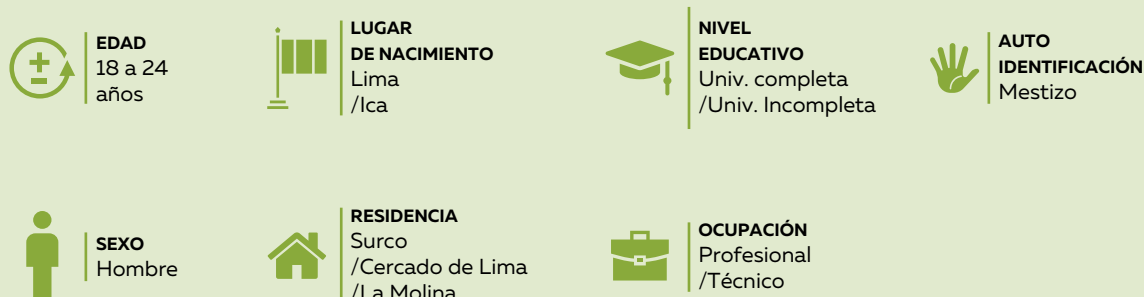
Otro medio: 0%

No responde: 1%

C. Público de la Orquesta Sinfónica Nacional Juvenil Bicentenario

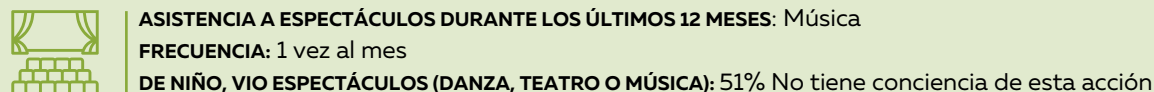
Público principal

En las encuestas aplicadas se encuentra que el perfil mayoritario del público de la Orquesta Sinfónica Nacional Juvenil Bicentenarios es el siguiente:



Asistencia a presentaciones y espectáculos culturales

En este punto se describe a qué espectáculos artísticos han asistido los encuestados en los doce meses previos a la aplicación de la encuesta, con qué frecuencia y la consciencia de asistencia a eventos similares en la infancia.



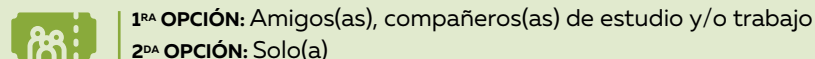
Asistencia a presentaciones de Elencos Nacionales

De acuerdo a las encuestas realizadas, la asistencia previa a espectáculos de los elencos nacionales es la siguiente:



Persona quien le acompaña a ver el espectáculo

Los encuestados asistieron al espectáculo acompañados, en su mayoría de sus parejas o de amistades.



Conocimiento del evento

El público que asistió al espectáculo tomó conocimiento de la siguiente manera:



- 1^{RA} OPCIÓN:** Amistades y familiares
- 2^{DA} OPCIÓN:** Internet | Redes sociales

Medio de transporte

Los asistentes al espectáculo donde se realizó la encuesta asistieron en su mayoría en transporte público, sin embargo, a continuación, se detallan los demás medios de transporte utilizados.

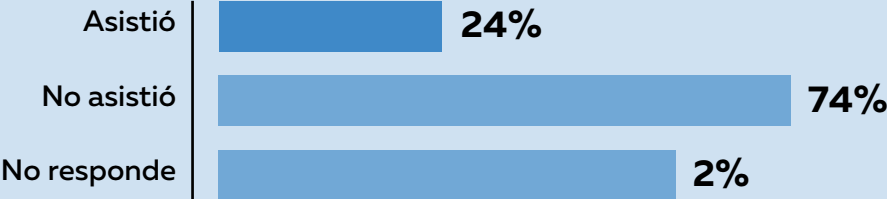


- Transporte propio (automóvil, camioneta, moto):** 22%
- Transporte público (tren, bus, metropolitano):** 34%
- Taxi:** 20%
- Caminando:** 4%
- Bicicleta o scooter:** 0%
- Otro medio:** 2%
- No responde:** 0%

D. Público del Coro Nacional

El estudio no contempló al Coro Nacional, dado que en las fechas en las que se llevó a cabo, no se realizó ninguna presentación de dicho elenco en el GTN.

A pesar de ello, dentro de las encuestas aplicadas a los públicos de los demás Elencos Nacionales, se incluyó al Coro Nacional como una de las alternativas de asistencia a espectáculos previos. Este estudio reveló que el 24,1% de los encuestados asistió a ver un espectáculo del Coro Nacional en los anteriores doce meses.



