

PLAN DE GESTIÓN CASA MUSEO VIOLETA PARRA

SAN CARLOS





Contenido

Introducción	4
1. MARCO TEÓRICO	5
1.1 Cultura.....	5
1.2 Patrimonio e identidad	5
1.3 Participación ciudadana.....	7
1.4 Gestión Cultural.....	8
1.5 Gestión cultural como política cultural	8
1.6 Espacio e infraestructura cultural	9
1.7 La participación cultural.....	10
1.8 Públicos	11
1.9 Tipologías de públicos	12
1.10 Públicos y entorno digital	13
1.11 Desarrollo de los públicos	13
1.12 Estrategias para formación de públicos.....	14
1.13 Barreras de acceso	15
1.14 Mediación cultural y artística.....	16
2. ANTECEDENTES COMUNALES	16
2.1 Ubicación	16
2.2 Caracterización demográfica.....	17
3. ANTECEDENTES CULTURALES COMUNALES.....	18
3.1 Gestión cultural e identidad.....	18
3.2 Patrimonio Material	18
3.2.1 Estación de Ferrocarriles	19
3.2.2 Molino Viejo	20
3.2.3 Ex Teatro Municipal	20
3.2.4 Centro Cultural San Carlos de Itihue.....	21
3.3 Patrimonio Urbano Religioso	21
3.3.1 Convento de los Padres Trinitarios.....	22
3.3.2 Capilla del Sagrado Corazón	23
3.3.3 Parroquia San Carlos.....	23
3.4 Sitios de interés.....	24
3.4.1 Complejo Turístico Alumga.....	24



3.4.2	Cachapoal.....	24
3.4.3	Flor de Quihua.....	25
3.4.4	Parque Marco Quirel.....	25
3.5	Patrimonio Inmaterial.....	25
3.5.1	Telar.....	26
1.1.1	Talabartería.....	26
1.1.2	Mimbre.....	27
1.1.3	Comidas Típicas.....	27
1.1.4	Cantoras y Artistas.....	28
1.1.5	La Cueca.....	28
3.6	Zonas Típicas.....	29
3.6.1	Plaza de Armas, Anfiteatro y Esculturas.....	29
3.6.2	Plaza Lucio Concha.....	30
3.6.3	Barrio Sur.....	30
3.6.4	Barrio Parralito.....	31
3.6.5	Los Pabellones.....	31
3.6.6	Barrio Estación.....	31
3.6.7	Población René Schneider.....	31
3.6.8	Población 11 de Septiembre.....	32
3.7	Gestión cultural municipal.....	32
3.7.1	Plan Municipal de Cultura.....	32
3.8	Casa Museo Violeta Parra.....	34
3.8.1	Oferta cultural actual.....	36
3.8.2	Acciones administrativas 2022.....	38
3.8.3	Visitantes a La Casa Museo.....	39
4.	METODOLOGÍA.....	41
5.	DIAGNÓSTICO PARTICIPATIVO.....	43
5.1	Encuentros participativos.....	43
5.1.1	Primer Encuentro Participativo Casa Museo Violeta Parra.....	43
5.1.2	Segundo Encuentro Participativo Casa Museo Violeta Parra.....	45
5.1.3	Tercer Encuentro Participativo Casa Museo Violeta Parra.....	47
5.1.4	Cuarto Encuentro Participativo Casa Museo Violeta Parra.....	49
5.1.5	Encuentro Participativo con estudiantes Colegio Violeta Parra.....	50



5.2	Resumen hallazgos encuentro participativos	52
5.3	Encuesta Cultural Comunitaria	53
5.4	Conclusiones.....	61
6.	IMAGEN OBJETIVO.....	62
7.	LINEAMIENTOS Y OBJETIVOS ESTRATÉGICOS.....	63
7.1	Lineamientos y objetivos estratégicos.....	63
7.2	Lineamientos, programas y proyectos	64
7.3	Cartera de proyectos	66
8.	FORMACIÓN DE PÚBLICOS Y GENERACIÓN DE AUDIENCIAS	69
8.1	Los Públicos.....	69
8.2	Proyectos y públicos beneficiados	71
8.3	Desafíos y aspectos para considerar.....	73
9.	PLAN DE COMUNICACIONES.....	75
10.	INDICADORES DE SEGUIMIENTO EVALUACIÓN	77
10.1	Sistema de seguimiento.....	77
10.2	Indicadores de seguimiento y evaluación.....	77
	BIBLIOGRAFÍA	78



Introducción

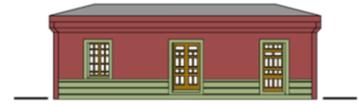
El presente instrumento es el resultado de un proceso de co-construcción ciudadana que contempla el diseño del Plan de Gestión de la Casa Museo Violeta Parra de la comuna de San Carlos ubicada en la región de Ñuble. Este se desarrolla en el marco de mejoramiento de la gestión cultural por parte del municipio, quienes ponen su atención en la necesidad de fortalecer el vínculo de la cultura con la ciudadanía, rescatando el valor cultural y patrimonial.

A través del presente documento se busca fortalecer la planificación y gestión de la Casa Museo, con el propósito de resguardar el legado patrimonial, cultural y artístico de la figura de Violeta Parra, brindando, al mismo tiempo atención a las problemáticas y necesidades culturales locales de la comunidad.

El proceso de construcción de este documento inició con consultas ciudadanas abiertas, en las que participaron actores relacionados con el mundo del arte y la cultura; cultores, estudiantes, docentes, representantes de organizaciones funcionales y comunidad general.

Como bien menciona Pedro Güell, la cultura y la ciudadanía tienen mucho que ver una con la otra, son quienes interactúan se refuerzan o se debilitan (Güell, 2008:33). En este sentido, se comenzó este proyecto con un diálogo variado, abierto y contundente desde el cual se desprende un diagnóstico participativo que da cuenta de las debilidades y fortalezas del inmueble cultural, así como también de los anhelos y frustraciones de la comunidad con este espacio. A partir de este diagnóstico, se elabora el esquema de lineamientos y propuestas, así como sus respectivos planes de seguimiento y evaluación.

La elaboración de este documento está sobre la base de una articulación organizada y sistemática sobre el proceso de mejora y perfeccionamiento de la gestión de la Casa Museo, los proyectos y objetivos son planteados como una línea de trabajo coordinado y organizado entre el Municipio de San Carlos, el Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio (MCAP), en UTP con la empresa INGEOP SpA.



1. MARCO TEÓRICO

Antes de comenzar, es fundamental conocer algunos conceptos claves para el documento, los cuales permitirán aproximarnos a las terminologías utilizadas en el desarrollo del documento, y dimensionar la importancia de cada uno de estos para el desarrollo cultural a nivel de inmuebles culturales.

1.1 Cultura

Según la UNESCO la cultura debe ser considerada como: *“El conjunto de los rasgos distintivos espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o a un grupo social y que abarca las artes y las letras, los modos de vida, las maneras de vivir juntos, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias”* (UNESCO, 2001). Tanto la cultura, como el patrimonio y la memoria son indispensables para la construcción del tejido social y su identidad, es aprendida, compartida y se adapta al dinamismo social.

La cultura debe entenderse como una conexión entre el pasado y el presente, en la cual se comunican los sentidos y experiencias comunes entre quienes habitan el territorio (Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, 2017).

La cultura adquiere formas diversas a través del tiempo y del espacio, es decir, se transforma con el paso del tiempo y sucesos, pues, cada vez se reconoce mayor pluralidad de las identidades y se les integra en la conformación de grupos humanos. (UNESCO, 2001).

1.2 Patrimonio e identidad

Existen múltiples definiciones y formas de comprender el concepto de patrimonio, es decir, se trata de un concepto polisémico.

Desde las Ciencias Sociales hay un acuerdo en que el patrimonio es una construcción social sobre objetos, espacios y bienes que han tenido un desarrollo, y se ha entendido de forma diversa a lo largo del tiempo. Esto quiere decir, que lo que se entiende por patrimonio no está dado en la naturaleza, sino que responde a las formas en que éste ha sido comprendido a lo largo del tiempo, según su contexto histórico, social y cultural. Se trata de una representación simbólica de la identidad de un grupo o comunidad, que da cuenta de lo que ella considera como propio y heredable para las próximas generaciones.



La palabra patrimonio, proviene del latín patris (del padre) y onium (recibido) y se usó inicialmente sólo para los bienes heredados del padre. De allí que en su devenir ha sido asociado a las herencias paternas o a los bienes de los “grandes hombres”. En las últimas décadas algunas teóricas han tomado una postura crítica al respecto, dado que desde el propio origen de la palabra hay un trasfondo patriarcal que se requiere transformar para así reivindicar aquellos patrimonios diversos y realizados, mantenidos y transmitidos por otros sujetos.

El patrimonio cultural designa a materialidades y manifestaciones intangibles cuyas significaciones se asocian a identidades colectivas, y son entendidas como herencias o legados históricos de generaciones anteriores. Asimismo, se les suele asignar un valor estético y de antigüedad, pero también documental y a veces conmemorativo.

El patrimonio natural, por su parte, se puede reconocer en monumentos de formaciones físicas o biológicas, formaciones geológicas o que posean hábitat de especies amenazadas, así como también lugares naturales que pretendan conservación de la belleza natural.

Por su parte, el patrimonio inmaterial se entiende como todo tipo de expresiones, conocimientos o representaciones que se reconozcan tradicionales, artes del espectáculo, de uso social como rituales, conocimientos, técnicas tradicionales.

La identidad, por su parte, la define Brito (2008) como aquella identificación socio-psicológica de los individuos por algo que asumen como propio y en el cual se reconocen, siendo esta una apropiación colectiva. En este caso, se trataría de una identificación y reflejo directo con el territorio y el espacio, comenzando a definir costumbres, a reconocerse en colectividad, a generar tradiciones, festividades, y pertenencia por lo que se va desarrollando y creando como grupo a través del tiempo.

La identidad local es un proceso el cual puede excluir como incluir a aquellos o aquellas que se sientan parte de este conglomerado de acciones y actividades identitarias. Brito (2008) menciona que finalmente la identidad local es una construcción simbólica creada por los individuos en un espacio específico, otorgándole de esta manera características únicas al territorio.

Por su parte Giménez (2009) expresa que la identidad nace primero desde el individuo, el cual es capaz de identificarse con otros en base a similitudes compartidas y reflejarse en ellos, para así formar parte de la colectividad. La cultura local es primordial para la identificación de una persona con cierto grupo y territorio, mientras más sean las semejanzas culturales más estrecha se vuelve la relación con el resto de los habitantes, ya que se comparten visiones y subjetividades similares de la realidad y el territorio.



Tanto la identidad individual como la colectiva están relacionadas con la cultura, por lo que, alcanzan reglas, normas y valores dentro de los grupos sociales. La identidad se caracteriza por la diversidad de culturas y subculturas que conviven.

En la actualidad un aspecto importante por la que es influenciada la identidad es por la globalización, información, comunicación, tecnologías, entre otros. La identidad Local “está constituida por aquellos monumentos, sitios, tradiciones, creencias y objetos que son valiosos para la comunidad y le dan sentido de pertenencia a sus habitantes” (Aguilera, 2007).

La identidad local se puede vincular a la identidad regional, la cual “alude a un sentimiento de pertenencia y a un sistema cultural de referencia. No existe grupo sin cultura, y la cultura, como expresión de la identidad se transmite, aprende y reproduce mediante los procesos de socialización” (SubDERE, 2013, p.8).

Dentro de la identidad local podemos encontrar componentes tangibles e intangibles, reconocibles a través de arraigo geográfico, productivo, artístico, entre otros.

En el caso de San Carlos su identidad se encuentra marcada por la figura de Violeta Parra y también por las tradiciones y el quehacer rural y campesino. A nivel regional, la identidad de San Carlos se relaciona con el paisaje cultural de la zona central compuesta por una historia, arquitectura, estilo de vida común.

1.3 Participación ciudadana

El concepto de participación ciudadana no tiene una definición precisa universalmente aceptada. No obstante, la participación ciudadana es reconocida como un componente de las políticas y la gestión pública, como un objetivo de la acción pública (establecida por medio de la Ley 20.500), clave para lograr el involucramiento de las personas en las labores estatales y privadas, permitiéndonos vigorizar y mejorar los niveles de transparencia, eficacia y pertinencia territorial de las políticas. La participación ciudadana ha cumplido un rol esencial para el desarrollo de los procesos culturales, lo que ha promovido la creación de instituciones y fortalecido las iniciativas relacionadas a la industria cultural.

La participación debe ser entendida como un derecho político y en un nivel más operativo la podemos definir como las actividades voluntarias mediante las cuales los miembros de una sociedad participan en la selección de sus gobernantes y directa o indirectamente en la elaboración, ejecución, seguimiento y evaluación de las políticas públicas.

En sentido con lo mencionado, la participación de los distintos actores culturales y sociales (sector público, sociedad civil y sector privado) es una garantía de legitimidad, pertinencia y viabilidad para el Plan.



1.4 Gestión Cultural

El concepto de gestión cultural es una disciplina que aún se mantiene en proceso de construcción. Se remonta desde los años ochenta –sus inicios en Europa y luego Latinoamérica- es impulsada a través de la puesta en práctica de las políticas culturales por parte de los Estados.

Dentro del Manual de Atalaya de apoyo a la gestión cultural se expone como conclusión que; La gestión cultural, tiene fundamento en su acción y su razón de ser social y sirve al ámbito cultural, ésta responde a las demandas –culturales- que tienen los territorios, a la vez deben responde a las peticiones de los creadores de tales proyectos.

La gestión cultural cumple la labor de mediador entre territorio y proyectos creativos, así como también un rol social, para que la cultura gane espacio público, esto se lleva a cabo a través de herramientas profesionales y capacidades personales para ejecutar tareas que incluyan elementos creativos, sociales y territoriales (González y Ben, 2014).

Dentro de las tareas de la gestión cultural esta crear –gestionar- espacios para el encuentro entre el ciudadano y las manifestaciones culturales (centros culturales, teatros, museos, etc. Pues dentro de estas manifestaciones se puede dar alcance al rescate y valoración de la historia y memoria local como parte de la identidad y patrimonio cultural.

Por otro lado, la UNESCO define gestión cultural como:

“el conjunto de saberes y de prácticas de gestión en los ámbitos de las artes y la cultura. En tanto que ciencia, la gestión refleja un corpus de teorías, de conocimientos y de métodos prestados de la economía, de las humanidades, de las ciencias sociales, del marketing, de las ciencias de la administración, de las finanzas, etc. La especificidad de la gestión cultural, en el sentido más amplio, remite a la especificidad de un campo (o de un sistema de actividades) y de productos (materiales e inmateriales) así como servicios “que no son mercancías o servicios como los demás”.

El rol del gestor cultural es investigar, administrar, de animación cultural, que tiene como finalidad estimular y la participación de las comunidades de la vida sociopolítica en que está integrada (UNESCO).

1.5 Gestión cultural como política cultural

La planificación de la gestión cultural es una forma de abordar las políticas públicas en la cultura, toda planificación variará según las necesidades culturales del territorio, en este sentido es vital tomar en cuenta las variables contextuales para realizar una correcta planificación sectorial.

Hablar de una correcta programación se refiere a responder a las necesidades socioculturales del territorio, para esto se requiere de una serie de pasos metodológicos que lleve adelante objetivos, no



sin antes desarrollar un proceso de análisis y reflexión, así, la gestión del espacio puede adaptarse realmente a los y las habitantes, facilitado su implicación y apropiación, garantizando la pertinencia territorial y la sustentabilidad de los espacios (PNC 2017 - 2022, p. 67 – 68).

La construcción de un Plan de Gestión Cultural particularmente implica ciertos principios:

– Un plan de gestión nace desde una comprensión de la identidad y características locales e institucionales. Conociendo los contenidos desde el entorno territorial, como lo son las características culturales, artísticas, sociales, urbanas, políticas, económicas del territorio directo e indirecto que aborda el plan.

– El plan de gestión debe tener coherencia con el marco político-técnico, tanto a nivel municipal como regional y nacional. Esto se traduce en que debe interrelacionarse con las Estrategias de Desarrollo Regional, además con las políticas culturales regional y otros instrumentos de gestión municipales, como el Pladeco y PMC.

– Proyectar la sustentabilidad y sostenibilidad programática y económica del Programa Sostenibilidad. Esto hace referencia a que el PG contempla la gestión de recursos, diversificando fuentes de financiamiento para mejorar el nivel de aporte a la creación y desarrollo de públicos. Potenciando así las capacidades humanas y materiales de la comuna.

– El PG, desarrolla una mirada territorial, integrada sobre los servicios culturales a entregar, potenciando redes a nivel comunal, provincial y regional, en donde se considere la difusión artística y cultural. Un Plan de gestión es un trabajo integral, que desarrolla prácticas cooperativas, el cual se lleva a cabo integrando las competencias institucionales públicas y privadas, a las agrupaciones culturales, medios de promoción cultural, etcétera.

– Incluye acciones pertinentes y en etapas progresivas, desarrolla procesos administrativos constantes y dinámicos, fortaleciendo habilidades de gestión autónoma. Esto relacionado con la dimensión de los accesos, la funcionalidad y modelo de gestión global del espacio.

La suma de estas variables dará cuerpo al Plan de Gestión de la Casa Museo Violeta Parra, el que debe contar con personas que sean las responsables de llevar adelante su desarrollo, gestores que trabajen desde la planificación, ejecución, hasta la evaluación. Igualmente, es así como el Plan de Gestión se acercará a las políticas públicas del ámbito nacional y regional, estableciendo su propia política territorial local, en donde se fomente la creación, las prácticas artísticas y culturales, el emprendimiento y el acercamiento de la cultura a las personas que habitan los barrios y localidades.

1.6 Espacio e infraestructura cultural

La Política Nacional de Cultura (PNC) define a los espacios culturales como “todos aquellos espacios (tangibles y no tangibles), emisores o receptores de programas o contenidos artísticos, culturales



y/o patrimoniales en donde se pueda observar el desarrollo de al menos una fase del ciclo cultural (formación, creación, producción, interpretación, difusión y distribución, puesta en valor, puesta en uso, comercialización, exhibición/exposición, conservación/restauración, apropiación, consumo)” (PNC 2017 - 2022 : 2017, p.68).

El Catastro de Infraestructura Cultural Pública y Privada, añade a la anterior definición que la infraestructura cultural está asociada a algún tipo de administración que planifica y gestiona las actividades, que desarrolla una programación y selecciona contenidos en función de su línea editorial. Cumpliendo al mismo tiempo la función de dinamizar la interacción entre los diferentes actores sociales, permitiendo la reproducción de las prácticas culturales propias del grupo que habita el territorio en el cual se insertan.

El Catastro de Infraestructura Cultural Pública y Privada realizado en Chile, identifica una serie de tipologías de infraestructura o espacio cultural. Dentro de dichas tipologías, por una parte, se entiende el **centro cultural** como un “recinto dedicado a la promoción y difusión de la cultura, a través de la organización de actividades de exhibición, formación e intercambio cultural, entre otras” (CNCA, 2017:20). Por otra parte, los **museos** son reconocidos como un “recinto permanente, dedicado al beneficio y desarrollo de la comunidad, a través de la colección, mantención, aseguramiento, investigación, distribución y/o exhibición de reportes materiales sobre la cultura, las personas y su medio ambiente”, un espacio abierto al público con el propósito de que la comunidad tenga la oportunidad de conocer, estudiar o experimentar con esos materiales (CNCA, 2017:20).

Respecto a los vínculos que estos espacios puedan generar con el territorio y con sus habitantes, cabe señalar que “uno de los lineamientos del CNCA ha sido proporcionar espacios de expresión, creación y difusión en sus barrios, comunas, ciudades y regiones, de acuerdo con las iniciativas y preferencias de quienes las habiten; así como fomentar la capacidad de gestión cultural en los ámbitos internacional, nacional, regional y local” (CNCA, 2017:69).

Mediante sus distintos departamentos y unidades, el CNCA ha intentado responder de alguna manera a la demanda sobre una mayor participación ciudadana en la toma de decisiones, así como también en el diseño de las acciones de la institución, incluyendo el apoyo a la gestión cultural y a la creación y habilitación de infraestructura y espacios culturales. Un claro ejemplo de esto son los Planes de gestión de infraestructuras culturales o los Planes Municipales (PMC), así como también el Fondo Nacional de Desarrollo Cultural y de las Artes (Fondart), Programa de Financiamiento de Infraestructura Cultural Pública, entre otros.

1.7 La participación cultural

El interés por impulsar la participación cultural de las personas ha estado presente en las políticas culturales de la mayoría de los países de occidente como un eje transversal desde mediados del



siglo XX, debido a que el acceso se ha caracterizado por ser desigual, y el porcentaje de la población que se involucra con la oferta cultural es acotado y ha decrecido (MINCAP, 2021). Es por esto por lo que, en las últimas décadas, a través de estrategias de desarrollo de públicos se ha buscado ampliar y diversificar el perfil de quienes asisten a actividades artístico-culturales y, a la vez, se han propuesto formar y crear nuevos públicos.