Fuente: elaboración propia en base al estudio de públicos 2019.

E. Público del Coro Nacional de Niños

Público principal

En las encuestas aplicadas se encuentra que el perfil mayoritario del público del Coro Nacional de Niños es el siguiente:



EDAD
31 a 54 años



LUGAR DE NACIMIENTO
Lima /Junín



NIVEL EDUCATIVO
Universitaria completa /Posgrado



AUTO IDENTIFICACIÓN
Mestiza



SEXO
Mujer



RESIDENCIA
Surco /Lima /La Molina



OCUPACIÓN
Profesional /Técnico

Asistencia a presentaciones y espectáculos culturales

En este punto se describe a qué espectáculos artísticos han asistido los encuestados en los doce meses previos a la aplicación de la encuesta, con qué frecuencia y la consciencia de asistencia a eventos similares en la infancia.



ASISTENCIA A ESPECTÁCULOS DURANTE LOS ÚLTIMOS 12 MESES: Música

FRECUENCIA: 1 vez cada 03 meses

DE NIÑO, VIO ESPECTÁCULOS (DANZA, TEATRO O MÚSICA): SI: 53%

Asistencia a presentaciones de Elencos Nacionales

De acuerdo a las encuestas realizadas, la asistencia previa a espectáculos de los elencos nacionales es la siguiente:



ASISTENCIA A ESPECTÁCULO DE ELENOS NACIONALES DURANTE LOS ÚLTIMOS 12 MESES: 25,9% SÍ

1ª OPCIÓN: Coro Nacional de Niños | **2ª OPCIÓN:** Coro Nacional

Persona quien le acompaña a ver el espectáculo

Los encuestados asistieron al espectáculo acompañados, en su mayoría de sus parejas o de amistades.



1ª OPCIÓN: Cónyuge, pareja, enamorado(a), novio(a)

2ª OPCIÓN: Con hijo(a) y/u otros niños

Conocimiento del evento

El público que asistió al espectáculo tomó conocimiento de la siguiente manera:



- 1^{RA} OPCIÓN:** Redes sociales | amistades y familiares
- 2^{DA} OPCIÓN:** Internet

Medio de transporte

Los asistentes al espectáculo donde se realizó la encuesta asistieron en su mayoría en transporte propio, sin embargo, a continuación, se detallan los demás medios de transporte utilizados:



- Transporte propio (automóvil, camioneta, moto):** 43%
- Transporte público (tren, bus, metropolitano):** 24%
- Taxi:** 31%
- Caminando:** 1%
- Bicicleta o scooter:** 1%
- Otro medio:** 0%
- No responde:** 1%

F. Público del Ballet Nacional

Público principal

En las encuestas aplicadas se encuentra que el perfil mayoritario del público del Ballet Nacional es el siguiente:



EDAD
31 a 54 años



LUGAR DE NACIMIENTO
Lima /Junín



NIVEL EDUCATIVO
Universitaria completa /Posgrado



AUTO IDENTIFICACIÓN
Mestiza



SEXO
Mujer



RESIDENCIA
Surco /Cercado de Lima /Miraflores



OCUPACIÓN
Profesional /Técnico

Asistencia a presentaciones y espectáculos culturales

En este punto se describe a qué espectáculos artísticos han asistido los encuestados en los doce meses previos a la aplicación de la encuesta, con qué frecuencia y la consciencia de asistencia a eventos similares en la infancia.



ASISTENCIA A ESPECTÁCULOS DURANTE LOS ÚLTIMOS 12 MESES: Teatro

FRECUENCIA: 1 vez cada 03 meses

DE NIÑO, VIO ESPECTÁCULOS (DANZA, TEATRO O MÚSICA): 50% No tiene consciencia de esta acción

Asistencia a presentaciones de Elencos Nacionales

De acuerdo a las encuestas realizadas, la asistencia previa a espectáculos de los elencos nacionales es la siguiente:



ASISTENCIA A ESPECTÁCULO DE ELENOS NACIONALES DURANTE LOS ÚLTIMOS 12 MESES: 46,8% SÍ

1ª OPCIÓN: Ballet Nacional | **2ª OPCIÓN:** Orquesta Sinfónica Nacional

Persona quien le acompaña a ver el espectáculo

Los encuestados asistieron al espectáculo acompañados, en su mayoría de sus parejas o de amistades.



1ª OPCIÓN: Cónyuge, pareja, enamorado(a), novio(a)

2ª OPCIÓN: amigos(as), compañeros(as) de estudio y/o trabajo

Conocimiento del evento

El público que asistió al espectáculo tomó conocimiento de la siguiente manera:



- 1^{RA} OPCIÓN:** Redes sociales
- 2^{DA} OPCIÓN:** Internet | amistades y familiares

Medio de transporte

Los asistentes al espectáculo donde se realizó la encuesta asistieron en su mayoría en transporte propio, sin embargo, a continuación, se detallan los demás medios de transporte utilizados:



- Transporte propio (automóvil, camioneta, moto): 36%**
- Transporte público (tren, bus, metropolitano): 27%**
- Taxi: 34%**
- Caminando: 3%**
- Bicicleta o scooter: 0%**
- Otro medio: 0%**
- No responde: 0%**

G. Público del Ballet Folclórico Nacional

Público principal

En las encuestas aplicadas se encuentra que el perfil mayoritario del público del Ballet Folclórico Nacional tiene las siguientes características:



EDAD
31 a 54
años



LUGAR DE NACIMIENTO
Lima
/Junín



NIVEL EDUCATIVO
Universitaria
completa
/Posgrado



AUTO IDENTIFICACIÓN
Mestiza



SEXO
Mujer



RESIDENCIA
Cercado de Lima
/Surco
/La Molina



OCUPACIÓN
Profesional
/Técnico

Asistencia a presentaciones y espectáculos culturales

En este punto se describe a qué espectáculos artísticos han asistido los encuestados en los doce meses previos a la aplicación de la encuesta, con qué frecuencia y la consciencia de asistencia a eventos similares en la infancia.



ASISTENCIA A ESPECTÁCULOS DURANTE LOS ÚLTIMOS 12 MESES: Teatro
FRECUENCIA: 1 vez cada 03 meses
DE NIÑO, VIO ESPECTÁCULOS (DANZA, TEATRO O MÚSICA): SI: 58%

Asistencia a presentaciones de Elencos Nacionales

De acuerdo a las encuestas realizadas, la asistencia previa a espectáculos de los elencos nacionales es la siguiente:



ASISTENCIA A ESPECTÁCULO DE ELENOS NACIONALES DURANTE LOS ÚLTIMOS 12 MESES: 35% SÍ
1ª OPCIÓN: Ballet Folclórico Nacional | **2ª OPCIÓN:** Orquesta Sinfónica Nacional

Persona quien le acompaña a ver el espectáculo

Los encuestados asistieron al espectáculo acompañados, en su mayoría de amistades.



1ª OPCIÓN: Cónyuge, pareja, enamorado(a), novio(a)
2ª OPCIÓN: Con otros familiares

Conocimiento del evento

El público que asistió al espectáculo tomó conocimiento de la siguiente manera:



- 1^{RA} OPCIÓN:** Redes sociales
- 2^{DA} OPCIÓN:** Internet

Medio de transporte

Los asistentes al espectáculo donde se realizó la encuesta asistieron en su mayoría en taxi, sin embargo, a continuación, se detallan los demás medios de transporte utilizados:



- Transporte propio (automóvil, camioneta, moto):** 28%
- Transporte público (tren, bus, metropolitano):** 23%
- Taxi:** 37%
- Caminando:** 3%
- Bicicleta o scooter:** 0%
- Otro medio:** 0%
- No responde:** 2%



5.

ESTRATEGIA PARA EL DESARROLLO DE PÚBLICOS DE LOS ELENCOS NACIONALES

5.1 Segmentos priorizados y objetivos estratégicos para el desarrollo de públicos de los Elencos Nacionales

En base al estudio realizado sobre los públicos de los Elencos Nacionales se presenta la siguiente segmentación:

Público principal

Está conformado por el perfil del público que de forma mayoritaria asiste a los espectáculos de los Elencos Nacionales en el Gran Teatro Nacional.

Público potencial

Lo definimos como los grupos de personas que, a pesar de poseer las competencias para percibir y apreciar las expresiones artísticas producidas por los Elencos Nacionales, no asisten a sus espectáculos.

En este grupo se consideran: niñas, niños y adolescentes que estudian en academias de música o danza, que integran bandas de música o coros; jóvenes que estudian carreras vinculadas a las artes, que practican danza

e integrantes de coros en general, con énfasis en los distritos por los que circula la Línea 01 del Metro de Lima.