Hoy por hoy, se reconoce cada vez más que los públicos forman parte del hecho artístico y que su presencia depende de una gran diversidad de factores. Factores que se deben identificar y explorar, a fin de poder establecer estrategias de gestión que los pongan en el centro y les brinden relevancia (Jiménez, 2011).

Participar de la vida cultural como públicos tiene alcances que trascienden la práctica misma, como mejorar la calidad de vida y el bienestar; ampliar el repertorio de experiencias; desarrollar la imaginación; incide en el sentido de pertenencia de una comunidad; y promueve la cohesión social (Pérez Castellanos, 2020). En esta línea, los espectadores no desarrollan un papel pasivo frente a la representación- menciona Lucina Jiménez- pues contribuyen a su construcción a partir de la selección, jerarquización, empatía y/o lejanía que ejercen al presenciar una obra, al darle un sentido propio, totalmente subjetivo.

1.8 Públicos

La noción de públicos refiere a quienes participan de manera presencial en la oferta de actividades de organizaciones y espacios culturales con distintos grados de involucramiento, desde la recepción pasiva hasta la implicación colaborativa. Se caracterizan por su diversidad y heterogeneidad; por ello se ha optado por hablar de públicos y no de público (Coelho, 2009).

Ana Rosas Mantecón, en su texto “Qué es el público”, señala que ser público debe entenderse como una condición, un modo de existencia de los sujetos, quienes cumplen un rol cuando se genera un encuentro con las ofertas culturales, y no antes de esta. Ser público no es una mera actividad; es una condición, un modo de existencia de los sujetos.

En la siguiente tabla se pueden observar las diferencias a partir de una definición de conceptos claves:

AUDIENCIAS	La expresión audiencias ha comenzado a usarse de preferencia en los últimos años para identificar a quienes realizan consumos culturales no presenciales a través de medios o plataformas. Se caracterizan por la masividad, la multiplicidad de intereses y la inclinación por experiencias personalizadas.
PÚBLICOS	Grupos de personas que realizan consumo cultural presencial. Diversos y heterogéneos



ESPECTADORES Personas que realizan consumo cultural presencial. Cuentan con mayor capital cultural y herramientas de apreciación.

COMUNIDADES CULTURALES Se refiere al conjunto de personas que tienen características comunes y que se agrupan alrededor de una necesidad, objetivo o interés compartido. Las comunidades son dinámicas porque sus circunstancias también lo son y se definen por la red de relaciones que al interior de ellas se establece. (Guardiola, 2019).

Fuente: Elaboración propia.

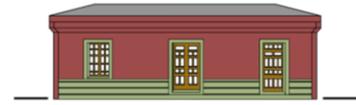
Siguiendo con el concepto de públicos, se debe considerar que durante el siglo XX distintas disciplinas y estudios contribuyeron a ampliar y problematizar dicho concepto. Algunos se enfocaron en los factores sociales que inciden en su conformación, como el *habitus* y el capital cultural (Bourdieu, 2012).

Los estudios de públicos clásicos establecen que la participación responde a un abanico de factores que se articulan en el capital cultural. El **capital cultural** entendido como un conjunto de instrumentos o herramientas, que pueden poseer- o no -los públicos, para aproximarse, acceder, valorar, aprehender y apropiarse simbólicamente de un bien cultural o de una creación artística. Al respecto, producto del riesgo de reducir el concepto a una lógica economicista, algunos autores proponen la expresión “imaginario cultural”.

1.9 Tipologías de públicos

Las tipologías de públicos a partir de su capital cultural, grado de interés, condición y características se pueden observar en la siguiente tabla:

Públicos	Descripción
Públicos con demanda inexistente	Tienen un bajo capital cultural y bajo grado de interés por la oferta artística. No existe un interés creado en esto porque probablemente no han tenido una experiencia de referencia que haya sido significativa o satisfactoria. La noción del “no público” surge de la escuela francesa y suele designar a quienes enfrentan situaciones de marginalidad o de alta vulnerabilidad y que son objeto de políticas o estrategias de integración social.
Públicos con demanda latente (o públicos potenciales)	Tienen un bajo grado de capital cultural y alto grado de interés por participar en actividades culturales pero determinadas barreras o resistencias le han impedido acceder a ellas. A pesar de su motivación, la falta de herramientas de apreciación puede ser una de estas barreras. Este interés no satisfecho, se considera demanda latente, según J. Colomer. Otros autores lo han denominado “públicos potenciales”.
Públicos primerizos	Públicos que han tenido una o diversas experiencias, superando determinadas barreras o resistencias pero que aún no tienen intereses definidos o consolidados porque todavía no han interiorizado su experiencia. Cuando acumulan varias experiencias pasan a públicos ocasionales.



Públicos ocasionales	Tienen un alto grado de capital cultural y bajo grado de interés por la oferta artística. Son de carácter reactivo: es decir que van tomando la decisión ocasionalmente, como respuesta a estímulos del entorno personal o social. Conocen la oferta, pero tienen falta de motivación, ya sea por experiencias previas insatisfactorias o falta de información.
Públicos regulares	Tienen un alto capital cultural y grado de interés en la oferta artística. Espectadores que participan de manera regular en prácticas escénicas, proactivos, con distintos niveles de frecuencia. La regularidad puede ser consecuencia de un hábito o de un compromiso de consumo regular adquirido.
Públicos amigos o socios	Espectadores que trascienden su condición de clientes y se implican en el proyecto escénico como socios o amigos, aportando sus recursos en forma de tiempo, dinero o contactos.
Tres macro categorías	<p>Públicos activos o actuales: son los que participan de las propuestas culturales desde primerizos a colaboradores.</p> <p>Públicos potenciales: son públicos con interés en determinadas prácticas escénicas, participen o no en ellas.</p> <p>Público inactivo o No Público: son los que no participan por desinterés.</p>

Fuente: Elaboración propia.

1.10 Públicos y entorno digital

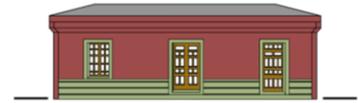
Boris Groys menciona en el texto “Volverse público”, que en tiempos contemporáneos los espectadores se encuentran en movimiento y que son básicamente viajeros. La vida contemplativa contemporánea coincide con una permanente y activa circulación. Estas particularidades se han acentuado debido a la acelerada transformación digital ocasionada por el Covid-19, en especial la fragmentación de los consumos online y la micro-segmentación de intereses que venían describiendo algunos autores antes de la pandemia (MINCAP, 2021).

1.11 Desarrollo de los públicos

El desarrollo de públicos corresponde al conjunto de estrategias que buscan que las personas accedan y participen en la oferta de actividades artístico-culturales de organizaciones, espacios e instituciones culturales, así como de las prácticas presentes en su territorio. Es entendido como un proceso estratégico, dinámico e interactivo que tiene como objetivo comprometer a los individuos y comunidades en la experiencia, disfrute, participación y valoración de las culturas, las artes y el patrimonio mediante diversos medios y líneas de acción (Bollo et al., 2017 Citado en MINCAP, 2021).

Para realizar un plan de estrategia en torno al desarrollo de los públicos, se deben tener claras las siguientes finalidades claves:

- Contribuir al desarrollo personal de los ciudadanos que participan de ellas.
- Contribuir a la cohesión y al desarrollo de la comunidad cultural donde se realizan.



- Contribuir a la sostenibilidad financiera o a la explotación satisfactoria de proyectos culturales.

En esta línea el desarrollo de públicos debiese enfocarse en la creación, formación, fidelización, ampliación, diversificación y participación de los públicos (Georges Bellows, 1915 citado en MINCAP, 2021), estrategias que debiesen establecerse una vez reconocidas las necesidades culturales territoriales y la situación de los públicos.

1.12 Estrategias para formación de públicos

Entendiendo que la formación de públicos corresponde a un conjunto de estrategias que se deben llevar a cabo para que las personas participen en la oferta de actividades artístico-culturales, en la siguiente tabla se identifican las distintas estrategias para la formación de públicos, las cuales deben tomar en cuentas diversas variables que inciden en la falta de participación de las personas:

Principales Estrategias	Descripción
Diversificación (o Creación de públicos)	<p>Se enfoca en los No Públicos y su objetivo es conseguir la participación de aquellos segmentos de la población que no participan en la organización debido a barreras que obstaculizan su acceso a la oferta artística (como podría ser la falta de interés), que se relacionan con el capital cultural. Acá se encuentran Barreras prácticas y de orden simbólico. Piensan que una actividad cultural no tiene nada que ofrecerles o que se sentirán fuera de lugar en el espacio.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Inclusión cultural • Integración social / animación socio cultural • Mediación • Pedagogía
Ampliación/ atracción/ captación	<p>Se enfoca en los Públicos ocasionales, dado que buscan ampliar el consumo y participación cultural. Atraer a más personas con un perfil muy similar a las que ya asisten (generalmente personas que participan de la oferta de otros espacios culturales y que constituyen demanda latente para nuestros espacios). Tienen interés ya creado y son receptivos a las propuestas asociadas. Acá hay más barreras de orden práctico (como el precio, falta de tiempo o transporte o no saber de nuestra existencia).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Marketing digital (web y RRSS, medios de comunicación masivo)
Fidelización	<p>Se enfoca en los Públicos actuales (primerizos-ocasionales-regulares), busca profundizar el compromiso o implicancia de estos grupos con la oferta programática, que los que ya participan en la oferta artística cultural lo hagan con mayor frecuencia y compromiso. Haciendo que su experiencia en el espacio sea gratificante, reforzando el conocimiento sobre las actividades y aumentando el sentido de pertenencia en relación a la organización en cuestión.</p>



- Diseño de la experiencia del usuario: propuesta de calidad.
que los servicios asociados a la asistencia a nuestra infraestructura aporten valor.
- Marketing relacional: Comunicación bi-directa y personalizada.
- Iniciativas o proyectos de gestión de comunidades.
- Impulso de asociaciones, redes y voluntariado.

Implicación Consiste en ofrecer a los públicos fidelizados plataformas de participación que promuevan el empoderamiento, implicar a los públicos habituales en el desarrollo del proyecto cultural y acompañarlos en la construcción de una comunidad de interés. Los públicos implicados participan en la toma de decisiones sobre contenidos y actividades, apoyan la difusión del proyecto, son prescriptores proactivos en sus relaciones sociales y, en determinados casos, están dispuestos a aportar recursos financieros. Son el principal activo para captar nuevos públicos porque su canal comunicativo es el boca-a-oreja, el más primitivo y eficaz de todos los que existen. Iniciativas de:

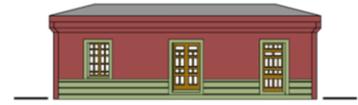
- co creación, co producción, co difusión, co programación.

1.13 Barreras de acceso

Las barreras que puede enfrentar una persona antes de conformarse como público son de variada índole. La falta de información, tiempo, dinero y la lejanía de los espacios culturales, además del acceso a la tecnología y a Internet, son algunas de ellas. A continuación, en la siguiente tabla se identifican las distintas barreras existentes:

Barreras	Descripción
Barreras de orden práctico	Se refiere a aspectos como la falta de información, falta de tiempo, lejanía física, transporte, falta de presupuesto.
Barreras de orden perceptual o social	Asociadas a ciertas creencias y prejuicios en torno a la asistencia a espacios culturales que genera una actitud de resistencia o temor.
Barrera de orden simbólico	Se refiere a las limitaciones para decodificar, interpretar, disfrutar de las creaciones artísticas. Esto se puede trabajar con acciones de mediación.

Otras barreras identificadas son el emplazamiento de los espacios y su distancia respecto de las zonas de residencia, y el gusto o el desinterés que condiciona el acceso a la oferta artística. Las barreras de acceso también suelen agruparse en tangibles (territoriales, económicas), intangible (culturales, sensoriales, actitudinales) y tecnológicas (plataformas digitales).



1.14 Mediación cultural y artística

La mediación cultural es un concepto acuñado a partir de los años 80 y vinculado con la escuela francesa. Se caracteriza por promover el acercamiento a los espacios culturales y a las creaciones artísticas de personas o comunidades con baja participación cultural.

La mediación cultural implica un conjunto de acciones que permiten cruzar modos de ver y pensar el mundo. Propicia diálogos y encuentros entre sectores sociales y ámbitos culturales que antes se percibían separados. Durante mucho tiempo la mediación cultural se sostuvo de manera informal pero hoy se ha profesionalizado (Nassim & Mairesse, 2018 citado en MINCAP, 2021).

Favorablemente, la mediación posibilita a las personas mejorar su comprensión del arte, la cultura y la creación artística. La mediación se puede fomentar mediante la realización de diálogos, experiencias y aprendizajes, corresponde a acciones e intervenciones que el mediador propone al público. De igual manera, considera ejercicios didácticos, preguntas y acciones que construyen conocimiento.

2. ANTECEDENTES COMUNALES

2.1 Ubicación

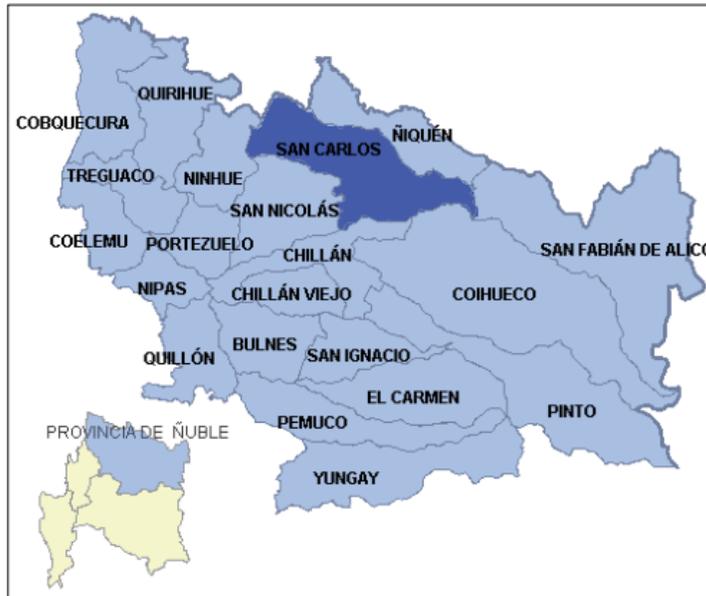
La ciudad de San Carlos de Itihue fue fundada el 3 de julio de 1800 por Joaquín del Pino de Rozas y Negrete, y su nombre sería en honor al rey Carlos IV de España. Está localizada al norte de la provincia de Punilla, siendo San Carlos la capital provincial. La provincia de Punilla, junto a las provincias de Diguillín e Itata conforman desde el 6 de septiembre de 2018 la Región de Ñuble.

De acuerdo con datos del Censo 2017, la comuna de San Carlos posee una población total de 53.024 habitantes, lo que considera tanto a la población rural como urbana.

Posee una superficie de 874 km. Cuadrados y de la superficie total, solo 4 km² corresponden al sector urbano.



En sus límites al Norte se encuentra la comuna de Ñiquén y Región del Maule. En el Oeste, se encuentra la comuna de Ninhue. Al Sur, las comunas de San Nicolás, Chillán y Coihueco. Mientras que, al Este, se encuentra la comuna de San Fabián.



Fuente: PLADECO 2017-2020.

2.2 Caracterización demográfica

La comuna en términos de crecimiento pasó de 50.088, correspondiente al Censo del 2002 a 53.024 habitantes, correspondiente al Censo 2017.

En relación con el sexo de los habitantes un 47,9% de la población son hombres, mientras un 52,1% son mujeres. El índice de masculinidad es de un 93,66, cifra inferior a la nacional de un 97,38.

Unidad Territorial	Censo 2017		Proyección 2021		Índice Masculinidad (IM)	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Censo 2017	Proyección 2021
Comuna de San Carlos	25.425	27.599	27.325	29.174	92,12	93,66
Región de Ñuble			248.859	265.649		
País	8.601.989	8.972.014	9.708.512	9.969.851	95,88	97,38

Fuente: Censos de Población y Vivienda, Proyecciones de Población, INE.

Al diferenciar por rango etario, se aprecia que el segmento de mayor representación corresponde a la edad de 45 a 64 años, que concentra un 27,32% de la población, seguido por el grupo de 15 a 29 años, que corresponde a un 19,34%. Situación similar a la regional y nacional tal como lo demuestra la siguiente tabla:



Grupo Edad	Población por grupo (n°)		Distribución de la población entre grupos etarios (%), Proyección 2021		
	Censo 2017	Proyección 2021	Comuna	Región	País
0 a 14	10.358	10.320	18,27	18,41	19,03
15 a 29	11.008	10.927	19,34	19,45	21,79
30 a 44	9.838	10.610	18,78	19,73	22,78
45 a 64	14.275	15.436	27,32	26,87	23,9
65 o mas	7.545	9.206	16,29	15,53	12,49
Total	53.024	56.499	100	100	100

Fuente: Censos de Población y Vivienda, Proyecciones de Población, INE.

3. ANTECEDENTES CULTURALES COMUNALES

3.1 Gestión cultural e identidad

La identidad de San Carlos está basada en la figura de Violeta Parra y la actividad campesina, lo que la convierte en una comuna atractiva cultural y turísticamente.

Tanto la **Casa de Violeta** como el **Centro Cultural San Carlos de Itihue** son muestra de la importancia que la comuna le entrega a la cultura, la cual incita a vivir una experiencia cultural que se relaciona con la historia, música, las artes y las raíces culturales chilenas.

Desde el municipio se han realizado esfuerzos por fortalecer la gestión cultural a nivel comunal para seguir consolidando la identidad local. Asimismo, se han enfocado en dar acceso a la mayor cantidad posible de sancarlinos a la oferta programática local y en seguir potenciando la actividad turística asociada a la tierra campesina de Violeta Parra.

3.2 Patrimonio Material

El patrimonio material de San Carlos se ve reflejado en inmuebles que se encuentra hoy en la ciudad que llevan consigo la historia comunal relacionada con la línea de ferrocarriles, la época industrial, el rubro molinero y otros espacios de comercio y entretención de la época.



3.2.1 Estación de Ferrocarriles



Fuente: Municipalidad San Carlos, 2016.

En abril de 1874 a San Carlos llega la línea de ferrocarriles, particularmente en 1933 se proyectó el ferrocarril San Carlos-La Pila. De esta manera, se fue escribiendo una historia bajo el inconfundible ritmo de los trenes.

La antigua estación estaba frente a la Alameda, cruzando la Avenida O'Higgins, una construcción de madera a donde llegaban los trenes a vapor, la cual también cuenta con una copa de agua que se encargaba de abastecer las calderas de las locomotoras.

En el entorno de la estación se encontraban un conjunto de casas al borde de la línea destinadas a los trabajadores del ferrocarril, quienes se preocupaban del porvenir de la estación.

"La Golondrina", por su parte, era el medio de transporte encargado de llevar a los pasajeros a la estación, un carro tirado por caballos que avanzaba a través de unos rieles. Su antecesor fue el Carro Urbano, que databa del año 1900 el cual tenía tres vagones y una campanilla.

La antigua estación fue sinónimo de viajes y también destacó por su reloj, pues hasta 1939 la hora exacta se obtenía del reloj de la estación que tenía números romanos.

Luego del terremoto de 1939, la estación sufrió muchos daños quedando en pie sólo la bodega, más tarde, en 1948, se produjo un incendio que marcó la partida de la estación. Producto de estos hechos, se debió reinaugar la estación el 15 de julio de 1949 generando con ello el ritmo del Barrio Estación que se mantiene hasta el día de hoy.

En la actualidad la Estación aún conserva elementos que reactivan la memoria de sus habitantes como la torre de agua, la llave de conducción y otros elementos que son signos de la historia de los rieles.



3.2.2 Molino Viejo



Fuente: Municipalidad San Carlos, 2016.

San Carlos en su momento fue una de las zonas más importantes del rubro molinero. El Molino Viejo es una de las industrias más antiguas de las que se tenga memoria en la ciudad, pues data de 1864 cuando fue creado por el canadiense Enrique Price.

A comienzos del siglo XX fue el molino más importante del departamento de San Carlos con una producción diaria de 300 quintales de harina flor.

En términos histórico, la producción de harina de San Carlos llegó a sustentar a los soldados que fueron parte de la Guerra del Pacífico.

Originalmente la estructura del Molino fue de piedra y hasta hoy conserva sus tres pisos y buhardillas de estilo inglés.

Actualmente, el molino pertenece a la Industria Molinera y Arrocería Santa Marta Limitada.