No público

Conformado por los grupos de personas que, no estando directamente relacionados con las actividades artísticas que desarrollan los Elencos Nacionales, representan un potencial interés para la institución como nuevos públicos de los espectáculos. La relación con este tipo de público pasa por contribuir a que desarrolle sus competencias para percibir y apreciar la música y danza de los elencos nacionales.

En este grupo se consideran personas con discapacidad de los programas de las Oficinas Municipales de Atención a las Personas con Discapacidad (OMAPED), adultos mayores de programas municipales, estudiantes escolares y estudiantes universitarios de carreras de humanidades, ciencias sociales o comunicaciones, niños y jóvenes que practican gimnasia y otros deportes.

En vista de los tres tipos de públicos descritos y con la finalidad de incrementar los públicos de los Elencos Nacionales, la DEN se plantea los siguientes objetivos estratégicos:

- *Ampliar el alcance de la oferta actual de los elencos a través de la articulación con instituciones que tengan a cargo grupos de interés del público potencial o no público.*
- *Diversificar la oferta mediante la propuesta e implementación de una nueva programación para el nuevo público.*

Es importante señalar que, en esta propuesta, se ha priorizado la atención de ciertos grupos de públicos para cada elenco, lo cual se detalla en el siguiente punto. Por otro lado, cabe indicar que, después de ejecutada la primera parte del plan de acción (investigación de instituciones y grupos de interés), se planteará elaborar un estudio para medir el impacto ■

5.2 Orquesta Sinfónica Nacional

Para este elenco, que cuenta con un público sólido que asiste frecuentemente a los conciertos, se ha priorizado la atención de uno de los objetivos estratégicos.



SEGMENTO PRIORIZADO: PÚBLICO POTENCIAL ADULTO CON VÍNCULOS REGIONALES

Este segmento está conformado por grupos de adultos vinculados a asociaciones departamentales o similares ubicadas en Lima, de acuerdo al contenido regional del repertorio.



OBJETIVO ESTRATÉGICO

Ampliar el alcance de la oferta actual. Se plantea alcanzar nuevo público para la programación actual de repertorios regionales.



PRODUCTO Y ACCIONES

El producto planteado para el cumplimiento del objetivo estratégico contempla que, a partir del repertorio orquestal de música regional que existe en el país, plantear actividades didácticas e informativas como: realizar una presentación, a cargo del director artístico, detallando el origen de la partitura, así como breves biografías de los compositores de estos repertorios. De acuerdo a las regiones, se necesita:

- Elaborar base de datos de asociaciones departamentales de acuerdo al contenido regional del repertorio de la OSN.
- Programar reuniones con los representantes de las instituciones identificadas.

5.3 Orquesta Sinfónica Nacional Juvenil Bicentenario

En el caso de la OSNJB, se pretende trabajar los dos objetivos estratégicos con tres grupos de públicos priorizados.



SEGMENTO PRIORIZADO 1: PÚBLICO POTENCIAL Y NO PÚBLICO ADULTO JOVEN

Jóvenes universitarios que estudian carreras vinculadas a las humanidades, ciencias sociales, artes y comunicaciones en los distritos de Lima Sur y Lima Este por donde circula la Línea 01 del Metro de Lima.



OBJETIVO ESTRATÉGICO

Ampliar el alcance de la oferta actual. Se plantea alcanzar el nuevo público para la programación actual de repertorios regionales.



PRODUCTO Y ACCIONES

El producto a implementar consiste en un conversatorio previo a los conciertos en el GTN, para lo cual se necesita:

- Plantear y desarrollar el tema del conversatorio en función al repertorio (elección de las piezas y autores, proceso de ensamble orquestal, entre otros).
- Elaborar base de datos de carreras técnicas y universitarias relacionadas a humanidades, sociales, artes y comunicaciones.
- Programar reuniones con los representantes de las instituciones identificadas.



SEGMENTO PRIORIZADO 2: PÚBLICO POTENCIAL INFANTIL Y ADOLESCENTE

Niñas, niños y adolescentes que estudian en academias de música o integran bandas de música en distritos de Lima Sur y Lima Este por donde circula la Línea 01 del Metro de Lima.



OBJETIVO ESTRATÉGICO

Diversificar los públicos del elenco con el propósito de atraer nuevos y más públicos gracias a la programación planteada.



PRODUCTO Y ACCIONES

Diseñar funciones didácticas de las versiones del himno nacional peruano, para lo cual se necesita:

- Realizar la investigación sobre las versiones del himno nacional (en proceso).
- Contratar arreglista para hacer los arreglos musicales.
- Contratar un dramaturgo para elaborar el libreto.
- Realizar los servicios para llevar a cabo la función (audios en off, etc.).
- Elaborar base de datos de academias de música para niños, niñas y adolescentes.
- Programar reuniones con los representantes de las instituciones identificadas.