3.2.3 Ex Teatro Municipal

El teatro Municipal fue una edificación que contaba con platea baja, galería y escenario, la cual data de comienzos de la década del cincuenta. Fue el sucesor de dos teatros emblemático, "Setiembre" e "Imperio", que sucumbieron ante el terremoto de 1939. En estos años las películas llegaban en ferrocarril y había personajes emblemáticos quienes pasaban las películas y estaban cargo de la gestión del teatro. El teatro también era un lugar en donde se desarrollaban eventos culturales como presentaciones musicales, teatro y conciertos.

Tras el golpe militar se vendió este lugar junto al Mercado, pero siguió funcionando hasta que finalmente quedó abandonado.



Fuente: Municipalidad San Carlos, 2016.



3.2.4 Centro Cultural San Carlos de Itihue



Fuente: Municipalidad San Carlos, 2016.

La historia de esta edificación se puede escribir a partir de la creación del programa Centro Culturales del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, que propone la instalación de centros culturales en las comunas con más de 50 mil habitantes.

La construcción estuvo acompañada de un proceso de participación ciudadana, catastrando y convocando a todos los actores del arte y la cultura de la comuna, quienes en concurridas reuniones fueron entregando las directrices que debería seguir el diseño arquitectónico de este nuevo edificio, que vendría a satisfacer la carencia de espacios para el arte y la cultura que dejó la pérdida del antiguo teatro municipal en la década de los 80.

Luego de dos llamados a propuesta pública, la empresa chillaneja C&G Hermanos fue la encargada de la construcción de la moderna infraestructura, que ha llegado a destacarse como uno de los espacios culturales mejor logrados de la Región y fue inaugurado en mayo del 2013.

3.3 Patrimonio Urbano Religioso

El patrimonio urbano religiosa de San Carlos es amplio, en la comuna es posible encontrar distintas construcciones religiosas como capillas, iglesias, templo, además de mausoleos y otros lugares de oración que se detallan en la tabla de a continuación:

INMUEBLE PATRIMONIAL	CATEGORÍA
Convento de los Padres Trinitarios	Arquitectura religiosa
Capilla del Sagrado Corazón	Arquitectura religiosa
Capilla San Francisco de Asís Tres Esquinas	Arquitectura religiosa
Iglesia Metodista Pentecostal de Chile	Arquitectura religiosa
Templo Evangélico Metodista Pentecostal	Arquitectura religiosa
Iglesia Evangélica Pentecostal	Arquitectura religiosa
Iglesia Israelita	Arquitectura religiosa



Iglesia Adventista del Séptimo Día	Arquitectura religiosa
Iglesia de Jesucristo de los Santos de los Últimos Días	Arquitectura religiosa
Iglesia de Cristo	Arquitectura religiosa
Respetable logia David Benavente N°123 del Valle de San Carlos	Arquitectura religiosa
Santuario de la Virgen del Camino	Lugar de oración
Virgen de los Campos	Lugar de oración
Biblia evangélica, en honor del Día de las Iglesias Evangélicas y Protestantes	Pieza religiosa
Imagen de Cristo en el Parque Violeta Parra	Pieza religiosa
Tumba de Jorge del Carmen Valenzuela Torres	Espacios Funebres
Mausoleo de los Veteranos de la Guerra del Pacífico	Espacios Funebres
Mausoleo Familia Blázquez Martínez y Rueda Blázquez	Espacios Funebres
Mausoleo de los Bomberos	Espacios Funebres

3.3.1 Convento de los Padres Trinitarios



Fuente: Convento de los Padres Trinitarios (más que madera)

El convento de Padres Trinitarios, a nivel arquitectónico se caracteriza por su campanario, que por décadas fue el punto más alto de la ciudad, asimismo fue símbolo del arribo de la congregación de los Hermanos de la Orden de la Santísima Trinidad en 1903. Su construcción es de estilo basilical con tres naves, veinticuatro columnas románicas, altar de mármol y consideró un conjunto de imágenes sagradas. Asimismo, su construcción implicó una serie de campañas con el fin de concretar la obra, como la llegada en tren de los barriles de cemento importados de Alemania. La construcción prosiguió hasta 1928 bajo la atenta mirada del arquitecto Ángel Esnaola.

El inmueble Ha sido un verdadero sobreviviente de los terremotos, pues ha soportado los embates de los movimientos telúricos de 1939, 1960 y 2010. De hecho, tras el último sismo se inició una



campaña de reconstrucción para recuperar su campanario y las estructuras dañadas en su interior, acciones que permitieron su reapertura oficial el 8 de diciembre de 2011

3.3.2 Capilla del Sagrado Corazón



Fuente: Capilla del Sagrado Corazón.

La historia de este lugar se encuentra ligada a la Congregación de las Religiosas Hospitalarias del Sacratísimo Corazón de Jesús, la cual arribó a estas tierras el 4 de abril de 1903.

Su inauguración fue el 07 de febrero de 1950, su construcción que se caracterizó por su dedicación y esfuerzo. Poco a poco se fueron recabando los recursos necesarios uniendo a la voluntad de las hermanas, junto al respaldo de los vecinos sancarlinos.

En términos arquitectónicos, posee una geometría de trazos puros y formas sólidas con una torre lateral que sostiene la cruz. Su diseño tuvo el apoyo del arquitecto Blanco y el constructor Juan Alberto Gómez, quien participó tanto de la edificación de la capilla como la casa que se encuentra a un costado. En la Capilla se encuentran los restos del Padre Fundador, José Agustín Gómez Díaz y de la Hermana María de los Ángeles, la primera superiora general en San Carlos.

3.3.3 Parroquia San Carlos



Fuente: Parroquia San Carlos.

La Parroquia San Carlos se construyó en el contexto de la Congregación Jesuita, reconocidos como los encargados de evangelizar la ciudad, la fundación de la Parroquia fue el año 1816. Se ubica entre las calles Balmaceda y Maipú y fue destruida por el terremoto de los años 1939 y 2010.



3.4 Sitios de interés

Los sitios de interés de San Carlos se relacionan con su patrimonio natural, turismo cultural y con la presencia de haciendas coloniales que forman parte del paisaje cultural local.

3.4.1 Complejo Turístico Alumga

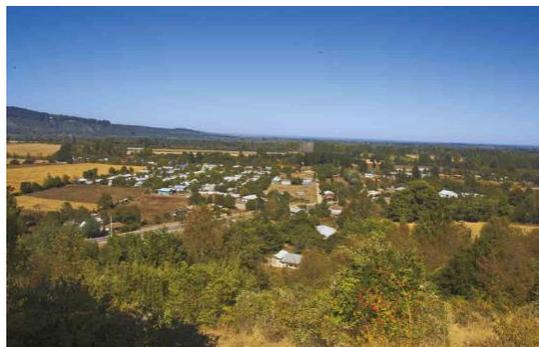


Fuente: San Carlos Lugares e historias (Municipalidad de San Carlos, s/f)

En los terrenos del Complejo Alumga, ubicado en el Fundo Santa Leonor, surge un retazo de la época colonial representado por la casona, que se estima data de comienzos del siglo XIX. Allí aparecen sus formas tradicionales, sostenidas en adobe, como los corredores, las vigas a la vista y las diez amplias habitaciones que conservan sus guardapolvos originales y las protecciones en fierro de las ventanas.

La Ribera Ñuble presenta óptimas condiciones para el turismo, al existir espacios aptos para el camping y picnic, en un entorno marcado por la vegetación potenciada por el río Ñuble, que además presenta condiciones para llevar a cabo actividades deportivas.

3.4.2 Cachapoal



Fuente: San Carlos Lugares e historias (Municipalidad de San Carlos, s/f)

La palabra Cachapoal proveniente de la palabra mapuche karukachu, compuesta por karu (verde) y kachu (pasto), se traduce como "valle fértil". Se constituye oficialmente como pueblo en 1811, época en que quedó marcado por la existencia de grandes haciendas y vecinos proclives a luchar por la independencia de la corona española, participando en la batalla de San Carlos y soportando la destrucción de su pueblo por parte de los realistas.



Cachapoal durante su historia ha sufrido diversos desastres naturales, como las grandes inundaciones de 1856, 1932 y 1967, que dejaron cerca de un centenar de víctimas fatales y provocaron la destrucción del pueblo.

Cachapoal pasa a formar parte de la comuna de San Carlos en 1979, condición que mantiene hasta nuestros días cuando su población alcanza cerca de 1200 habitantes.

3.4.3 Flor de Quihua



Fuente: Flor de Quihua Red Social

Flor de Quihua o Quihua es un pequeño poblado al cual sea accede desde San Carlos a la Precordillera desde la ruta 5 por camino asfaltado hasta el pueblo de Cachapoal a 22 kilómetros. Es conocida sus balnearios a la orilla del Río Ñuble y por ser un lugar ideal para conectarse con la naturaleza local.

3.4.4 Parque Marco Quirel

El origen de este parque se conjuga con la historia del Club de Tiro "General Baquedano", fundado por Marco Aurelio Quirell, quien donó aquellos terrenos para crear un área verde.

El Parque ha sido el lugar de postales tradicionales como paseos en bote los domingos, picnics tras la peregrinación a Yumbel, noches venecianas con máscaras multicolores y celebraciones memorables en su antiguo casino, donde llegaban a presentarse los principales exponentes del Rock&Roll de la zona.

3.5 Patrimonio Inmaterial

El patrimonio inmaterial de San Carlos se encuentra ligado a su riqueza artesanal, artística y gastronómica, en las que destacan las prácticas artesanales ligadas al telar, el mimbre, la



talabartería, las comidas tradicionales, así como también la presencia de músicos, cantoras, artistas y gestores.

3.5.1 Telar



Fuente: San Carlos Lugares e historias (Municipalidad de San Carlos, s/f)

Dentro de los productos artesanales que se elaboran en la comuna se encuentran los telares. La producción de textiles artesanales a partir de la lana de oveja se realiza hace siglos sin mayores variaciones en diversas zonas de Latinoamérica. Para esto, las artesanas realizan un proceso que se inicia con el lavado y secado de la lana producto de la esquila, el escarmenado, hilado, formación de madejas, teñido y finalmente el tejido realizado en diversos tipos de telares o con el uso de palillos.

1.1.1 Talabartería



Fuente: San Carlos Lugares e historias (Municipalidad de San Carlos, s/f)

La artesanía en cuero es inherente a la vida campesina y al rol que ha cumplido el caballo en la vida de los habitantes de San Carlos.

La comuna se define como corralera por excelencia, existen fieles exponentes de la bella disciplina de la talabartería. En los talleres, la materia prima es el cuero, el cual se procesa para hacerlo más blando y manejable, utilizando agua y sal, para luego ser cortado y moldeado con martillo y las manos de los maestros talabarteros.

Entre los productos más cotizados están los estribos, riendas, monturas, arcioneras, capachos y cinturones.



1.1.2 Mimbre

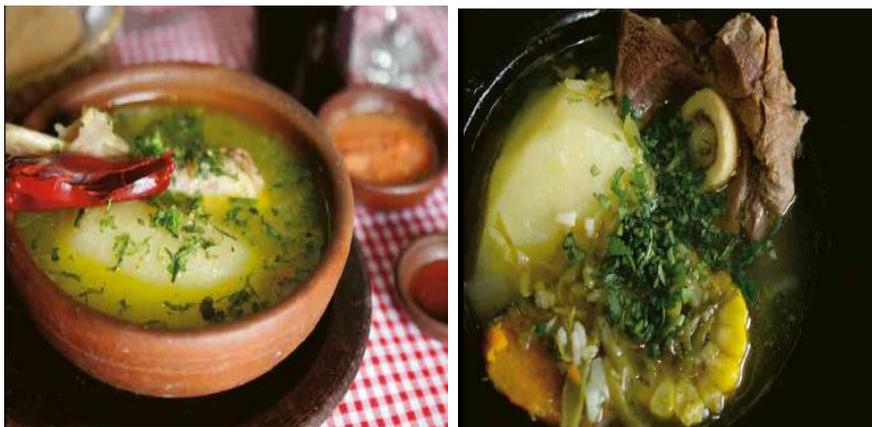


Fuente: San Carlos Lugares e historias (Municipalidad de San Carlos, s/f)

Para los habitantes de la Zona Central de Chile el uso de muebles y utensilios de mimbre ha sido siempre parte del paisaje doméstico de las viviendas campesinas y urbanas durante gran parte del siglo XX.

La fabricación de sillas, sillones, cestas y protecciones para chuicas y damajuanas ha permitido definir una tipología de útiles muy representativos de la región y de la comuna. En San Carlos aún hay hábiles manos de artesanos que han recibido esta tradición de sus antepasados.

1.1.3 Comidas Típicas



Fuente: San Carlos Lugares e historias (Municipalidad de San Carlos, s/f)

Las tradiciones culinarias de San Carlos se relacionan con su identidad agrícola la cual posee una rica variedad de productos naturales que han permitido establecer una cultura alimenticia de ricos y variados sabores que aún se pueden degustar en las casas y locales.

En verano es posible encontrar el conocido mote con huesillos se puede disfrutar en diversos puestos instalados en la Plaza de Armas, así como también se encuentran las humitas y el pastel de choclo.



Durante los meses más fríos las cazuelas de vacuno, de pava o pollo de campo acompañan a las sabrosas sopaipillas que se sirven junto al delicioso pebre.

Otras comidas tradicionales que permanecen durante todo el año son las empanadas, las que cocinadas en hornos de barro adquieren un sabor tan inigualable como el del pan amasado.

1.1.4 Cantoras y Artistas

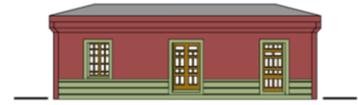
Las cantoras y las cultoras son mujeres que han recibido la herencia de hablar a través de la guitarra, muchas de ellas con afinaciones inusuales en nuestro presente, utilizando particulares técnicas de digitación y entonación vocal. Ellas siguen vigentes rescatando y transmitiendo el canto popular de los campos, ese que se vivía en largas jornadas tanto en la trilla a yegua como en el rodeo huaso. Su canto habla de lo humano y lo divino, de la vida y la muerte, de la alegría y la tristeza.

En la historia de San Carlos las cantoras han llenado de mágicos sonidos los momentos más importantes de las vidas de los lugareños, en nacimientos, bautizos, matrimonios, velorios y funerales, en alegres fiestas y tristes despedidas. Sus exponentes más importantes en nuestros días son: Rosalba Navarrete, Mirtha Ortega, Marisole Valenzuela, Modesta González e Irene Belmar

En relación con el desarrollo artístico se puede indicar a Tomás y Danny Valdebenito, Tomás (hijo de Danny) en 2013 con su pintura “Te invito a mi mundo” obtuvo el Primer Lugar del Concurso Nacional de Artes Plásticas organizado por la Teletón. Este joven sancarlino pinta desde los 4 años, actividad que además es su principal medio de comunicación debido a haber sido diagnosticado con autismo a muy temprana edad.

1.1.5 La Cueca

Para los sancarlinos la cueca es un baile muy especial, lo que se demuestra a través de la presencia de grupos folclóricos. En la comuna se han desarrollado distintos encuentros entorno a la cueca y en 2022 San Carlos ganó el Campeonato regional de cueca el cual se desarrolló en el anfiteatro de la plaza de esta ciudad.



3.6 Zonas Típicas

3.6.1 Plaza de Armas, Anfiteatro y Esculturas



Fuente: Plaza de Armas; Escultura Violeta Parra (Cancioneros Diario digital).

Desde los albores de la ciudad, específicamente en 1801 se ratificó la ubicación de la plaza en el plano de la ciudad. Hoy es el principal paseo público de la comuna. Destaca por la presencia de homenajes, espacios para la recreación, la cultura y el arte.

Durante el terremoto de 1939 albergó las improvisadas construcciones para los servicios públicos; o la recordada plancha de zinc incrustada en una de sus palmeras, como efecto más evidente del único tornado que ha pasado por la ciudad a comienzos de los ochenta.

Además, ha vivido remodelaciones y labores de hermoseamiento como la redefinición de su anfiteatro y de las áreas verdes. Dentro de los cambios más recientes, su pileta fue reestructurada con nuevos jardines y un espejo de agua, a lo que se agrega la instalación de un **monumento en homenaje a Violeta Parra**.

El **anfiteatro de la plaza de San Carlos**, por su parte, ha sido escenario por décadas de los principales espectáculos culturales y artísticos que se han presentado en la comuna. En la actualidad, el anfiteatro fue completamente remodelado por el municipio y cuenta con un escenario en medialuna, adecuado para presentaciones, incorporando además nuevos servicios sanitarios y una oficina de turismo.

En la actualidad, la Municipalidad de San Carlos se encuentra elaborando un proyecto que busca contar con una cubierta para el anfiteatro, que mantenga una armonía con el conjunto de la Plaza de Armas y permita realizar actividades sin depender de las condiciones del tiempo.

En la Plaza de Armas de San Carlos se encuentra la **escultura de Violeta Parra** ubicada frente al anfiteatro de la Plaza, obra vaciada en bronce con técnica de arena y patina del escultor Óscar Sánchez, construida el 2007, que viene a darle un lugar preponderante, a una de las principales figuras del folclore nacional y latinoamericano en su ciudad natal.



Otras esculturas de personajes insignes de distintos momentos de la historia de Chile que se encuentran en la plaza son a Arturo Prat Chacón, Bernardo O’iggins Riquelme y al fundador de San Carlos, Joaquín del Pino Rozas y Negrete.

3.6.2 Plaza Lucio Concha



Fuente: San Carlos Lugares e historias (Municipalidad de San Carlos, s/f)

La Plaza Lucio Concha se ubica en las cercanías de la Estación de Ferrocarriles, su historia se enlaza con la reconstrucción de la ciudad tras el terremoto de 1939, al formar parte del Barrio Cívico que se establece en este sector. Inaugurada el 26 de marzo de 1952. Sin embargo, al año siguiente recibió su nombre definitivo, Lucio Concha Molina, en reconocimiento al parlamentario que formó parte del Comité Pro-Adelanto del Barrio Estación y participó en diversos proyectos en beneficio de la ciudad.

En los días de rodeo, junto al numeroso público, llegaban los vendedores por doquier y se oían las voces de Las Caracolitos y las Hermanas Loyola. Su historia cambió con la toma de la Medialuna, en abril de 1972, por los vecinos del sector en demanda por un espacio para la educación que dio origen a la Escuela F-101.

La nueva Medialuna encontró su terreno definitivo un poco más al sur, inaugurándose en las Fiestas Patrias de 1980, rodeado de mitos sobre un cementerio indígena que trae la lluvia cada vez que allí se vive una celebración. Ha sido escenario de ventos emblemáticos del deporte nacional, cobijando además especiales instancias tradicionales de la comuna.

3.6.3 Barrio Sur

En el Barrio Sur además de la presencia de casas principalmente hechas en base a adobe con extensos sitios con parrones y árboles frutales, también destacó -en su momento- la presencia de típicos negocios, entre ellos, los almacenes de la Yeyita y don Lucho Muñoz, la Panadería Victoria, la carnicería de Don Nino y el taller del Maestro Villa. Además, fue el sitio de una bohemia inolvidable con quintas de recreo como "El Parronal", que pasó a la historia de la música como el sitio del nacimiento de Los Ángeles Negros, pues Germain De la Fuente, el emblemático vocalista, era hijo del dueño.



3.6.4 Barrio Parralito

El Barrio Parralito es uno de los barrios más antiguos de San Carlos. Su nombre está relacionado con su ubicación, ya que la calle Independencia era la única vía hacia la comuna de Parral. Se caracterizó durante todo el Siglo XX por ser un barrio bravo, por el sonido de las carretas tiradas por bueyes y la algarabía de las cantinas y chicherías del lugar.

Parte del paisaje del lugar eran las construcciones de adobe de mediana altura y el uso de teja muslera, edificaciones que colapsaron en su gran mayoría luego del terremoto de 2010.

Uno de los principales hitos del Barrio Parralito, es la Escuela E-112, Gral. José Miguel Carrera, identificada como el principal punto de encuentro de los vecinos en el barrio.

3.6.5 Los Pabellones

Los Pabellones nacieron bajo un concepto provisorio, como viviendas de emergencia, pues fueron construidos para los damnificados del terremoto de 1939. Hoy por hoy, aún se mantienen en pie y se han convertido en un reconocido barrio de la ciudad.

Más tarde, en la década del cincuenta, se convirtieron en oficinas públicas y se construyeron en el sector ocho casas que pasaron a formar parte de la historia de los pabellones. La comunidad que habitó este sector se identificó con los pabellones, es decir, fue un sector que se caracterizó por el arraigo territorial de sus habitantes.

3.6.6 Barrio Estación

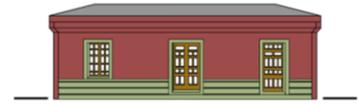
El Barrio Estación es un sector emblemático emplazado en el cuadrante formado por las calles General Venegas, Lurín, Avenida Arturo Prat y Tomás Yavar. Es reconocido por su arquitectura, enmarcada por la Estación de Ferrocarriles, donde los "Portales de la Estación", edificaciones de dos y tres pisos con amplios corredores, que representan la década del cincuenta. Entre los locales más recordados están el Almacén El Sol, la Chupetería Antártica y el Hotel París.

3.6.7 Población René Schneider

Esta población está ubicada al noreste de San Carlos y posee una historia de fundación que difiere al común de los proyectos habitacionales que el Estado impulsó la segunda mitad del Siglo XX.

En 1969 cerca de 400 familias sancarlinas fueron beneficiadas por la Corporación Habitacional (CORHABIT), para iniciar la autoconstrucción de viviendas.

La Población René Schneider debe su nombre al Comandante en Jefe del Ejército asesinado en 1970, y hoy cuenta con la instalación del Centro Comunitario de Salud Familiar (CECOF), el Infocentro Antono Gebrie Zmerie y un gimnasio techado, tras las gestiones de la Junta de Vecinos del sector y la Municipalidad de San Carlos.



3.6.8 Población 11 de Septiembre

El nombre de la población 11 de septiembre tiene su origen en la aspiración de alrededor de 550 familias de allegados, que vivían en diversos campamentos de la comuna a fines de la década de 1960. La precariedad de sus viviendas, los impulsaron a organizarse para exigirles a las autoridades comunales de la época soluciones habitacionales dignas. Con el objetivo de obtener viviendas dignas los vecinos se organizaron para recuperar estos sitios y tener una vivienda que cuente con condiciones óptimas, es por esto por lo que la historia de la población ha estado marcada por esta lucha y por la organización vecinal.

3.7 Gestión cultural municipal

3.7.1 Plan Municipal de Cultura

El Alcalde y la Seremi de Cultura firmaron, en dependencias de la Casa Museo Violeta Parra, un convenio que permitirá actualizar Plan municipal de Cultura. El convenio contempla la suma de \$10 millones, destinados a la creación de los lineamientos culturales de la comuna, los que se realizarán a través de instancias de participación ciudadana abiertas a toda la comunidad, buscando verse concretados en un plan de cultura que funcione desde 2023.

El documento fue firmado por el alcalde de San Carlos, Gastón Suazo, y Scarlet Hidalgo, seremi de Culturas, las Artes y el Patrimonio de Ñuble, y contó con la presencia de distintos actores culturales de la comuna. En él, quedó estipulado el traspaso de \$7 millones por parte de la seremía hasta el municipio, siendo este último quien aportará con \$3 millones y quien administrará dichos recursos y la ejecución del proceso de participación.

Ahora bien, el Plan Municipal de Cultura vigente que corresponde al periodo 2015-2018 fue aprobado por el Concejo Municipal e incorporado al Pladeco, mediante Decreto Alcaldicio Exento (SM) 63-0458 de fecha 23 de enero de 2015. Este documento de planificación contempla la siguiente imagen objetivo compuesta por una misión y visión:

MISIÓN:

“La comuna de San Carlos busca ser una tribuna de difusión, formación, creación y productora del quehacer artístico-cultural que vincule a la comunidad sancarlina con su historia, identidad y territorio. Fortaleciendo el rescate del patrimonio cultural y natural e impulsando el desarrollo de la identidad local, a través de sus manifestaciones artísticas organizadas y dirigidas por y hacia la comunidad”.

VISIÓN:

“Ser una comuna que ofrezca a la comunidad de manera inclusiva, participativa y democrática el acceso al arte y la cultura en todas sus dimensiones. Que desde el desarrollo de la cultura



local contribuya a un reencuentro con la identidad y el sentido de pertenencia de los sancarlinos con su territorio e historia, en donde la comunidad participe como espectadora y protagonista de su desarrollo humano”.

El PMC comunal se compone de los siguientes objetivos y lineamientos estratégicos:

1. Estrategia de fortalecimiento de identidades y patrimonio cultural local: Diseño e implementación de acciones creativas de puesta en valor del patrimonio local, tanto material como inmaterial.
2. Estrategia de formación artístico-cultural: Diseño e implementación de acciones formativas como; seminarios, simposios, cursos, talleres, charlas, en las diversas áreas artísticas culturales.
3. Estrategia de difusión y comunicación: Potenciar estrategias de difusión local y comunitaria. Descentralizadas territorialmente, y sociabilizadas con la comunidad, a través de los medios de comunicación existentes en el territorio y virtualmente.
4. Estrategia de descentralización y acceso cultural rural-urbano: Diseño e implementación de acciones que tengan como objetivo formar nuevas audiencias, tanto en sectores rurales, como urbano.
5. Estrategia de infraestructura cultural rural: Creación de infraestructura pertinente culturalmente, específicamente para fines culturales y artísticos, que contenga instalaciones y equipamiento propicio para desarrollar la creatividad y potencialidad de las y los sancarlinos/as en sectores rurales.
6. Estrategia de asociatividad e institucionalidad: Consolidación de una institucionalidad cultural, que se transforme en una pieza clave para el desarrollo cultural y artístico de la comuna de San Carlos.
7. Estrategia de turismo cultural y economías locales (industrias creativas): Promover e impulsar las economías locales creativas, posicionando a San Carlos como destino turístico cultural de la región del Biobío y con ello dinamizar la industria creativa local.
8. Estrategia de formación de nuevas audiencias: Mediación cultural y artística, a fin de formar nuevas audiencias en establecimientos educacionales, organizaciones comunitarias. Sensibilización, a través de nuevas experiencias de vinculación con el arte.



3.8 Casa Museo Violeta Parra

Cuando se habla del Museo Violeta Parra es necesario aproximarse a la figura de Violeta Parra Sandoval, quien fue folclorista, compositora, artista y artesana, considerada una de las figuras culturales más relevantes en Chile durante el siglo XX y cuyo legado se mantiene vigente con el paso de las generaciones.



Violeta nació en 1917 en la localidad de San Carlos, en el seno de una familia humilde conformada por su padre, el profesor de música Nicanor Parra, su madre Clarisa Sandoval, costurera de profesión y junto a sus ocho hermanos. Su niñez transcurrió en San Carlos, en precarias condiciones económicas, que le llevaron a trabajar desde pequeña para contribuir con el presupuesto familiar.

Paralelamente, desarrolló su talento como folclorista e inició la composición de sus primeras canciones. Aunque Violeta Parra vivió gran parte de su vida fuera de San Carlos, esta comunidad fue testigo de sus inicios como artista, y también fue fuente de inspiración para algunas de sus obras. Por esta razón, la casa de la calle El Roble donde nació y transcurrió la infancia de la folclorista, fue declarada Monumento Histórico en 1992. El inmueble de más de cien años de antigüedad es una vivienda de fachada continua, construida en adobe y con techo de teja muslera, que pasó por muchos propietarios antes de ser declarada Monumento Histórico.

Tras el terremoto del año 2010, el inmueble fue restaurado y acondicionado por el Ministerio de Obras Públicas para la creación del Museo Violeta Parra de San Carlos, inaugurado en septiembre de 2016. El objetivo central de este proyecto fue poner en valor al inmueble y generar un lugar de tributo a la folclorista y su legado, abierto a la comunidad local como un espacio vivo donde se proyecte la obra realizada por Violeta Parra a lo largo de su vida.



Fuente: Museos Chile.



A mediados de 2015, la casona empezó a ser restaurada para transformarla en una casa museo en donde se llevarían a cabo parte de las celebraciones que se realizaron en todo el país con motivo de los 100 años del natalicio de la cantautora. Inaugurándose en septiembre de 2016. El objetivo central de este proyecto fue poner en valor al inmueble y generar un lugar de tributo a la folclorista y su legado, abierto a la comunidad local como un espacio vivo donde se proyecte la obra realizada por Violeta Parra a lo largo de su vida.



Fuente: Antigua fachada de la Casa natal de Violeta Parra.

La iniciativa fue encabezada por la Dirección de Arquitectura del Ministerio de Obras Públicas e impulsada a través del Programa de Restauración y Puesta en Valor del Patrimonio dependiente de la Subsecretaría de Desarrollo Regional y Administrativo (Subdere). A su vez, el financiamiento por \$884 millones se obtuvo a través del Fondo Nacional de Desarrollo Regional (FNDR).

La Casa Museo Violeta Parra es una vivienda que data del año 1800, construida en adobe con techumbre de tejas musleras. La Casa posee espacios que funcionan como salas audiovisuales, un patio interior, además de un corredor y pasillo. El edificio a grandes rasgos esta compuesto por dos ambientes: el del museo y otro que funciona como centro cultural, los que conforman la Casa Museo.

El patio principal de la casona, conocido como el patio de la memoria, contiene un mural de hormigón oxidado que tiene montado una obra elaborada en greda por la Unión de Alfareras de Quinchamalí. Obra que narra, a través de un diseño del mapa de Chile, la historia desde el nacimiento de Violeta Parra hasta su muerte. La greda, particularmente en esta obra, fue utilizada como una obra de arte de exposición, muy diferente a su utilización convencional, centrada particularmente en la producción de utensilios como garros, vasos, vasija, entre otros. El patio de la memoria también tiene una pequeña plaza y árboles frutales, como naranjos y paltos.

Al costado de la Casa Museo se encuentra una pequeña plaza llamada La Jardinera que contiene un mural de conmemoración a la figura de Violeta Parra.



El corredor cuenta con una muestra de un diorama de un velorio de angelitos, mientras que en el pasillo se encuentra una exposición fotográfica de Violeta Parra.

En la sala infográfica es posible encontrar una exposición permanente que contiene la biografía de Violeta Parra.

El almacén de la Casona contiene artesanía con identidad campesina la que se relaciona con la imagen de San Carlos y de la región.

La oficina administrativa, es el espacio de trabajo del coordinador y administrador, quienes se encuentran a cargo de la administración del edificio. Mientras que en la oficina de recepción se encuentra el personal de apoyo compuesto por un administrador y un guía.

3.8.1 Oferta cultural actual

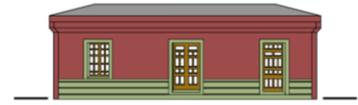
Los talleres que ofrece la Casa Museo se centran y se relacionan con la figura de Violeta Parra y se desarrollan de acuerdo a la época. Los talleres que se han realizado están ligados a las disciplinas de artes visuales, telar mapuche, guitarra, arpillera, danza contemporánea, yoga, pintura, entre otras. También la Casa abre sus espacios para exposiciones de artistas visuales.

La oferta cultural correspondiente al 2022 se puede observar a continuación según la oferta mensual:

ACTIVIDAD	MES
EVEN TO MÉXICO LE CANTA A VIOLETA,	NOVIEMBRE
TALLER DE DANZA CONTEMPORÁNEA E IMPROVISACIÓN "A LO DIVINO Y A LO HUMANA"	NOVIEMBRE
RECITAL POÉTICO	NOVIEMBRE
TALLER DE GUITARRA FUNCIONAL.	JULIO, AGOSTO SEPTIEMBRE
TALLER DE PINTURA TERAPÉUTICA.	JULIO, AGOSTO Y SEPTIEMBRE.
ENCUENTRO LITERARIO EN EL MARCO DEL NATALICIO DE VIOLETA.	OCTUBRE
5º VERSIÓN DE LA PEÑA DE LOS PARRA DE SAN CARLOS.	OCTUBRE
PRESENTACIÓN DEL PROYECTO "SER CABALLO, UN RELATO PARA REENCANTAR EL ÑUBLE".	OCTUBRE
INAUGURACIÓN DEL DIORAMA DE UN VELORIO DE "ANGELITO",	OCTUBRE
105 ANIVERSARIO DEL NATALICIO DE LA HIJA ILUSTRE DE NUESTRA CIUDAD DOÑA VIOLETA DEL CARMEN PARRA SANDOVAL	OCTUBRE



CELEBRACIÓN NATALICIO "FELIZ CUMPLEAÑOS VIOLETA; TU PUEBLO TE SALUDA"	OCTUBRE
ORQUESTA SINFÓNICA DE ÑUBLE	SEPTIEMBRE
CASTING PARA NUEVA PELÍCULA QUE SE FILMARÁ EN SAN CARLOS.	SEPTIEMBRE
EXPOSICIÓN PICTÓRICA: "REENCUENTRO DE PINCELES",	
MUESTRA ARTESANAL, EN CONJUNTO CON LA AGRUPACIÓN ORÍGENES, EN EL MARCO DE LA CELEBRACIÓN DEL DÍA MUNDIAL DEL FOLCLORE,	AGOSTO
MUESTRA PICTÓRICA DENOMINADA "CÓDIGO ORIGEN"	
TALLER DE ALFABETIZACIÓN DIGITAL DEL PROGRAMA	JULIO
TALLER DE XILOGRAFÍA	JULIO
TALLER DE ARTES VISUALES PARA NIÑOS Y JÓVENES	MAYO-JUNIO
EXPOSICIÓN PICTÓRICA: "FLORA SAGRADA"	JUNIO
VISITA DE LOS ALUMNOS Y DOCENTES DEL 2° AÑO BÁSICO DEL COLEGIO EL ÁRBOL DE LA VIDA DE SAN CARLOS	JUNIO
"VIVE TU PATRIMONIO EN LA CASA MUSEO VIOLETA" (VISITAS GUIADAS, EXHIBICIÓN DE MATERIAL AUDIOVISUAL, FERIA GASTRONÓMICA - ARTESANAL, EXPOSICIONES)	MAYO
DIA DE LOS PATRIMONIOS	MAYO
LANZAMIENTO DEL LIBRO "TALABARTERÍA EN ÑUBLE ORALIDADES, FOTOGRAFÍAS Y ANIMALIDAD"	MAYO
"1° FERIA ARTESANAL Y CAFÉ LITERARIO EN EL MUSEO"	ABRIL
EXPOSICIÓN IN-SITU 2022	ABRIL
1ER CABILDO CULTURAL	ABRIL
TALLER DE STOP MOTION	ABRIL, MAYO Y JUNIO
TALLER DE TEATRO EXPERIMENTAL	ABRIL, MAYO Y JUNIO
TALLER DE MODELADO ESCULTÓRICO	MARZO
PRIMER ENCUENTRO ARTÍSTICO INTERDISCIPLINARIO DE LA COMARCA	MARZO
EXPOSICIÓN PICTÓRICA "VIDA"	MARZO
TALLER ASTRO VIOLETA	FEBRERO
EXPOSICIÓN DE LAS BORDADORAS	ENERO
TALLER DE ARTES VISUALES	ENERO
CONCIERTO DE LA ORQUESTA DE CÁMARA SAN CARLOS	ENERO



EXHIBICIÓN DE LAS CINTAS “VIOLA CHILENSIS” Y “VIOLETA SE FUE A LOS CIELOS”, EN ROTATIVO Y EN PANTALLA GIGANTE	ENERO
---	-------

CONCIERTO DE CONTRABAJO	ENERO
-------------------------	-------

EXPOSICIÓN “EXPRESIONES ONÍRICAS”,	ENERO
------------------------------------	-------

3.8.2 Acciones administrativas 2022

Mejoramiento, Reparaciones e Implementación

- Creación de mural El Rin del Angelito por alumnos del taller (muro vecino cale Matta).
- Cambio de bomba sumergible (Pileta Plaza la Jardinera).
- Pintado fachada exterior Casa Natal.
- Puntada fachada interior Casa Natal.
- Reparación de piso (comedor lado sur)
- Restauración de Mural Violeta Guitarrera (patio de la Memoria).
- Reparación de 7 Data show (salas audiovisuales).
- Restauración de muros: salas audiovisuales, corredor y pasillo (Casa Natal).
- Pintado de muros: salas audiovisuales, corredor y pasillo (Casa Natal).
- Instalación de Diorama de Angelito.
- Recambio de armella de tablero eléctrico
- Construcción de alero para protección del Mural Violeta Guitarrera (patio de la Memoria).
- Implementación de iluminación de Mural Violeta Guitarrera (Patio de la Memoria).
- Instalación de estante para guardar artesanía del almacén campesino (sala infografía).
- Recambio de dispensadores de papel (baños y cocina).
- Equipar con asientos 360° (salas audiovisuales).
- Instalación de mostrador de almacén campesino (Cafetería).
- Reparación de muros: galería, salas y cocina (Casa Punilla).
- Implementación con mobiliario del museo (Casa Punilla).
- Barnizado de escaños (Plaza la Jardinera).
- Instalación Data show (sala infografía).
- Instalación de Telón eléctrico (sala infografía).
- Reponer arbustos (Pileta Plaza la Jardinera).
- Reposición de vidrios mampara y puerta sala audiovisuales lado sur.
- Recambio de cerrojo puerta patio de la Memoria.
- Implementación de sistema de rieles para colgar bastidores (sala exposiciones).
- Instalación eléctrica dirigible para destacar cuadros de arte (sala exposiciones).
- Restauración de madera y barnizado de asientos modulares (Patio de la Memoria).
- Barnizado de puertas de acceso a la casona.

Actividades y Producción de Eventos

- Concierto de contrabajo.
- Concierto Orquesta de cámara de San Carlos.
- Día de los Patrimonio 2022.
- Cantata “Feliz Cumpleaños Violeta”.
- Inauguración Diorama de un Angelito.
- 5ta versión de la Peña de los Parra de San Carlos.



- México le canta a Violeta.
- Día del Cine en la Casa Museo Violeta Parra.
- Charla taller de educación intercultural – María Lara Millapan (septiembre).
- Letras Poesía para Violeta- Grupo literario de Ñuble (octubre).
- Presentación del proyecto literario Ser caballo en Ñuble (octubre).
- Recital Poético – Sergio Montoya (noviembre).
- Obra de teatro breve #todas somos violeta e intervención musical.
- Celebración “Año nuevo San Carlos Cuna de Violeta Parra”.

Exposiciones de Artes Visuales

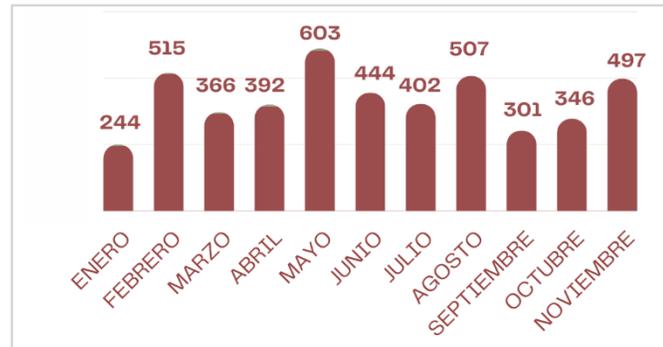
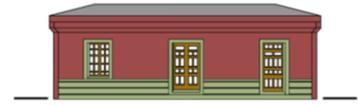
- Exposiciones de la artista Javiera de Lourdes Pacheco.
- Exposición de arpilleras Artesana de Copiuemu -Colectivo de Artesana.
- Exposición Vida de la artista Romina Ortega.
- Exposición “In situ” 2022 Museo Claudio Arrau – Colectivo.
- Exposición fotográfica talabarera en Ñuble.
- Exposición “Fiona Sagrada” – Alejandro Landaeta.
- Exposición de artes de niños con necesidades especiales Agrupación TGD.
- Exposición de acuarelas “Código Origen” de José Lillo Sandoval.
- Exposición “Reencuentro de Pinceles” Agrupación con Manos de Mujeres.

Escuela Formativa

- Taller de Astronomía – Angelina Ortiz (enero y febrero).
- Taller de Artes para niños – Romina Ortega (enero y febrero).
- Taller de Artes para adultos – Romina Ortega (enero y febrero).
- Taller de Guitarra funcional – Gustavo Villaroel (enero y febrero).
- Taller de modelado escultórico – Isaac Venegas (mayo, junio y julio).
- Taller de Pintura terapéutica – Miguel Vásquez (mayo, junio y julio).
- Taller de Stop Motion – Jorge Saldivia (abril).
- Taller de teatro experimental – Giselle Arias (abril, mayo y junio).
- Taller de xilografía – Catalina Villanueva (julio, agosto y septiembre).
- Taller de Pintura Terapéutica – Miguel Vásquez (julio, agosto y septiembre).
- Taller de Guitarra fundacional - Francisca Caro (julio, agosto y septiembre).
- Taller de Danza Contemporánea – Nicole Carvajal (noviembre y diciembre).
- Taller de Pintura Terapéutica – Miguel Vásquez (noviembre y diciembre).
- Taller de Guitarra funcional – Taller de Guitarra funcional – Gustavo Villaroel (noviembre y diciembre).

3.8.3 Visitantes a La Casa Museo

Las estadísticas correspondientes a la cantidad de visitantes que recibió la Casona desde enero hasta noviembre se pueden observar en el siguiente gráfico:



En cuanto al gráfico se infiere que en mayo fue el mes en donde la Casa Museo recibió más visitantes, mientras que el mes en el que recibió menos visitantes fue el mes de enero. No obstante, es importante indicar que el año 2022 la Casa Museo Violeta Parra recibió 4.617 visitantes (considerando desde enero a noviembre).