SEGMENTO PRIORIZADO 3: NO PÚBLICO PERSONAS CON DISCAPACIDAD

Personas con discapacidad de los programas de OMAPED en las municipalidades de Lima Sur y Lima Este por donde circula la Línea 01 del Metro de Lima.



OBJETIVO ESTRATÉGICO

Diversificar los públicos del elenco con el propósito de atraer nuevos y más públicos gracias a la programación planteada.



PRODUCTO Y ACCIONES

Realizar una actividad en el foyer del GTN, previa o posterior a los conciertos, para ello es necesario formular con el área de públicos de GTN una actividad específica, pensada principalmente en las personas con discapacidad.

Además, se debe considerar:

- Elaborar base de datos de instituciones que trabajen con personas con discapacidad.
- Programar reuniones con los representantes de las instituciones identificadas.

5.4 Coro Nacional

Si bien el estudio de públicos de los Elencos Nacionales en el GTN no incluyó al Coro Nacional por las razones anteriormente mencionadas en el documento, se logró plantear alcanzar los siguientes públicos:



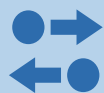
SEGMENTO PRIORIZADO 1: PÚBLICO POTENCIAL INFANTIL Y ADOLESCENTE

Niñas, niños y adolescentes, integrantes de los coros de las iglesias de los distritos de Lima Sur y Lima Este por donde circula la Línea 01 del Metro de Lima, y de los distritos aledaños al espacio cultural (San Luis, Surquillo Lince, La Victoria).



OBJETIVO ESTRATÉGICO

Ampliar el alcance de la oferta actual. Se plantea alcanzar nuevo público para la programación actual.



PRODUCTO Y ACCIONES

Se realizará la producción de funciones didácticas "A través de los tiempos". Para ello se necesita:

- Revisar el libreto propuesto en el 2020, basado en el contexto virtual.
- Elaborar base de datos de coros de iglesias y municipalidades.
- Programar reuniones con los representantes de las instituciones identificadas.



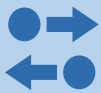
SEGMENTO PRIORIZADO 2: PÚBLICO ADULTO Y ADULTO MAYOR

Adultos y ancianos integrantes de los coros de las municipalidades y de las iglesias de los distritos de Lima Sur y Lima Este por donde circula la Línea 01 del Metro de Lima, y de los distritos aledaños al espacio cultural (San Luis, Surquillo Lince, La Victoria).



OBJETIVO ESTRATÉGICO

Ampliar el alcance de la oferta actual. Se plantea alcanzar nuevo público para la programación actual.



PRODUCTO Y ACCIONES

El producto consiste en una función didáctica a partir de la puesta "Pregones". Para ello se requiere:

- Contratar un dramaturgo para elaborar el libreto en base a la puesta de pregones, que permita poner en contexto el repertorio a través de una historia.
- Elaborar base de datos de coros de iglesias y municipalidades.
- Programar reuniones con los representantes de las instituciones identificadas.

5.5 Coro Nacional de Niños

Para el caso del Coro Nacional de Niños, se ha priorizado la atención del siguiente segmento de público:



SEGMENTO PRIORIZADO: PÚBLICO POTENCIAL INFANTIL Y ADOLESCENTE

Este grupo está conformado por niñas, niños y adolescentes de los centros educativos de los distritos de Lima Sur y Lima Este por donde circula la Línea 01 del Metro de Lima, y de los distritos aledaños al espacio cultural (San Luis, Surquillo Lince, La Victoria).



OBJETIVO ESTRATÉGICO

Diversificar los públicos del elenco con el propósito de atraer nuevos y más públicos gracias a la programación planteada.



PRODUCTO Y ACCIONES

- Elaborar base de datos de colegios por donde pasa la Línea del Metro de Lima y distritos aledaños.
- Programar reuniones con los representantes de las instituciones identificadas.

Como producto, se preparará la presentación de la directora artística sobre el concierto "De la costa a la selva", en el que se incluya un segmento del repertorio de Tinkuy. Para ello se necesita preparar la selección de música y la presentación inicial.

5.6 Ballet Nacional

Se ha priorizado la atención de tres segmentos de públicos para el Ballet Nacional.