Visitantes a la Casa Museo

- Embajador de cultura Taiwán (enero).
- Delegación de Iquique (marzo).
- Visita directora regional SERNATUR (abril).
- Visita SERMI de las culturas (abril).
- Visita Guiada adultos mayores concepción (mayo).
- Visita Guiada alumnos de intercambio San Nicolás (mayo).
- Visita Guiada colegio Violeta Parra San Carlos (mayo).
- Visita Guiada Actores nacionales (mayo).
- Visita Guiada San Pedro de la Paz (mayo).
- Visita Guiada colegio Joaquín del Pino San Carlos (mayo).
- Visita Guiada colegio Chillan (mayo).
- Visita Guiada Itihue Tour Daem (mayo).
- Visita Guiada Colegio Chillan (junio).
- Visita Guiada escuela David Benavente Ninhue (junio).
- Visita Guiada Adultos mayores Esquerre (junio).
- Visita Guiada colegio Árbol de la Vida San Carlos (junio).
- Visita Guiada Adultos mayores Esquerre (junio).
- Visita Guiada escuela Lenguaje Girasoles (julio).



4. METODOLOGÍA

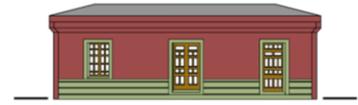
Para la ejecución, formulación y validación del plan de gestión de la Casa Museo Violeta Parra, se consideró necesaria la implementación de una metodología participativa. La elaboración de este mismo se llevó a cabo bajo la consigna de un proceso participativo y abierto a la comunidad.

La investigación-acción participativa, no solo favorece y hace más viable la transformación de las realidades sociales, sino que también hace posible que en el proceso esté involucrada la comunidad destinataria del proyecto, que no son considerados como simples objetos de investigación sino como sujetos activos que contribuyen a conocer y transformar su propia realidad. Favorece la toma de conciencia, la asunción de acciones concretas y oportunas, el empoderamiento, la movilización colectiva y la consecuente acción transformadora (Mercedes: 2012).

Para la recolección de información, se consideró oportuno la utilización de un método mixto, es decir, se desarrolló un diseño de investigación en el cual se recolectaron, analizaron y combinaron datos cualitativos y cuantitativos. Asimismo, los recursos para la obtención de la información fueron fuentes primarias y secundarias.

Por una parte, el plan de gestión se llevó a cabo bajo el paradigma cualitativo, pues los componentes y las características de dicho modelo nos han permitido precisar y analizar las experiencias pasadas y presentes de los principales actores. Esta perspectiva nos permitió recolectar datos, ir interpretándolos y captando sus significados particulares, tanto de manera metafórica como conceptual. Dicha forma de enfrentar el mundo empírico no solo nos ha permitido mantener la vida cultural, la comunicación y los significados simbólicos, sino que también nos ha ayudado a captar, mediante la integración y el diálogo, el sentido de lo que el/la otro/a o los/as otros/as quieran decir con sus palabras o silencios, con sus acciones o inmovilidades.

En este sentido, se consideró pertinente la realización de encuentros participativos, un espacio de reflexión abierto a la comunidad, en donde se intercambian ideas y se genera un diálogo horizontal entre los miembros de la comunidad (artistas culturales, vecinos/as, funcionarios municipales) respecto a las distintas temáticas relacionadas con la realidad cultural de San Carlos con respecto a la Casa Museo. Dicho proceso consta de 3 momentos, en un primer momento se realiza una contextualización de la jornada y presentación sobre las materias a debatir, en un segundo momento se genera un diálogo abierto, en donde se intercambian ideas, argumentos, opiniones, se reconocen fortalezas, problemáticas y aspiraciones y en un tercer momento se dan a conocer las conclusiones. La duración de estas instancias participativas es fijada netamente por los actores involucrados.



La participación activa y crítica de los actores sociales- tanto de artistas y gestores patrimoniales como de la población en su conjunto- durante el desarrollo del proceso heurístico, permitió la toma de decisiones sobre las acciones por programar, ejecutar, replantear o reorientar. Asimismo, se logró identificar el reconocimiento de las dificultades, debilidades y contradicciones en el ámbito objeto de estudio y las subsecuentes propuestas de acción y perspectivas de cambio social.

Los datos de la información secundaria fueron producidos a partir de una revisión de fuentes documentales y de la triangulación de la información obtenida e igualmente fueron incorporados en los resultados.

En relación con lo último, respecto a los criterios de validez, en el momento del análisis de resultados, se toma en cuenta el criterio de saturación teórica, esto se traduce en que la recolección y análisis de la información finalizará siempre y cuando; exista repetición en la información que se vaya recopilando y los datos sean suficientes para comenzar a desarrollar la teoría.



5. DIAGNÓSTICO PARTICIPATIVO

5.1 Encuentros participativos

Los encuentros participativos se sistematizaron en matrices de orden lógico, en las que se pueden visualizar las fortalezas, problemáticas, propuestas e ideas de proyectos indicadas en cada participación.

5.1.1 Primer Encuentro Participativo Casa Museo Violeta Parra

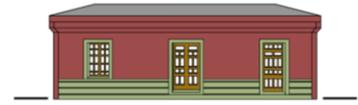
Fecha: jueves 27 de octubre de 2022.



En el primer encuentro, desde el ámbito positivo, se indicó que la Casa Museo cuenta con una buena infraestructura y equipamiento, se valoró su arquitectura, identidad patrimonial, ubicación y accesibilidad, así como también sus múltiples espacios como sala de exposición, patio y cocina, los que permiten desarrollar diversas actividades.

En cuanto a las problemáticas, faltan acciones que permitan fortalecer el ámbito de la difusión de actividades. Además, reconocieron una ausencia de objetos que pertenecieron a Violeta Parra, lo cual se puede aproximar con objetivos que sean réplicas. Asimismo, consideran que se debiese fortalecer la conexión con las organizaciones culturales y sociales.

Las ideas de proyectos que se propusieron se relacionan con los nudos críticos detectados, mientras que otras ideas plasmadas son acciones que ya se han desarrollado en la Casa Museo y surgen desde el desconocimiento respecto al funcionamiento de casona, como por ejemplo las visitas guiadas. No obstante, todas las ideas de proyectos, además de las fortalezas y problemáticas, se pueden observar en la siguiente sistematización.



Sistematización de información Primer Encuentro Participativo Casa Museo Violeta Parra

FORTALEZAS	PROBLEMÁTICAS	PROPUESTAS Y/O IDEAS DE PROYECTOS
<ul style="list-style-type: none">• Buena infraestructura y equipamiento en la Casa Museo• Arquitectura de la Casa Museo es inclusiva (diseño universal)• Buena accesibilidad de la Casa Museo, es céntrica y cercana al transporte público• Buena apertura de la Casa Museo, de lunes a domingo• Múltiples espacios dentro de la Casa Museo, como sala de exposición, patio grande y cocina, lo que permite desarrollar diversas actividades• Espacio de carácter patrimonial.	<ul style="list-style-type: none">• Faltan acciones de difusión de actividades• Falta de consideración de la Casa Museo en el Plan Municipal de Cultura• Ausencia de objetos que pertenecieron a Violeta Parra en la Casa Museo• Falta de comunicación y conexión con las distintas organizaciones culturales y sociales	<ul style="list-style-type: none">• Formular una línea editorial para las actividades y eventos de la Casa Museo, que sea inclusiva y promueva la no discriminación• Vincular la Casa Museo con la Fundación Violeta Parra, y gestionar actividades de manera conjunta• Adquirir y exhibir objetos que pertenecieron a Violeta Parra, o réplicas• Entregar afiches de difusión de las actividades en terreno• Realizar talleres de música, donde se cuente con una sala de ensayo y se enseñe a tocar un instrumento y componer• Realizar taller de artes escénicas• Realizar taller de greda• Realizar taller de recolección• Realizar convocatoria abierta para artistas, tanto locales como del extranjero, donde se propicie la diversidad, y se considere el pago por los gastos de los artistas• Que la Casa Museo sea un espacio de formación para artistas• Visitas guiadas.• Realizar ferias temáticas



5.1.2 Segundo Encuentro Participativo Casa Museo Violeta Parra

Fecha: viernes 28 de octubre de 2022

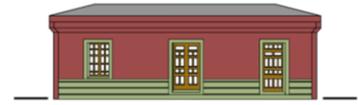


En el segundo encuentro, respecto a las fortalezas se valoró -una vez más- la infraestructura y equipamiento, así como también los espacios y la valorización internacional por la figura de Violeta Parra.

Respecto a los nudos críticos se indicó que falta trabajo en cuanto a la difusión para poder llegar a todos los segmentos, en esta línea se reconoció poco conocimiento de la comunidad sobre horarios y actividades.

En este encuentro, también se hizo referencia a acciones que ya se desarrollan en la Casona. No obstante, igual se indicaron mejoras que se podrían realizar en la Casona como aumentar la oferta de talleres artístico-culturales, ampliar la oferta de las exhibiciones, mejorar la vinculación territorial con el sector de Cachapoal y otros sectores de la comuna.

En las ideas de proyectos se hizo énfasis en la vinculación de la Casa Museo con otros museos, y en el vínculo con la población como por ejemplo acercarse a los gremios y organizaciones locales, además de otras acciones que permitan a la casona llegar a todos los sectores.



Sistematización de información Segundo Encuentro Participativo Casa Museo Violeta Parra

FORTALEZAS

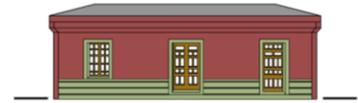
- Buena infraestructura y equipamiento tras mejoramiento
- Espacios amplios y acogedores
- Nombre de Violeta Parra es atractivo y mundialmente reconocido

PROBLEMÁTICAS

- * Falta de difusión de actividades
- Desconocimiento por parte de la comunidad de la Casa Museo, sus horarios y actividades
- Falta de difusión desde el Municipio de San Carlos de las actividades de la Casa Museo
- Falta de apertura y comunicación con la comunidad para el uso de espacios de la Casa Museo
- Falta de un guía al interior de la Casa Museo que realice tareas de mediación
- Pocos talleres artístico culturales
- Poca diversidad y creatividad en las exhibiciones
- Falta de vinculación territorial con el sector de Cachapoal
- Falta de presencia de la Casa Museo en los distintos sectores de la comuna

PROPUESTAS Y/O IDEAS DE PROYECTOS

- * Adquirir y exhibir algún objeto que perteneció a Violeta Parra
- Reproducir música suave o canciones de Violeta Parra al interior de la Casa Museo
- Vincular la Casa Museo con otros Museos y Centros Culturales del país, para traer a la comuna actividades que se realizan en otros espacios
- Difundir las actividades de la Casa Museo a través de redes sociales y la radio
- Entregar invitaciones a actividades de la Casa Museo a los distintos gremios y organizaciones locales
- Realizar visitas guiadas, con un guía turístico, por la Casa Museo
- Realizar talleres de artesanía, música, telar y tejido, todos estos oficios de Violeta Parra
- Llevar las actividades de la Casa Museo a los distintos sectores de la comuna
- Incorporar la figura de Violeta Parra en las actividades a desarrollar
- Realizar capacitaciones dirigidas a las organizaciones locales
- Incorporar buses de acercamiento a la Casa Museo dirigido a sectores rurales de la comuna
- Mejorar la vinculación de la Casa Museo con los distintos gremios, organizaciones y establecimientos educacionales locales



5.1.3 Tercer Encuentro Participativo Casa Museo Violeta Parra

Fecha: jueves 3 de noviembre de 2022



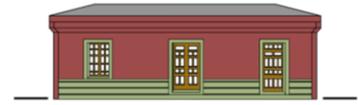
En el tercer encuentro participativo, en cuanto a las fortalezas, se indicó la buena infraestructura, variedad de talleres, festivales gratuitos y la facilidad de acceso a los espacios de la Casa Museo para realizar actividades, como presentaciones, exposiciones y charlas, entre otras.

En cuanto a los nudos crítico y necesidades, consideran que debiese a ver un apoyo de profesionales que asesoren la postulación a proyectos concursables. Se transparentó también que existe una sensación de que la Casa se encuentra cerrada debido a que la entrada principal mantiene comúnmente la puerta cerrada. También se indicó que la visita podría ser aún más amena si la casona tuviese un buen funcionamiento del aire acondicionado y de la calefacción.

Además, se indicó- como anhelo- que progresivamente se debiese ir mejorando la infraestructura del inmueble, como habilitando un auditorio y más salas.

Respecto a la difusión de las actividades de la Casa Museo, se indicó que no llega a toda la población de la comuna, puesto que se encuentra focalizada en las redes sociales. En esta línea se recomendó ampliar los medios de difusión a fin de llegar a más públicos.

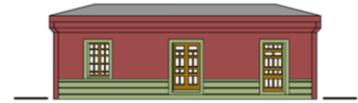
En cuanto a las ideas de proyectos en el tercer encuentro surgieron varias ideas a implementar en la casona como: incorporar un portero en el frontis de la Casa Museo; incorporar un profesional proyectista que asesore a agentes culturales locales en la postulación a proyectos; implementar cafetería al interior de la Casa Museo; habilitar un horario de apertura más extendido; adquirir equipo de sonido y de iluminación; postular a un proyecto de ampliación de espacios en la Casa Museo; aumentar los medios de difusión; desarrollar una encuesta de opinión sobre intereses culturales para el desarrollo de actividades y talleres; desarrollar un Plan de Vinculación con medios de comunicación y establecimientos educacionales; realizar más talleres culturales; fomentar la cultura del reciclaje, mediante talleres de sustentabilidad; realizar talleres orientados a adultos mayores, niños y personas en situación de discapacidad; promover la participación de adultos mayores;



desarrollar actividades culturales en los distintos sectores, especialmente en zonas rurales, junto a las juntas de vecinos.

Sistematización de información Tercer Encuentro Participativo Casa Museo Violeta Parra

FORTALEZAS	PROBLEMÁTICAS	PROPUESTAS Y/O IDEAS DE PROYECTOS
<ul style="list-style-type: none"> • Buena infraestructura • Variedad de talleres • Festivales gratuitos • Facilidad de acceso a los espacios de la Casa Museo para realizar actividades, como presentaciones, exposiciones y charlas 	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de profesionales que asesoren en la postulación a proyectos concursables • Poca sensación de apertura de la Casa Museo, puesto que la fachada se mantiene cerrada • Ausencia de funcionamiento de aire acondicionado y calefacción • Falta de auditorio y salas • Poca difusión de las actividades de la Casa Museo, no llega a toda la población de la comuna puesto que se encuentra focalizada en las redes sociales • Ausencia de descentralización de actividades culturales en los distintos sectores de la comuna 	<ul style="list-style-type: none"> • Incorporar un portero en el frontis de la Casa Museo • Incorporar un profesional proyectista que asesore a agentes culturales locales en la postulación a proyectos • Implementar cafetería al interior de la Casa Museo • Habilitar un horario de apertura más extendido • Adquirir equipo de sonido y de iluminación • Postular a un proyecto de ampliación de espacios en la Casa Museo • Difundir a través de la radio, pancartas, perifoneo (megáfono), palomas, etc. • Desarrollar una encuesta de opinión sobre intereses culturales para el desarrollo de actividades y talleres • Desarrollar un Plan de Vinculación con medios de comunicación y establecimientos educacionales • Realizar más talleres culturales • Fomentar la cultura del reciclaje, mediante talleres de sustentabilidad • Realizar talleres de bailes latinoamericanos • Realizar talleres orientados a adultos mayores, niños y personas en situación de discapacidad • Conectar la Casa Museo con el Centro Cultural, propiciando la comunicación y difusión de actividades • Desarrollar instancias donde la comunidad pueda elegir las actividades a realizar (co-creación) • Promover la participación de adultos mayores • Desarrollar actividades culturales en los distintos sectores, especialmente en zonas rurales, con las juntas de vecinos



5.1.4 Cuarto Encuentro Participativo Casa Museo Violeta Parra

Fecha: lunes 3 de noviembre de 2022



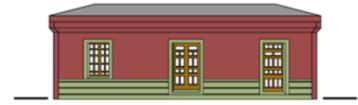
En el cuarto encuentro participativo, se valoró la buena ubicación de la Casa Museo, puesto que es central. Reconocen que es un espacio atractivo y bien equipado, no obstante, requiere de algunas modificaciones y ampliaciones.

Valoraron la imagen de Violeta Parra y la reconocen como una persona abierta y tolerante.

En cuanto a las necesidades se indicó que como dificultad existen pocos estacionamientos cerca del recinto, y se hizo referencia a que falta fortalecer la difusión de las actividades de la Casona. Asimismo, se indicó que falta generar acciones que apelen a la vinculación de la Casa Museo con los distintos sectores de la comuna, especialmente con las zonas rurales.

Por otro lado, se recomienda que se mantenga el trabajo con niños, niñas y adolescentes escolares, con el propósito de que dichas visitas aumenten a través del tiempo.

En cuanto a las ideas de proyectos se centran principalmente en propuestas que permitan mejorar lo realizado en la casona como: realizar un proyecto de ampliación de la Casa Museo, que permita incorporar un salón, galería o auditorio más grande; difundir las actividades a través de mensajes de WhatsApp y la radio local; realizar actividades de folclore, hip hop, batucadas, entre otras; incorporar un espacio para dar homenaje a los artistas locales, como una galería de la historia de los artistas populares de San Carlos; acercar a la Casa Museo a niños, niñas y adolescentes escolares de la comuna, con especial énfasis en escolares de zonas rurales; rediseñar la Ruta Cultural de San Carlos, de modo que la ruta termine en la Casa Museo; mejorar la vinculación con los establecimientos educacionales y abrir las instalaciones de la Casa Museo a la comunidad



Sistematización de información Cuarto Encuentro Participativo Casa Museo Violeta Parra

FORTALEZAS	PROBLEMÁTICAS	PROPUESTAS Y/O IDEAS DE PROYECTOS
<ul style="list-style-type: none"> • Buena ubicación de la Casa Museo, puesto que es central • Bonita y bien equipada, aunque requiere algunas modificaciones • La imagen de Violeta Parra es de una persona abierta y tolerante 	<ul style="list-style-type: none"> • Pocos estacionamientos. • Falta de difusión de actividades de la Casa Museo • Falta de conocimiento de la figura de Violeta Parra • Falta de vinculación de la Casa Museo con los distintos sectores de la comuna, especialmente las zonas rurales • Falta aumentar visitas de parte de niños, niñas y adolescentes escolares a la Casa Museo 	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar un proyecto de ampliación de la Casa Museo, para incorporar un salón, galería o auditorio más grande • Difundir las actividades a través de mensajes de WhatsApp y la radio local. • Realizar actividades de folclore, hip hop, batucadas, entre otras. • Ampliar y diversificar las temáticas de las actividades. • Incorporar un espacio para dar homenaje a los artistas locales, como una galería de la historia de los artistas populares de San Carlos • Acercar a la Casa Museo a niños, niñas y adolescentes escolares de la comuna, con especial énfasis en escolares de zonas rurales • Rediseñar la Ruta Cultural de San Carlos, de modo que la ruta termine en la Casa Museo • Vincular la Casa Museo con el Centro Cultural de San Carlos • Mejorar la vinculación con los establecimientos educacionales • Abrir las instalaciones de la Casa Museo a la comunidad

5.1.5 Encuentro Participativo con estudiantes Colegio Violeta Parra

Fecha: jueves 27 de octubre de 2022

En el encuentro con estudiantes valoraron los horarios de apertura, el acceso gratuito, los talleres, la arquitectura, la esencia de casa rural que conserva la casona, además de la tranquilidad que transmite el recinto. Consideran que el espacio es bonito y el patio es muy agradable. Asimismo, se indicó que el mural de Violeta Parra posee un valor educativo que enseña la historia de Violeta Parra.

En cuanto a las necesidades se hizo referencia a que se podría ampliar la oferta de talleres y actividades y generar instancias atractivas dirigidas a primeras infancias y adolescentes. En esta línea también se indicó que sería positivo que se aumentaran las muestras que se desarrollan.

Por otro lado, se mencionó que si bien la infraestructura es atractiva también podría ser mejorada y se podría trabajar en aquello a futuro de forma progresiva.

Desde los estudiantes se propuso ampliar disponibilidad y diversidad de talleres, y recomendaron algunas ideas como aprovechar el patio y lugares al aire libre para generar instancias con primeras



infancias y adolescentes, asimismo, indicaron que es importante mantener muestras de arte y cultura, generar concursos ligados al arte y la cultura, y realizar actividades que permitan interactuar con todos públicos.