SEGMENTO PRIORIZADO 1: PÚBLICO POTENCIAL INFANTIL Y ADOLESCENTE

Niñas, niños y adolescentes que estudian en academias de danza –especialmente ballet clásico– o gimnasia con énfasis en los distritos por donde circula la Línea 01 del Metro de Lima.



OBJETIVO ESTRATÉGICO

Diversificar los públicos del elenco con el propósito de atraer nuevos y más públicos gracias a la programación planteada.



PRODUCTO Y ACCIONES

- Elaborar base de datos de academias de danza para niños, niñas y adolescentes.
- Programar reuniones con los representantes de las instituciones identificadas.

Como producto se plantea una función didáctica con piezas coreográficas variadas, el componente de mediación es previo a cada coreografía y al cierre de la función con los bailarines. Para ello se necesita:

- Elaborar un libreto para la función didáctica dirigida a niños, niñas y adolescentes.
- Ensayar las piezas coreográficas y la narración de la función.
- Contratar el servicio de narración



SEGMENTO PRIORIZADO 2: PÚBLICO POTENCIAL Y NO PÚBLICO JOVEN ESTUDIANTE

Jóvenes que estudian carreras vinculadas a las humanidades, ciencias sociales, artes y comunicaciones, con énfasis en los distritos por donde circula la Línea 01 del Metro de Lima.



OBJETIVO ESTRATÉGICO

Ampliar el alcance de la oferta actual. Se plantea alcanzar nuevo público para la programación actual.



PRODUCTO Y ACCIONES

- Elaborar base de datos de carreras técnicas y universitarias relacionadas a humanidades, sociales, artes y comunicaciones.
- Programar reuniones con los representantes de las instituciones identificadas.

El producto consiste en un conversatorio previo a la programación, para las 03 temporadas anuales en GTN, para lo cual es necesario:

- Plantear el tema del conversatorio en función a las coreografías (proceso de creación coreografía, selección de la música, entre otros).
- Incorporar recursos audiovisuales en las dinámicas planteadas dentro del conversatorio.



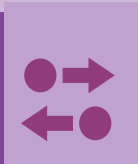
SEGMENTO PRIORIZADO 3: NO PÚBLICO ADULTO MAYOR

Miembros de los programas de Adultos Mayores de las municipalidades, con énfasis en los distritos por donde circula la Línea 01 del Metro de Lima.



OBJETIVO ESTRATÉGICO

Diversificar los públicos del elenco con el propósito de atraer nuevos y más públicos gracias a la programación planteada.



PRODUCTO Y ACCIONES

- Elaborar base de datos de instituciones que trabajen con adultos mayores.
- Programar reuniones con los representantes de las instituciones identificadas.

El producto consiste en una presentación del director artístico sobre una creación coreográfica. Para ello es necesario:

- Plantear el esquema temático de la coreografía y su estética.
- Realizar las secuencias de movimiento, seleccionar la música y ensayar.
- Elaboración de vestuario, mobiliario, utilería, entre otros elementos para la puesta.
- Preparar la presentación inicial.

5.7 Ballet Folclórico Nacional

Se ha priorizado la atención del siguiente segmento:



SEGMENTO PRIORIZADO: PÚBLICO POTENCIAL JOVEN

Jóvenes que practican danza en escuelas de danza, con énfasis en los distritos por donde circula la Línea 01 del Metro de Lima.



OBJETIVO ESTRATÉGICO

Ampliar el alcance de la oferta actual. Se plantea alcanzar nuevo público para la programación actual.



PRODUCTO Y ACCIONES

- Elaborar base de datos de escuelas de danza de jóvenes.
- Programar reuniones con los representantes de las instituciones identificadas.

El producto consiste en una presentación del director artístico sobre la inspiración de danzas regionales y el proceso de creación, para las 03 temporadas anuales en GTN.

Coro Nacional de Niños
Conjunto Musical del Ballet Folclórico Nacional
Diosdado Gaitán Castro
Cantos del Andes / Culturaymi Programa Cultural Lima 2019 - Anfiteatro del Parque de la Exposición, Lima.
Foto: Stephany Bravo



6.

PLAN DE ACCIÓN

Se ha planteado la calendarización de acciones para los años 2021-2022, a fin de lograr los productos propuestos para cada público de los elencos dentro de este plazo. Se planea iniciar las acciones con la preparación de bases de datos de instituciones de interés y planificar reuniones con sus representantes.