Sistematización de información Encuentro Participativo con estudiantes Colegio Violeta Parra

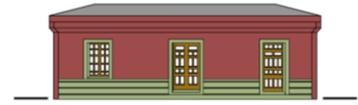
FORTALEZAS	PROBLEMÁTICAS	PROPUESTAS Y/O IDEAS DE PROYECTOS
<ul style="list-style-type: none"> • Buenos horarios de apertura de la Casa Museo • Tranquilidad en el ambiente • El espacio es bonito, y el patio es agradable • El mural de Violeta Parra es educativo • Se conserva la esencia de la casa rural • La infraestructura es llamativa • Buena limpieza del lugar • Acceso gratuito • Se enseña la historia de Violeta Parra en el mural • Talleres culturales 	<ul style="list-style-type: none"> • Pocos talleres y actividades • Falta de objetos en exhibición que permitan considerar el espacio como un Museo. • Falta de difusión de actividades. • Mejorar la oferta cultural para niños, niñas y adolescentes. • Aumentar muestras culturales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Mejorar la infraestructura • Realizar talleres de literatura, música, pintura, artesanía, historia, canto, gastronomía, cine, etc. • Realizar un taller sobre la historia de Violeta Parra • Mantener muestras de arte y cultura • Aprovechar mesa en el patio para realizar actividades culturales • Realizar muestras al aire libre • Implementar concursos de baile, canto y dibujo • Ampliar disponibilidad y diversidad de talleres • Realizar actividades para todo público • Interactuar con los públicos



5.2 Resumen hallazgos encuentro participativos

A continuación, en la siguiente ilustración se resumen los principales hallazgos de los encuentros:





5.3 Encuesta Cultural Comunitaria

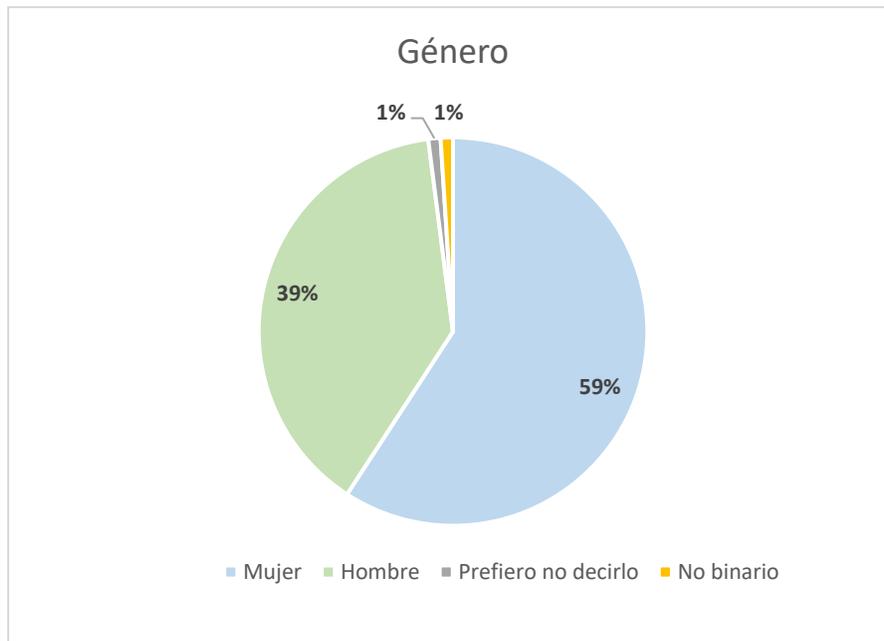
La encuesta cultural comunitaria fue respondida por un total de 98 personas. El formulario fue presentado como un cuestionario digital desde la plataforma Google forms, conteniendo diecinueve preguntas.

El formulario estuvo compuesto por 3 partes, en primera instancia se consultó respecto a las características de la muestra, particularmente la identidad de género, edad y área de la comuna que habita. En una segunda instancia, se consultó respecto a las preferencias e intereses artísticos y culturales, además de las preferencias respecto a la difusión cultural de la casona. En una tercera instancia, se realizaron preguntas entorno a experiencias y opiniones sobre la Casa Museo.

Es importante recalcar que los datos que emanan de la encuesta son valiosos y significativos para la planificación, ya que nos permiten conocer de mejor manera a los públicos de la casona, las motivaciones respecto a la asistencia, los intereses, experiencias, entre otras temáticas.

Caracterización de la Muestra

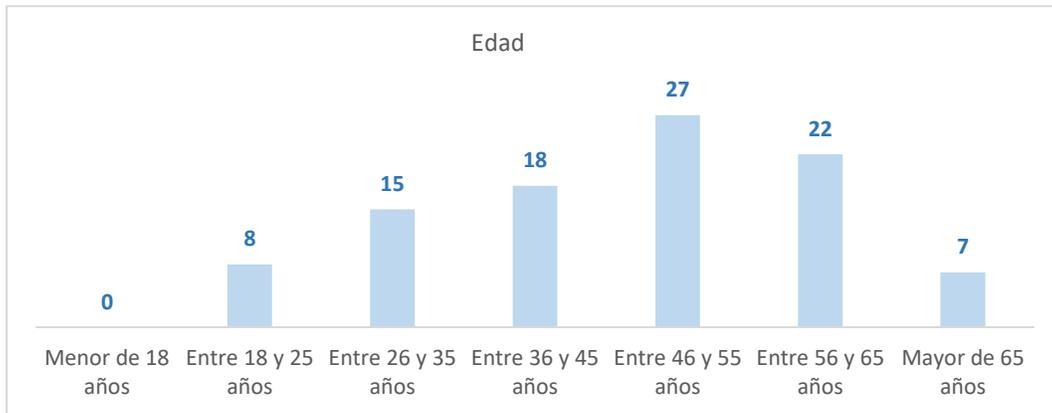
En lo que corresponde a la caracterización de la muestra, la participación según el género fue de 59% mujeres mientras que 39% son hombres.



Fuente: Elaboración propia (Equipo Ingeop, 2022).

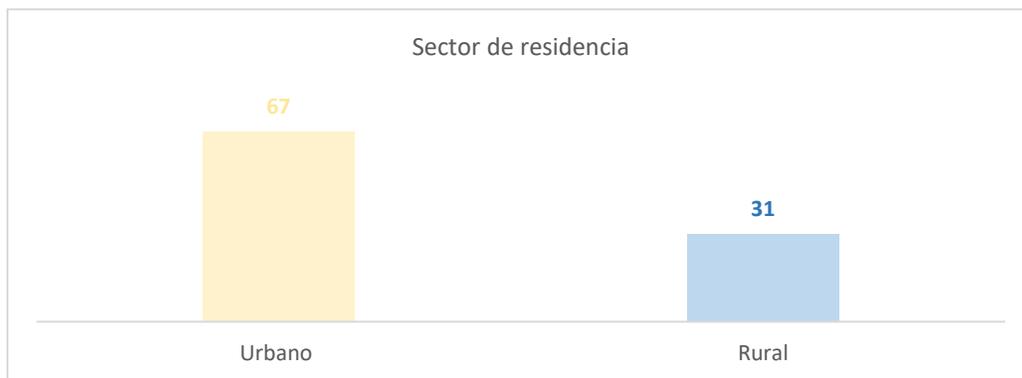


A modo general participaron personas mayoritariamente que tienen entre 46 y 55 años, en segundo lugar, personas entre 56 y 65 años. En este sentido se infiere una participaron principalmente de personas adultas.



Fuente: Elaboración propia (Equipo Ingeop, 2022).

Respecto al territorio, existe una representación territorialmente mayoritariamente de San Carlos, San Camilo y de Villas, como El bosque, Los Regidores, Navidad, Los Aromos, Alameda, puesta de sol, Villa Baena, Altue, España. En general, se reconocieron mayoritariamente residir en la zona urbana de la comuna y en menor medida en la zona rural.



Fuente: Elaboración propia (Equipo Ingeop, 2022).

En cuanto a la ocupación, la mayoría se reconoce como trabajador/a (30) y en segundo lugar como dueño de casa (18).



Fuente: Elaboración propia (Equipo Ingeop, 2022).

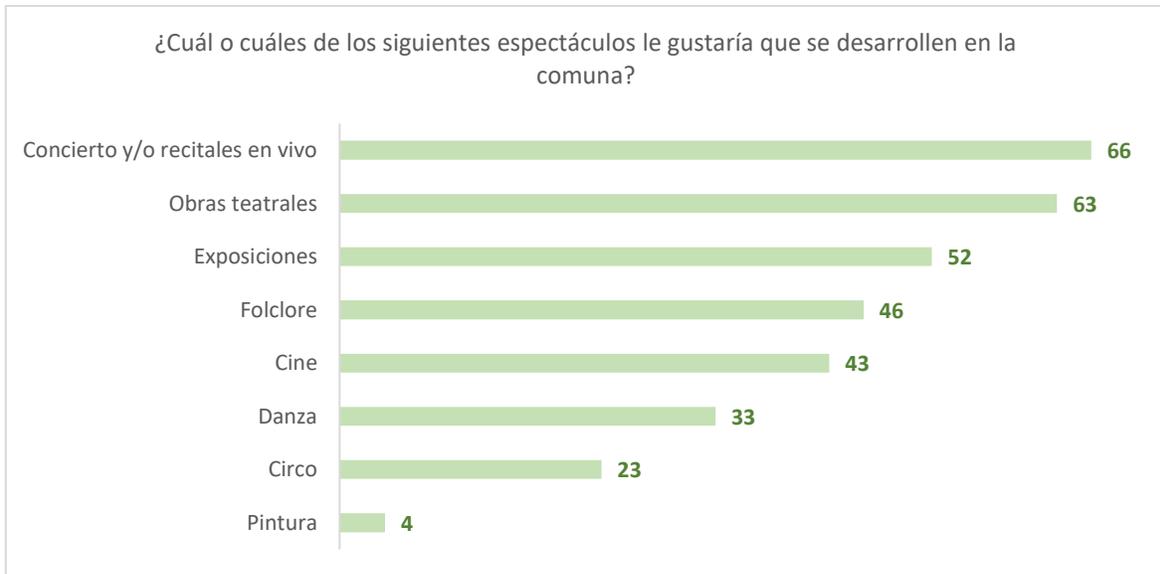
Preferencias e intereses artísticos y culturales

Respecto a las preferencias e intereses artísticos y culturales, las y los participantes de la encuesta cultural señalaron que las actividades de su agrado son: **I) Escuchar música, II) Exposiciones de Artes Visuales y III) Visitar lugares patrimoniales.**



Fuente: Elaboración propia (Equipo Ingeop, 2022).

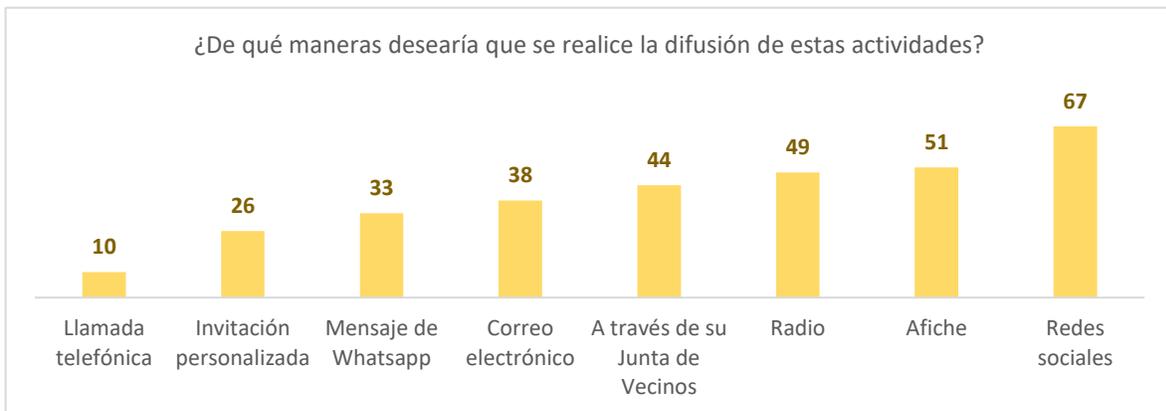
Respecto a los espectáculos que les gustaría que se desarrollen en el centro cultural se encuentran: los **Conciertos y/o Recitales en vivo, las Obras Teatrales, Exposiciones y el Folclore.**



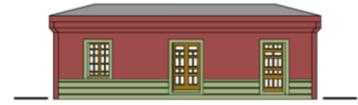
Fuente: Elaboración propia (Equipo Ingeop, 2022).

Difusión

En torno a la difusión se consultó respecto a que medios de difusión se podrían dar a conocer las actividades de la Casona. Existe una importante preferencia por la utilización de **redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter)** como medio de difusión para actividades culturales. Esto puede explicarse debido a que es un medio de constante uso y que se ha masificado a todas las generaciones. Las redes sociales se transforman en un elemento clave para la difusión debido a su poder de transmisión instantánea de la información y masificación de esta.

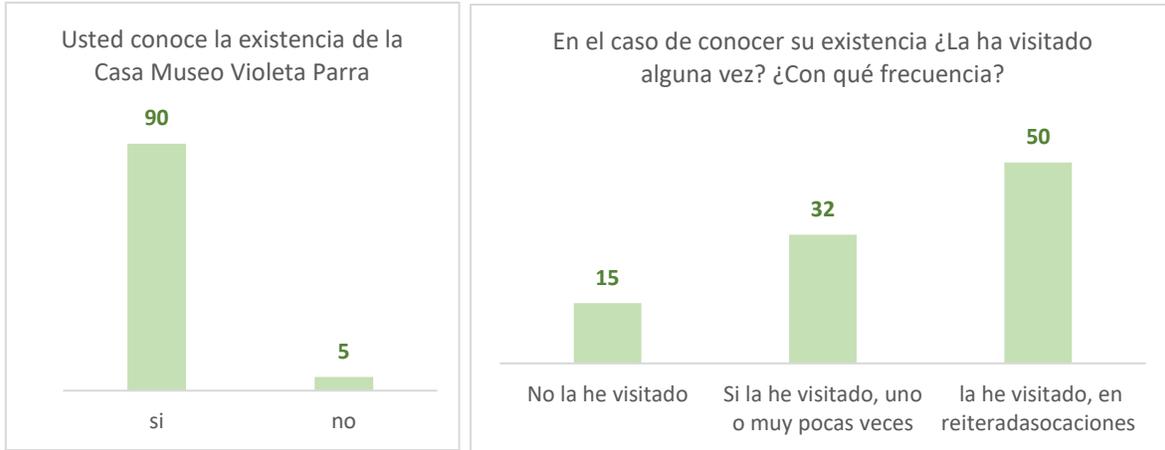


Fuente: Elaboración propia (Equipo Ingeop, 2022).



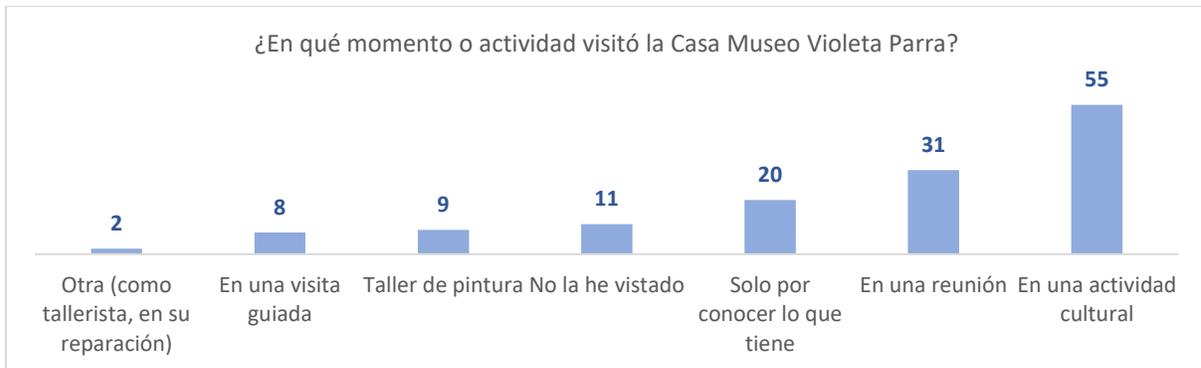
Percepciones y opiniones sobre Casa Museo Violeta Parra

En torno a las percepciones y opiniones respecto a la Casa Museo Violeta Parra se reconoció que un 95% de encuestados/as conoce la Casa-Museo y mayoritariamente -correspondiente a un 50%- reconocen haberla visitado de forma esporádica, mientras que un 15% reconoce no haberla visitado.

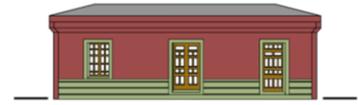


Fuente: Elaboración propia (Equipo Ingeop, 2022).

Quienes han asistido a la Casa Museo, identifican mayoritariamente haber asistido debido a una actividad cultural, lo que es muy positivo considerando que es un espacio destinado para el desarrollo artístico-cultural.

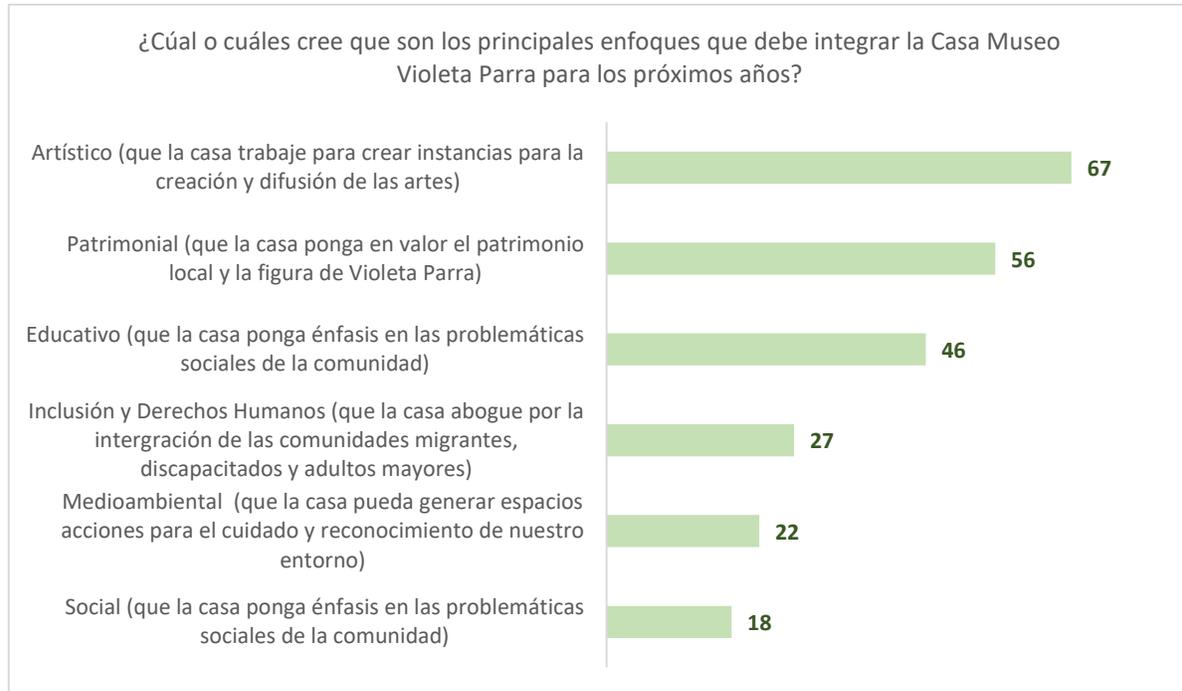


Fuente: Elaboración propia (Equipo Ingeop, 2022).



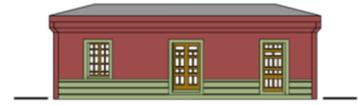
Propuestas para la Casa Museo Violeta Parra

En torno a las propuestas para la Casa Museo Violeta Parra en el contexto de desarrollo del Plan de Gestión, se identifica como un enfoque prioritario el enfoque artístico y patrimonial, lo que se traduce en que la Casa sea considerada como un **espacio para el desarrollo artístico, cultural y patrimonial**.