Es importante señalar que la mayoría de los productos propuestos pueden adaptarse tanto a un escenario presencial como virtual, lo cual podría significar variaciones en la ejecución del cronograma, dependiendo de los requerimientos de cada producto. Asimismo, las fechas propuestas podrían variar una vez definido el calendario de actividades 2022 de los Elencos Nacionales.

ACCIONES	RESPONSABLE	EJECUCIÓN												
		2021 (SET -DIC)	2022											
			FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	
Orquesta Sinfónica Nacional	Elaborar base de datos de asociaciones departamentales de acuerdo al contenido regional del repertorio de la OSN.	Gestión DEN												
	Programar reuniones con los representantes de las instituciones identificadas.	Gestión DEN												
	Preparar una presentación para nuevo público, por ejemplo, asociaciones departamentales	Dirección artística del elenco/ Equipo de producción												
	Ejecutar las presentaciones	Dirección artística del elenco/ Equipo de producción												

ACCIONES

ACCIONES	RESPONSABLE	EJECUCIÓN												
		2021 (SET -DIC)	2022											
			FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	
Elaborar base de datos de academias de música para niños, niñas y adolescentes.	Gestión DEN													
Elaborar base de datos de carreras técnicas y universitarias relacionadas a humanidades, sociales, artes y comunicaciones.	Gestión DEN													
Elaborar base de datos de instituciones que trabajen con personas con discapacidad.	Gestión DEN													
Programar reuniones con los representantes de las instituciones identificadas.	Gestión DEN													
Realizar la investigación sobre las versiones del himno nacional (en proceso) para la función didáctica para NNA (niños, niñas y adolescentes).	Dirección artística del elenco/ Equipo de producción													
Contratar servicios para llevar a cabo la función didáctica para NNA.	Equipo de producción/ Administración													
Plantear tema para un conversatorio para jóvenes en función al repertorio (elección de las piezas y autores, proceso de ensamble orquestal, entre otros).	Dirección artística del elenco/ Equipo de producción													
Realizar el conversatorio para jóvenes con invitado previo al concierto.	Dirección artística del elenco/ Equipo de producción													
Formular con el área de públicos de GTN una actividad específica en el foyer, pensada también en las personas con discapacidad.	Dirección artística del elenco/ Equipo de producción													

ACCIONES

RESPONSABLE

EJECUCIÓN

2021
(SET
-DIC)

2022

FEBRERO

MARZO

ABRIL

MAYO

JUNIO

JULIO

AGOSTO

SEPTIEMBRE

OCTUBRE

NOVIEMBRE

DICIEMBRE

Coro Nacional

Elaborar base de datos de coros de iglesias y municipalidades.

Gestión
DEN



Programar reuniones con los representantes de las instituciones identificadas.

Gestión
DEN



Ejecutar propuesta realizada de función didáctica para NNA.

Dirección
artística
del elenco/
Equipo de
producción



Preparar función didáctica para adultos y adultos mayores a partir de la puesta "Pregones"

Dirección
artística
del elenco/
Equipo de
producción



Contratar servicios de dramaturgo, confección de vestuario, mobiliario, etc.

Equipo de
producción/
Administración



Ejecutar la función didáctica.

Dirección
artística
del elenco/
Equipo de
producción



Coro Nacional de Niños

Elaborar base de datos de colegios por donde pasa la línea del metro y distritos aledaños.

Gestión
DEN



Programar reuniones con directores o encargados.

Gestión
DEN



Preparar una presentación sobre el concierto "De la costa a la selva"

Dirección
artística
del elenco/
Equipo de
producción



ACCIONES

RESPONSABLE

EJECUCIÓN

2021
(SET
-DIC)

2022

FEBRERO

MARZO

ABRIL

MAYO

JUNIO

JULIO

AGOSTO

SEPTIEMBRE

OCTUBRE

NOVIEMBRE

DICIEMBRE

Elaborar base de datos de academias de danza para niños, niñas y adolescentes.

Gestión
DEN



Elaborar base de datos de carreras técnicas y universitarias relacionadas a humanidades, sociales, artes y comunicaciones.

Gestión
DEN



Elaborar base de datos de instituciones que trabajen con adultos mayores.

Gestión
DEN



Programar reuniones con los representantes de las instituciones identificadas.

Gestión
DEN



Ajustes de libreto para función didáctica para NNA.

Dirección
artística
del elenco/
Equipo de
producción



Ensayos con nuevo narrador para función didáctica NNA.

Dirección
artística
del elenco/
Equipo de
producción



Planificar un conversatorio para jóvenes para las tres temporadas en GTN. Se agregarán fechas de acuerdo a las temporadas.

Dirección
artística
del elenco/
Equipo de
producción



Preparación de una presentación coreográfica para adulto mayor.

Dirección
artística
del elenco/
Equipo de
producción



Puesta en escena de la presentación coreográfica.

Dirección
artística
del elenco/
Equipo de
producción



ACCIONES

RESPONSABLE

EJECUCIÓN

2021
(SET
-DIC)

2022

FEBRERO

MARZO

ABRIL

MAYO

JUNIO

JULIO

AGOSTO

SEPTIEMBRE

OCTUBRE

NOVIEMBRE

DICIEMBRE

Ballet Folclórico Nacional

Elaborar base de datos de escuelas de danza de jóvenes.

Gestión
DEN



Programar reuniones con los representantes de las instituciones identificadas.

Gestión
DEN



Preparar una presentación para jóvenes sobre el proceso de inspiración y creación para las tres temporadas en el GTN. Se agregarán fechas de acuerdo a las temporadas.

Dirección
artística
del elenco/
Equipo de
producción



Coro Nacional
Ceremonia de Dedicación de la Iglesia de Santiago Apóstol de Kuñiotambo - Acomayo, Cusco.
Foto: Javier Súnico





CONCLUSIONES

Mediante el estudio de públicos se muestra que los asistentes a los espectáculos de los Elencos Nacionales tienden a ser mayoritariamente personas de clase media, con educación superior y de edades mayores a los 31 años. Ello expresa la reproducción de históricas desigualdades en el consumo cultural que demandan medidas específicas para superarlas. De allí que el presente Plan se haya trazado entre sus objetivos el de diversificar los públicos que se benefician de la producción artística de la Orquesta Sinfónica Nacional y demás Elencos Nacionales. El desarrollo de públicos es un instrumento útil para eliminar las barreras que restringen la participación de los ciudadanos en la vida cultural.

Si bien el estudio se realizó en el año 2019, es decir, en tiempos previos a la pandemia, la mayoría de estrategias y acciones propuestas responden también al actual contexto de salubridad en el que nos encontramos. Desde el año 2020, se vienen realizando actividades virtuales a través de las redes sociales de los Elencos Nacionales y la plataforma web GTN en Vivo, lo cual brinda oportunidades y a la vez, limitaciones.

A través de la digitalización de las actividades artísticas se pudo llegar a ciudadanos que anteriormente no asistían al Gran Teatro Nacional por la existencia de múltiples barreras: económicas, geográficas, sociales o culturales. Asimismo, se logró llegar a públicos de regiones que normalmente no pueden acceder a los espectáculos ofrecidos de forma presencial. Sin embargo, la desventaja de la digitalización pasa por no poder medir con precisión el grado de implicación del público con los contenidos. En todo caso, se hace necesario realizar en el futuro un estudio de los públicos digitales de los Elencos Nacionales desarrollados durante el contexto de pandemia.

La irrupción de los públicos digital, no obstante, no debe alejar la atención del público presencial. Tal como está ya sucediendo en diferentes partes del mundo el modelo de exhibición de las artes escénicas

posiblemente se vuelva híbrido. Las transmisiones en vivo no desplazarán a las puestas en escénica con público sino las complementarán. En ese escenario, el desarrollo de públicos demandará implementar estrategias que reconozcan las distintas modalidades existentes para establecer relaciones duraderas con los públicos

A la vez, es importante señalar que el trabajo de ampliar y diversificar públicos requiere de una labor constante de investigación y seguimiento. Para desarrollar el plan ha sido necesario contar con la gestión de estudios estadísticos previos orientados hacia el consumo cultural de los Elencos Nacionales y a su vez reiterar el compromiso del Ministerio de Cultura en seguir la línea de la gestión de la información que permita la implementación de políticas públicas. Los estudios de públicos, digitales o presenciales, deben acompañar siempre el desarrollo de nuevas programaciones, procesos de cocreación o diseño de metodologías pedagógicas para profundizar la implicación de los espectadores con los contenidos.

Finalmente, se debe tener en cuenta que la implementación del presente plan de públicos no debe culminar en la ejecución de las actividades propuestas. Hacia el término de su ciclo de ejecución será necesario realizar una evaluación que permita medir sus resultados. Los públicos deben estar en el centro del diseño, ejecución y evaluación de toda política cultural, incluida la implementada por compañías artísticas del Estado como los Elencos Nacionales. ■



PERÚ

Ministerio de Cultura