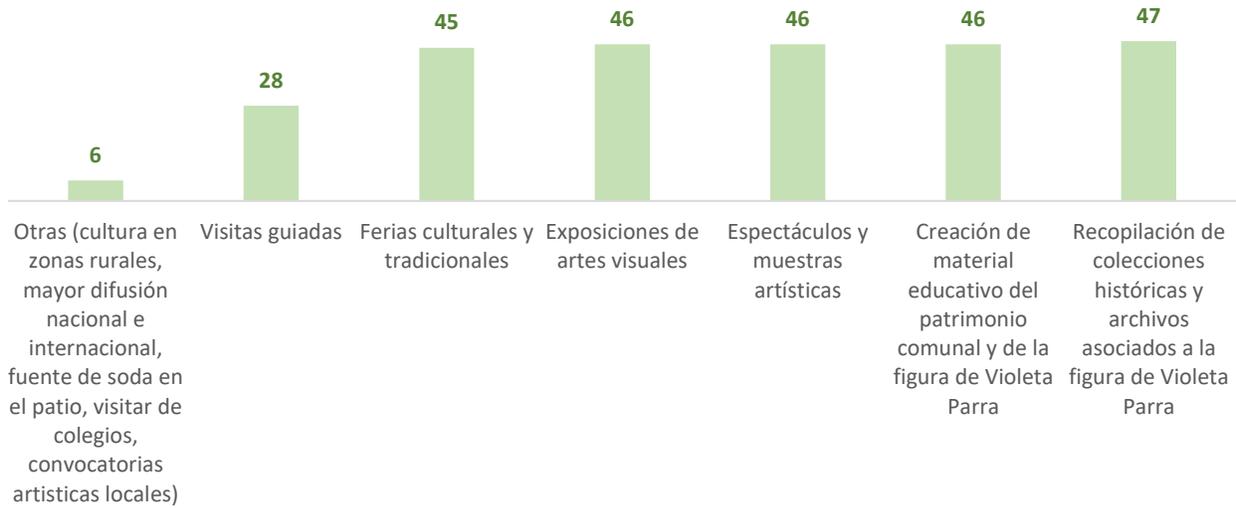


Fuente: Elaboración propia (Equipo Ingeop, 2022).

Las principales acciones que debiese considerar la Casa son el desarrollo de recopilación de **colecciones históricas y archivos asociados a la figura de Violeta Parra (47)**, **creación de material educativo del patrimonio comunal y de la figura de Violeta Parra (46)**, **espectáculos y muestras artísticas (46)**, **exposiciones de artes visuales (46)** y **ferias cultural y tradiciones (45)**.



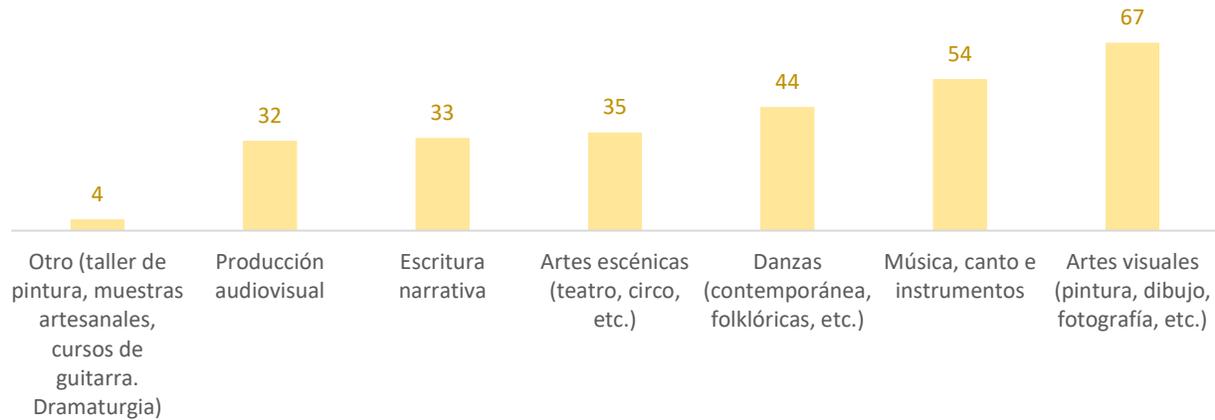
¿Cuál o cuáles cree que podrían ser las principales acciones que puede realiza la Casa Museo Violeta Parra y que debe poner mayor énfasis?



Fuente: Elaboración propia (Equipo Ingeop, 2022).

Particularmente respecto a los talleres artísticos, se prefirieron mayoritariamente el desarrollo de **talleres de artes visuales y música** (canto e instrumentos), como las principales temáticas a tratar en los talleres del centro cultural.

¿Qué talleres artísticos podrían ejecutarse en la Casa Museo Violeta Parra?

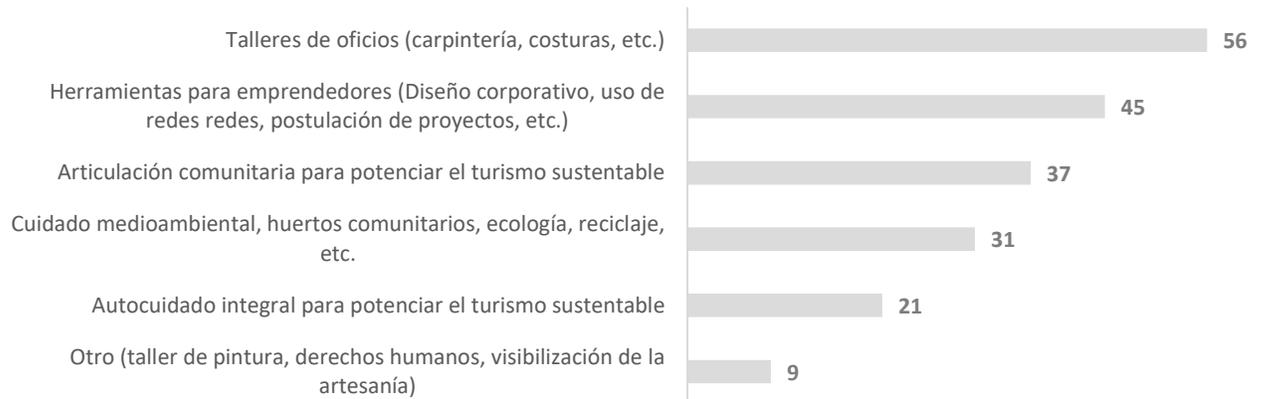


Fuente: Elaboración propia (Equipo Ingeop, 2022).



En relación con la formación cultural y artística, se indicaron los **talleres de oficios e instancias relacionadas con entregar herramientas para emprendedores** como instancias que se podrían desarrollar en el Centro Cultural, como por ejemplo actividades de carpintería, costuras, diseño corporativo, usos de redes y oficios en general.

¿Qué instancias de formación podrían ejecutarse en la Casa Museo Violeta Parra?



Fuente: Elaboración propia (Equipo Ingeop, 2022).



5.4 Conclusiones

En cuanto a las conclusiones respecto a los hallazgos es importante indicar que en general existe una buena opinión respecto a la Casa Museo, la cual es reconocida principalmente por su infraestructura, valor patrimonial e histórico, por el resguardo que le otorga a la figura de Violeta Parra, por ser un lugar atractivo, tranquilo y educativo.

Por otro lado, hay varios desafíos que surgen desde lo indicado por la comunidad, desde distintas miradas se hizo énfasis en que la gestión cultural debiese centrar sus esfuerzos en ampliar la oferta de actividades, trabajar en la vinculación con los sectores y en el mejoramiento de la difusión.

En sentido con señalado, es importante considerar que la gestión del encargado de Casa Museo debe ser apoyada en cuanto a capital humano, con el propósito de trabajar en atender las necesidades detectadas de la casona, como respecto a la difusión de las actividades y acciones publicitarias, además de considerar un proyectista que sea de dedicación exclusiva para la postulación de proyectos culturales.

Desde la comunidad se expresó un afán importante por descentralizar las actividades y llevar las expresiones y manifestaciones artísticas y culturales a los territorios, fomentando la participación de todos los sectores de San Carlos.

De forma transversal se percibe que existe una disposición y compromiso desde la gestión y administración de la Casa Museo por el fomento de las artes visuales, escénicas, musicales y el trabajo con los artistas locales, así como también con la difusión de la figura de Violeta Parra y su legado.



6. IMAGEN OBJETIVO

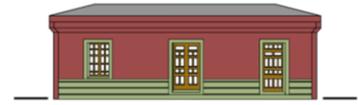
La imagen objetivo del Plan de Gestión de la Casa Museo se elaboró en base al diagnóstico participativo y está conformado por una visión y una misión cultural, ambas formuladas en función del trabajo realizado con la comunidad y los distintos sectores artísticos-culturales de la comuna.

Misión

“La Casa Museo Violeta Parra es un espacio -reconocido y valorado por la comunidad- que busca proteger, difundir e investigar el legado artístico-social y cultural de Violeta Parra, a fin de conservar y resguardar su legado y memoria, estimulando la participación de creadores, públicos y gestores en proyectos y actividades culturales”.

Visión

“La Casa Museo Violeta Parra -contribuyendo al desarrollo cultural regional- busca convertirse en el mayor exponente de Ñuble que conserva, resguarda, difunde y pone en valor la vida, obra, memoria y legado de Violeta Parra, asegurando el acceso de todos los públicos, actuando como un mediador entre Violeta Parra y su obra con la comunidad”.



7. LINEAMIENTOS Y OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

7.1 Lineamientos y objetivos estratégicos

A continuación, se presentan los lineamientos y objetivos estratégicos para alcanzar la visión y misión mencionadas con anterioridad, considerando además los ejes temáticos del diagnóstico participativo presentados en el apartado anterior:

Lineamientos	Objetivos estratégicos
L1: Gestión Cultural.	Potenciar la gestión interna y externa de la Casa Museo Violeta Parra, asegurando su sostenibilidad e identidad ligada a la figura de la cantautora, tanto como Centro Cultural y como Museo histórico. Esto desde una perspectiva financiera, de gestión, de recursos humanos, de capacidad de difusión y comunicación con la ciudadanía.
L2: Infraestructura y Equipamiento.	Fortalecer y mejorar la actual infraestructura y equipamiento de la Casa Museo, promoviendo el desarrollo y el mejoramiento de nuevos espacios culturales.
L3: Museografía.	Fortalecer la muestra y experiencia museográfica, generando las condiciones adecuadas a fin de brindar una experiencia grata, óptima para los públicos y visitantes. Esto, resguardando, estudiando, difundiendo y exhibiendo el legado de Violeta Parra vinculando con el territorio.
L4: Oferta programática, Formación de Públicos y Generación de Audiencias.	Desarrollo de una oferta programática continua y descentralizada para el acceso a las artes y las culturas de los públicos, en conjunto con las primeras infancias, estudiantes, familias, adultos mayores, personas en situación de discapacidad, agentes y agrupaciones culturales locales.



7.2 Lineamientos, programas y proyectos

Lineamiento	Programas	Proyectos
L1: Gestión Cultural	Programa para el fortalecimiento de la gestión interna y externa.	1) Contratación de proyectista municipal con conocimientos ligados al financiamiento de proyectos culturales y artísticos.
		2) Habilitación de un horario de apertura más extendido.
		3) Desarrollar una encuesta de opinión sobre intereses culturales para el desarrollo de actividades y talleres.
	Programa de difusión y comunicación	4) Contratación de diseñador gráfico.
		5) Trabajo audiovisual para la creación y funcionamiento de canal de YouTube.
		6) Generar una estrategia de trabajo en conjunto con turismo, cultura y el Centro Cultural de San Carlos.
		7) Creación de ruta turística cultural para poner en valor la Casa Museo.
		8) Crear un Plan de Comunicación y vinculación con medios locales, como radio y canales de televisión, para difundir actividades.
	Vinculación con el territorio.	9) Postulación de proyectos con organizaciones comunitarias y culturales para luego ejecutarlo en la Casona.
		10) Ejecución de proyectos con organizaciones comunitarias y culturales para luego ejecutarlo en la Casona.
L2: Infraestructura y Equipamiento.	Programa para el mejoramiento de la infraestructura y equipamiento cultural.	11) Creación de un espacio físico para la exposición de muestras originales y/o replicas (etapa de diseño).
		12) Creación de un espacio físico para la exposición de muestras originales y/o replicas (etapa de construcción).
		13) Habilitación de cafetería y tienda de souvenir con productos artesanales con pertinencia territorial enfocado al trabajo de Violeta Parra.
		14) Mejoramiento del sistema de calderas para aumentar calefacción.
		15) Instalación de aire acondicionado.
		16) Adquirir equipo de sonido y de iluminación.
		17) Incorporar un espacio para dar homenaje a artistas locales, como una galería de la historia de los artistas populares de San Carlos.
L3: Museografía.	Acciones y práctica para el fortalecimiento de la museografía.	18) Creación de colección itinerante que logre llegar a sectores rurales, establecimientos, entre otros.
		19) Vinculación con otros museos y Centros Culturales del país a fin de fortalecer la gestión local.
		20) Postular un proyecto investigativo que tengan por objetivo recopilar nuevos antecedentes del legado y vida de Violeta Parra en San Carlos y sectores.
		21) Generar material didáctico en torno a la historia de Violeta Parra.
		22) Actividades entorno a la colección itinerante en los sectores rurales, establecimientos, entre otros.



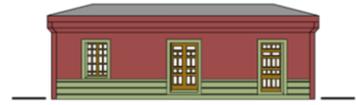
		23) Generar alianzas estratégicas académicas que permitan el desarrollo de la investigación museográfica entorno a la figura de Violeta Parra en San Carlos.
		24) Generar alianzas estratégicas con universidades regionales a fin de potenciar el desarrollo de investigaciones en San Carlos en torno a la figura de Violeta Parra.
		25) Adquisición y exhibición de objetos originales o replicas que pertenecieron a Violeta Parra.
L4: Oferta programática, Formación de Públicos y Generación de Audiencias.	Estrategias de vinculación con la comunidad.	26) Realizar capacitaciones dirigidas a las organizaciones locales.
		27) Postulación de proyectos culturales ligados al legado de Violeta Parra en sectores.
		28) Desarrollo de proyectos culturales ligados al legado de Violeta Parra en sectores.
		29) Estrategia de continuidad de proyectos culturales ligados al legado de Violeta Parra en sectores.
	Oferta programática y estrategias para la formación de públicos.	30) Desarrollar un Plan de Vinculación para relacionarse con establecimientos educacionales locales y de la región para el desarrollo de instancias culturales y artísticas.
		31) Realizar una oferta de talleres "oficios de Violeta" de artesanía, música, telar y tejido (dirigido a diferentes rangos etarios y públicos).
		32) Fomentar la cultura del reciclaje, mediante talleres de sustentabilidad.
		33) Oferta de actividades artístico culturales con enfoque inclusivo (que integre a primeras infancias, personas en situación de discapacidad y adultos/as mayores)
		34) Desarrollar un concierto en homenaje a Violeta Parra dirigido a las familias locales y visitantes.
		35) Generar ferias artísticas y gastronómicas con música en vivo de forma esporádica.



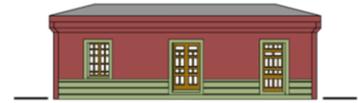
7.3 Cartera de proyectos

Tanto los lineamientos, programa y proyecto serán presentados a continuación en la siguiente cartera de proyectos:

Lineamiento	Programas	Proyectos	Año propuesto	MM\$	Financiamiento	
L1: Gestión Cultural	Programa para el fortalecimiento de la gestión interna y externa.	1) Contratación de proyectista municipal con conocimientos ligados al financiamiento de proyectos culturales y artísticos.	2023-2024-2025-2026	6 (monto semestral) 12 (monto anual)	Fondos Municipales.	
		2) Habilitación de un horario de apertura más extendido.	2023	-	Gestión.	
		3) Desarrollar una encuesta de opinión sobre intereses culturales para el desarrollo de actividades y talleres.	2024	-	Gestión.	
	Programa de difusión y comunicación	4) Contratación de diseñador gráfico.	2024-2025-2026	6 (monto anual media jornada)	Fondos Municipales.	
		5) Trabajo audiovisual para la creación y funcionamiento de canal de YouTube.	2024	6 (por al menos 6 piezas audiovisuales)	Fondo de Sostenibilidad Programa Red Cultura.	
		6) Generar una estrategia de trabajo en conjunto con turismo, cultura y el Centro Cultural de San Carlos.	2023	-	Gestión	
		7) Creación de ruta turística cultural para poner en valor la Casa Museo.	2024	Por definir.	Municipales.	
		8) Crear un Plan de Comunicación y vinculación con medios locales, como radio y canales de televisión, para difundir actividades.	2023	-	Gestión	
		Vinculación con el territorio.	9) Postulación de proyectos con organizaciones comunitarias y culturales para luego ejecutarlo en la Casona.	2023	Por definir.	FNDR y Fondos cultura.
			10) Ejecución de proyectos con	2024	Por definir.	FNDR y Fondos cultura.



		organizaciones comunitarias y culturales para luego ejecutarlo en la Casona.			
L2: Infraestructura y Equipamiento.	Programa para el mejoramiento de la infraestructura y equipamiento cultural.	11) Creación de un espacio físico para la exposición de muestras originales y/o replicas (etapa de diseño).	2023–2024	25	Fondo de infraestructura cultural.
		12) Creación de un espacio físico para la exposición de muestras originales y/o replicas (etapa de construcción).	2025–2026	110	Fondo de infraestructura cultural.
		13) Habilitación de cafetería y tienda de souvenir con productos artesanales con pertinencia territorial enfocado al trabajo de Violeta Parra.	2023	-	Gestión.
		14) Mejoramiento del sistema de calderas para aumentar calefacción.	2024	5	Fondos Municipales FONDART línea infraestructura cultural.
		15) Instalación de aire acondicionado.	2023	6	Fondos Municipales. FONDART línea infraestructura cultural.
		16) Adquirir equipo de sonido y de iluminación.	2024	6	FONDART.
		17) Incorporar un espacio para dar homenaje a artistas locales, como una galería de la historia de los artistas populares de San Carlos.	2025	6	FONDART. Fondos Municipales.
L3: Museografía.	Acciones y práctica para el fortalecimiento de la museografía.	18) Creación de colección itinerante que logre llegar a sectores rurales, establecimientos, entre otros.	2023-2024	Por definir.	Fondos Municipales
		19) Vinculación con otros museos y Centros Culturales del país a fin de fortalecer la gestión local.	2024	-	Gestión.
		20) Postular un proyecto investigativo que tengan por objetivo recopilar nuevos antecedentes del legado y vida de	2025	15	Fondo del Patrimonio cultural Serpat. (Línea: Investigación, registro y levantamiento de patrimonio cultural)



PLAN DE GESTIÓN CASA MUSEO VIOLETA PARRA

		Violeta Parra en San Carlos y sectores.			FONDART (línea de investigación).
		21) Generar material didáctico en torno a la historia de Violeta Parra.	2026	15	Fondo del Patrimonio cultural Serpat. (Línea: material didáctico sobre patrimonio cultural para la educación formal y no formal)
		22) Actividades entorno a la colección itinerante en los sectores rurales, establecimientos, entre otros.	2025	Por definir.	Fondos Municipales
		23) Generar alianzas estratégicas académicas que permitan el desarrollo de la investigación museográfica entorno a la figura de Violeta Parra en San Carlos.	2023	-	Gestión.
		24) Generar alianzas estratégicas con universidades regionales a fin de potenciar el desarrollo de investigaciones en San Carlos en torno a la figura de Violeta Parra.	2024	-	Gestión.
		25) Adquisición y exhibición de objetos originales o replicas que pertenecieron a Violeta Parra.	2023	-	Fondos Municipales.
L4: Oferta programática, Formación de Públicos y Generación de Audiencias.	Programa estrategia de vinculación con la comunidad.	26) Realizar capacitaciones dirigidas a las organizaciones locales.	2025	3	FONDART
		27) Postulación de proyectos culturales ligados al legado de Violeta Parra en sectores.	2024	Por definir.	FNDR.
		28) Desarrollo de proyectos culturales ligados al legado de Violeta Parra en sectores.	2025	Por definir.	Gestión.
		29) Estrategia de continuidad de proyectos culturales ligados al legado de Violeta Parra en sectores.	2026	-	Gestión.



Programa para generar estrategias de mediación artística y formación de públicos.	30) Desarrollar un Plan de Vinculación para relacionarse con establecimientos educacionales locales y de la región para el desarrollo de instancias culturales y artísticas.	2023	-	Gestión.
	31) Realizar una oferta de talleres "oficios de Violeta" de artesanía, música, telar y tejido (dirigido a diferentes rangos etarios y públicos).	2024	10	FNDR.
	32) Fomentar la cultura del reciclaje, mediante talleres de sustentabilidad.	2024	3	FNDR. FONDART. Municipales.
	33) Oferta de actividades artístico culturales con enfoque inclusivo (que integre a primeras infancias, personas en situación de discapacidad y adultos/as mayores)	2023-2026	3	FNDR. FONDART. Municipales.
	34) Desarrollar un concierto en homenaje a Violeta Parra dirigido a las familias locales y visitantes.	2023-2026	7	FNDR. FONDART. Municipales.
	35) Generar ferias artísticas y gastronómicas con música en vivo de forma esporádica.	2023-2024-2025-2026	Por definir.	FONDART Fondos municipales

8. FORMACIÓN DE PÚBLICOS Y GENERACIÓN DE AUDIENCIAS

8.1 Los Públicos

En cuanto a la segmentación de los públicos y sus características se propone una segmentación a través de las variables estadio vital (infancia, adolescencia, vida adulta y vejez), estilo de vida (solteros/as, en pareja o núcleo familiar sin dependencia y núcleo familiar con dependencia) y actitud ante la actividad cultural (proactiva, reactiva e inactiva).

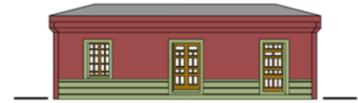
Lo anterior debido a la Casa Museo Violeta Parra busca ser un espacio ciudadano abierto a la comunidad, que considera a primeras infancias, adolescentes, adultos/as, adultos mayores, con distintos estilos de vida.



Cabe señalar que, no existe un formula establecida para la construcción de un mapa de públicos, no obstante, es recomendable considerar un modelo que distinga de forma radical el desarrollo de públicos infantiles y juveniles del desarrollo de públicos adultos, lo que es fundamental para una planificación comunal que busca responder a una demanda comunitaria que involucra a todos los rangos etarios.



Públicos	Tipo de público	Beneficios	Barreras	Estrategia
Casa Museo Violeta Parra				
Primeras infancias y adolescentes	Públicos primerizos. Públicos con demanda latente		Barrera de orden simbólico: ligada a las limitaciones que pueden existir a la hora de interpretar y disfrutar una creación artística (lo cual se puede trabajar con mediación)	Diversificación (o Creación de públicos) • Inclusión cultural • Integración social / animación socio cultural • Mediación • Pedagogía
Adultos/as y adultos/as mayores	Públicos activos o actuales. Públicos potenciales. Públicos inactivo o No Público. Públicos con demanda latente.	Beneficios de relación social. Beneficios emocionales. Beneficios de naturaleza cultural (conocimientos)	Barreras de orden práctico: ligada a la falta de tiempo, lejanía física, transporte y presupuesto. Barrera tecnológica: ligada al acceso a las RRSS y a la difusión.	Diversificación (o Creación de públicos) • Inclusión cultural • Integración social / animación socio cultural • Mediación • Pedagogía



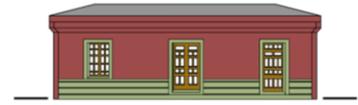
Turistas visitantes	y	Públicos ocasionales.	Barreras de orden práctico: ligada a la comunicación y difusión de la Casa-Museo.	Ampliación/atracción/captación
Artistas, gestores y agrupaciones culturales		Colaboradores.	Barreras de orden práctico: ligada a las gestiones para generar un vínculo fluido entre gestores culturales y la Casa.	Fidelización

A lo anterior se incorpora el definir políticas de vinculación social a partir de la definición de prioridades en el desarrollo de públicos. Se debe erradicar el concepto de “público general”, pues realmente no se dirige a nadie en particular. Hay que desarrollar un trabajo específico para los grupos y sectores definidos en cada proyecto. En este sentido, a la hora de desarrollar una actividad puede ser necesario ser más específicos en esta definición del público objetivo, lo cual brinda un orden y una mejor efectividad al propósito de las actividades y su consecuente formación de público. Es decir, es recomendable que todas las actividades sean mediadas hacia los distintos públicos y logren una experiencia significativa, a fin de que cualquier persona al llegar al inmueble pueda vivir un proceso de aprendizaje y de crecimiento emocional y de conocimiento.

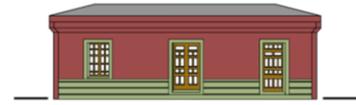
Públicos	Participantes	Vínculos
Casa Museo Violeta Parra		
Primeras infancias y adolescentes	Estudiantes de educación básica y media, profesores de establecimientos educacionales, estudiantes que participen en talleres y/o instancias culturales, etc.	Administraciones de establecimiento educacionales públicos /subvencionados, centro de profesores o agrupaciones, Universidad o institutos técnicos.
Adultos/as y adultos/as mayores	Familias, trabajadores/as, dueñas/os de casa, personas adultas/as, etc.	Juntas de vecinos, grupos de adultos/as mayores, agrupaciones comunitarias, agrupaciones claves.
Turistas y visitantes	Visitantes externos a la comuna.	Municipalidades, servicios turísticos, agencias, personas claves del ámbito turístico, agrupaciones comerciales.
Artistas, gestores y agrupaciones culturales	Agrupación con Manos de Mujer, talleristas, artesanos/as, gestores, artistas.	Agrupaciones culturales, artistas locales, artesanos/as, emplendadores/as ligadas/as al mundo del arte, etc.

8.2 Proyectos y públicos beneficiados

Proyectos	Público(s) beneficiado(s)			
	Primeras Infancia y adolescentes	Adultos/as y adultos/as mayores	Turistas y visitantes	Artistas, Gestores y Agrupaciones culturales
1) Contratación de proyectista municipal con conocimientos ligados al financiamiento de proyectos culturales y artísticos.	Fortalecimiento de la gestión en beneficio de todos los públicos.			
2) Habilitación de un horario de apertura más extendido.	Fortalecimiento de la gestión en beneficio de todos los públicos.			
3) Desarrollar una encuesta de opinión sobre intereses culturales para el desarrollo de actividades y talleres.	X	X		X
4) Contratación de diseñador gráfico.	Fortalecimiento de la gestión en beneficio de todos los públicos.			



5)	Trabajo audiovisual para la creación y funcionamiento de canal de YouTube.	X		X	X
6)	Generar una estrategia de trabajo en conjunto con turismo, cultura y el Centro Cultural de San Carlos.			X	X
7)	Creación de ruta turística cultural para poner en valor la Casa Museo.			X	
8)	Crear un Plan de Comunicación y vinculación con medios locales, como radio y canales de televisión, para difundir actividades.	Fortalecimiento de la gestión en beneficio de todos los públicos.			
9)	Postulación de proyectos con organizaciones comunitarias y culturales para luego ejecutarlo en la Casona.		X		
10)	Ejecución de proyectos con organizaciones comunitarias y culturales para luego ejecutarlo en la Casona.		X		
11)	Creación de un espacio físico para la exposición de muestras originales y/o replicas (etapa de diseño).	Fortalecimiento de la gestión en beneficio de todos los públicos.			
12)	Creación de un espacio físico para la exposición de muestras originales y/o replicas (etapa de construcción).	Fortalecimiento de la gestión en beneficio de todos los públicos.			
13)	Habilitación de cafetería y tienda de souvenir con productos artesanales con pertinencia territorial enfocado al trabajo de Violeta Parra.			X	X
14)	Mejoramiento del sistema de calderas para aumentar calefacción.	Fortalecimiento de la gestión en beneficio de todos los públicos.			
15)	Instalación de aire acondicionado.	Fortalecimiento de la gestión en beneficio de todos los públicos.			
16)	Adquirir equipo de sonido y de iluminación.	Fortalecimiento de la gestión en beneficio de todos los públicos.			
17)	Incorporar un espacio para dar homenaje a artistas locales, como una galería de la historia de los artistas populares de San Carlos.				X
18)	Creación de colección itinerante que logre llegar a sectores rurales, establecimientos, entre otros.	X	X		
19)	Vinculación con otros museos y Centros Culturales del país a fin de fortalecer la gestión local.	Fortalecimiento de la gestión en beneficio de todos los públicos.			
20)	Postular un proyecto investigativo que tengan por objetivo recopilar nuevos antecedentes del legado y vida de Violeta Parra en San Carlos y sectores.	Fortalecimiento de la gestión en beneficio de todos los públicos.			
21)	Generar material didáctico en torno a la historia de Violeta Parra.	X	X	X	
22)	Actividades entorno a la colección itinerante en los sectores rurales, establecimientos, entre otros.	X	X		
23)	Generar alianzas estratégicas académicas que permitan el desarrollo de la investigación museográfica entorno a la figura de Violeta Parra en San Carlos.	Fortalecimiento de la gestión en beneficio de todos los públicos.			
24)	Generar alianzas estratégicas con universidades regionales a fin de potenciar el desarrollo de investigaciones en San Carlos en torno a la figura de Violeta Parra.	Fortalecimiento de la gestión en beneficio de todos los públicos.			
25)	Adquisición y exhibición de objetos originales o replicas que pertenecieron a Violeta Parra.	Fortalecimiento de la gestión en beneficio de todos los públicos.			
26)	Realizar capacitaciones dirigidas a las organizaciones locales.	Fortalecimiento de la gestión en beneficio de todos los públicos.			
27)	Postulación de proyectos culturales ligados al legado de Violeta Parra en sectores.	Fortalecimiento de la gestión en beneficio de todos los públicos.			
28)	Desarrollo de proyectos culturales ligados al legado de Violeta Parra en sectores.		X		
29)	Estrategia de continuidad de proyectos culturales ligados al legado de Violeta Parra en sectores.		X		
30)	Desarrollar un Plan de Vinculación para relacionarse con establecimientos educacionales locales y de la región para el desarrollo de instancias culturales y artísticas.	X			



31)	Realizar una oferta de talleres "oficios de Violeta" de artesanía, música, telar y tejido (dirigido a diferentes rangos etarios y públicos).	X	X		
32)	Fomentar la cultura del reciclaje, mediante talleres de sustentabilidad.	X	X		
33)	Oferta de actividades artístico culturales con enfoque inclusivo (que integre a primeras infancias, personas en situación de discapacidad y adultos/as mayores)	X	X		
34)	Desarrollar un concierto en homenaje a Violeta Parra dirigido a las familias locales y visitantes.		X		X
35)	Generar ferias artísticas y gastronómicas con música en vivo de forma esporádica.	Fortalecimiento de la gestión en beneficio de todos los públicos.			

8.3 Desafíos y aspectos para considerar

En cuanto a la formación de públicos y la generación de audiencias a la hora de implementar acciones hay aspectos que se deben considerar:

- **¿Por qué la Casa Museo Violeta Parra y un municipio deben trabajar y contar con un plan de formación de públicos y audiencias?**

La posibilidad de elaborar y contar con un plan de formación de públicos y audiencias en la puesta en marcha de la Casa Museo Violeta Parra facilita la proyección de actividades y resultados esperables y permite focalizar el campo de acción. Es decir, colabora en el desarrollo de una gestión eficiente del espacio y se convierte en un componente relevante del plan de desarrollo estratégico.

- **¿Cómo aporta en la gestión de la Casa Museo un plan de formación de públicos y audiencias?**

Un plan de formación de audiencias potencia la gestión de la Casa Museo en tanto introduce una visión centrada en los destinatarios y hace visible la dimensión social que los espacios artísticos pueden cumplir una vez que integran políticas orientadas a la facilitación de acceso y a la participación de los públicos.

- **¿Cuánto tiempo tarda la formación de públicos? ¿Cuáles son los tiempos mínimos? ¿Cómo se dimensiona el proceso que implica?**

Un plan de formación de públicos y audiencias debe contemplar un trabajo sostenido en el tiempo a fin de lograr resultados e ir ajustando aquellos componentes conforme se integren evaluaciones.

En general, se considera satisfactorio elaborar un plan a 4 años plazo. Este período es indicado por distintos autores y suele emplearse en los planes de desarrollo estratégico de una institución. Se lo considera como el período mínimo para que un proceso madure y evidencie resultados. En la planificación de la estrategia deben establecerse las herramientas y los períodos de evaluación a fin de hacer seguimiento al proceso. No obstante, se sugiere establecer una línea de base en la puesta



en marcha y realizar una evaluación de impacto al cuarto año considerando las variables definidas en los indicadores.

- **¿Cómo se mide el impacto de un plan de formación de públicos? ¿Cómo medir y evaluar la tarea?**

El impacto de un plan de formación de públicos podrá medirse en función de los indicadores que se establezcan en la planificación del mismo. Un indicador relaciona dos variables que puedan compararse en el tiempo y deben apoyarse en medios de verificación descritos con claridad. Aunque en el ámbito de la política pública es usual que los indicadores se apoyen en medios de verificación cuantitativos (encuestas, índices, reportes numéricos), el campo cultural tiene una dimensión simbólica e implicancias colaterales que hacen aconsejable introducir una evaluación con herramientas cualitativas, para lo que es fundamental realizar un seguimiento de los beneficiarios de la estrategia. Existe una dimensión social del impacto de un plan de formación. En este sentido, se han planteado hipótesis que vinculan el consumo cultural con la formación de ciudadanía a partir de los mayores niveles de tolerancia y sociabilidad que se observa entre quienes declaran participar activamente en la oferta artística.

- **¿Quiénes pueden o deben participar en la elaboración de un plan de formación de públicos?**

En función de la escala y la organización interna de un espacio cultural, se sugiere que la elaboración del plan de formación de públicos involucre a los encargados de tomar decisiones de programación y desarrollo de la entidad.

- **¿A quién va dirigido el plan de formación de públicos (a un mediador, mediadores, a un funcionario municipal u otro)?**

Como antes se ha indicado, los destinatarios de un plan de formación de públicos se determinan a partir del diagnóstico elaborado en la primera fase y la delimitación del territorio en que se proyecta intervenir. No obstante, la ejecución del plan quedará en manos del encargado de esta función de la Casa Museo y del equipo. Estos últimos suelen denominarse mediadores.

- **¿Dónde se aplica el trabajo asociado al plan de formación de públicos de la Casa Museo Violeta Parra?**

El plan de formación de públicos puede desarrollarse en la infraestructura de la Casa Museo o en el entorno de este. Es usual que algunas actividades consideren la intervención del barrio en que se inserta la entidad. Esto vincula e integra a la entidad con el entorno. El mismo enfoque es aplicable cuando el trabajo de formación se impulsa desde el departamento municipal de cultura; en este caso, existe la posibilidad de trabajar en red con más de una entidad que es parte de un territorio.



- **¿Para quiénes es la formación de públicos? ¿Para quién se piensa y hace el trabajo y Plan de Formación de públicos de la Casa Museo?**

Aunque los destinatarios finales del plan de formación de audiencias se identificaron con anterioridad, es indudable que la Casa también debe considerar a aquellos grupos de la población en condición de vulnerabilidad social, con baja participación cultural o con dificultades de acceso a la oferta artística.

- **¿Cuáles expresiones y actividades artísticas de la Casa Museo deben o pueden estar contempladas en el plan de formación de públicos?**

En general, en el presente plan de gestión se propusieron ciertas actividades que apoyaran el plan de formación de públicos, no obstante, es importante responder esta inquietud debido a que otras actividades se pueden sumar a esta planificación debido a su carácter de flexibilidad.

Todas las disciplinas artísticas pueden ser objeto de un plan de formación de públicos. El factor determinante radica en la planificación y el diseño de este. Las actividades que integran un plan de formación de audiencias habrán de ajustarse al perfil de los destinatarios. Algunas ideas que se plantean en esta materia son:

- Talleres de creación.
- Foros de conversación.
- Laboratorios que vinculan el contexto y la biografía de los participantes con la disciplina artística.
- Conferencias de introducción a una disciplina o de apreciación artística.
- Aprestos para un concierto o una presentación artística.
- Talleres de acompañamiento del proceso creativo de una obra con ensayos abiertos.
- Encuentros con creadores.
- Talleres de escritura de análisis crítico.
- Talleres de lectura.

En la mayoría de estos casos, las actividades generan comunidades de espectadores como parte de la implementación del plan de formación de públicos.

9. PLAN DE COMUNICACIONES

El Plan de Comunicaciones pretende difundir de manera efectiva todas las obras y actividades que se realicen en sus dependencias de manera digital y presencial. El alcance dependerá del tipo de contenido, la situación y contexto país que se esté viviendo y también de las posibilidades de acceso que tenga el público para llegar a la Casa Museo, o bien de la posibilidad de conectarse ya sea desde un televisor, computador o celular.



Acciones Comunicacionales

Para lo anterior se organizarán campañas de publicidad, las cuales contarán con una expectativa, lanzamiento, mantención y cierre, abordadas por temporadas o semestres una vez iniciado el trabajo en 2023. Para el primer semestre se trabajará en torno al concepto “Reactivando al mundo cultural”, el cual busca cumplir dos objetivos: dar a conocer la constante preocupación del Centro Cultural para mantenerse activo pese a las condiciones contextuales que vive Chile en estos momentos. Y segundo, concientizar en el público y audiencias respecto a lo fundamental y sanador que es el componente cultural en la cotidianidad.

❖ Redes sociales:

Si bien la Casa Museo Violeta Parra cuenta con redes sociales y con un activo trabajo gráfico y creativo de infografías que son difundidos mediante Facebook e Instagram, no obstante, es importante considerar que esta línea debe continuar y seguir profesionalizándose y potenciando. En esta línea, se propone que a largo plazo se cuente con una página web de uso exclusivo para la difusión de la Casa-Museo o, como otra alternativa, se cuente con una plataforma comunal que reúna la actividad cultural de San Carlos.

Se propone que las redes sociales actuales integren la difusión de material audiovisual, presentaciones en vivo, video “tour virtual del inmueble”, información respecto a actividades, entre otros contenidos.

❖ Gestión de prensa

Todas las obras y actividades deben contar con piezas gráficas e invitaciones que se pueden enviar vía mail a la base de datos “amigos/as de la Casa Museo Violeta Parra” contactos con los que contará la administración del inmueble. Esta gestión de prensa igual aborda radios locales, diarios, agrupaciones locales, por mencionar algunos.

❖ Material audiovisual

Es importante considerar que la Casa Museo debe realizar un gran trabajo de material audiovisual, el cual fortalezca su imagen corporativa la cual apele a capturar la atención de los posibles públicos y mejor su posición como un espacio atractivo para visitar tanto cultural como turísticamente.

❖ Ruta de señaléticas

Se recomienda que la Casa Museo cuente con señaléticas que permita que tanto turistas como habitantes no solo conozcan la existencia de la Casa Museo, sino que también puedan llegar fácilmente por sus medios, tanto en bicicleta, caminando como en vehículo.

❖ Otras acciones comunicacionales



A su vez, se puede gestionar instancias en donde se regalen entradas para actividades, esto dependiendo del público objetivo de la actividad. Por ejemplo, si se realiza una actividad dirigida a jóvenes se pueden regalar entradas en algunos de los establecimientos educacionales de la comuna. Para esto es fundamental corroborar y hacer un seguimiento a esta iniciativa y a la asistencia de quienes reciben estas entradas para evaluar la continuidad de esta medida a las siguientes actividades.

10. INDICADORES DE SEGUIMIENTO EVALUACIÓN

Un plan de control y seguimiento es aquel que permite medir el impacto y los resultados de los programas y proyectos propuestos en el Plan de Gestión, mediante una serie de metodologías que permitirán recopilar y analizar información relevante.

10.1 Sistema de seguimiento

Un sistema de seguimiento se puede entender como una estrategia que permite recopilar información durante el proceso de ejecución de las actividades propuestas en el PG, con el propósito de evaluar resultados parciales y mejorar la toma de decisiones y la implementación de estas.

10.2 Indicadores de seguimiento y evaluación

Los indicadores de seguimiento y evaluación permiten, por su parte, identificar el grado de avance y su respectiva evaluación de cada uno de los proyectos propuestos en la Cartera de proyectos del PG. Para esto, resulta relevante presentar los principales indicadores de seguimiento y evaluación, así como los objetivos de las propuestas durante este periodo.

En esta línea, se propone la aplicación de la siguiente matriz de evaluación:

Proyecto:		
Cronograma (año propuesto)	Presupuesto	Logro de objetivo: Si/No.
Previsto:	Previsto:	
Real:	Real:	
Porcentaje de personas que participan de las actividades: $(N^{\circ} \text{ Participantes} / N^{\circ} \text{ convocados}) * 100$		
*solo si aplica al proyecto.		
Grado de satisfacción respecto a resultados según la organización:		
Alto/Medio/Bajo		
Comentario y aprendizaje respecto al proyecto:		



BIBLIOGRAFÍA

Jiménez, L. (2000). Teatro y públicos, el lado oscuro de la sala. Editorial Escenología, México D.F.

Coelho, T. (2009). Diccionario crítico de política cultural. Editorial Gedisa, Barcelona.

Bourdieu, P. (2012). La distinción: criterio y bases sociales del gusto. Editorial Taurus-Pensamiento, Buenos Aires.

Jiménez, L. (2011). Públicos y derechos culturales. Ponencia presentada en I Seminario Internacional de Formación de Audiencias. Centro Cultural Gabriela Mistral, GAM, Santiago.

Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio. (2021). Panorama de la participación cultural en Chile. Una mirada desde la experiencia. Santiago de Chile: Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio.

Pérez Castellanos, L. (2020). La casa del museo (Ciudad de México, 1972–1980). Una etnografía multilocal sobre la acción cultural extramuros. Doctorado en Ciencias Antropológicas, Universidad Autónoma Metropolitana-Iztapalapa, México D.F.

Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio. (2021). Plan Nacional de Desarrollo y Formación de Públicos 2021-2024. Santiago de Chile: Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio.