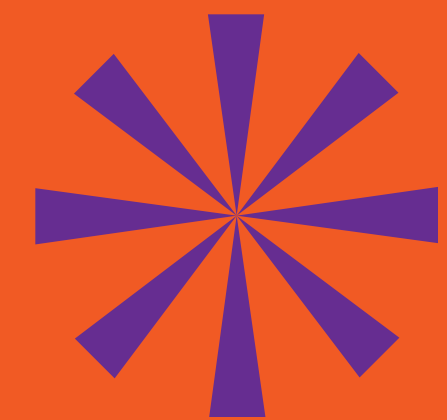




Estudios de Públicos Audiovisuales

Centro Cultural Organizarte

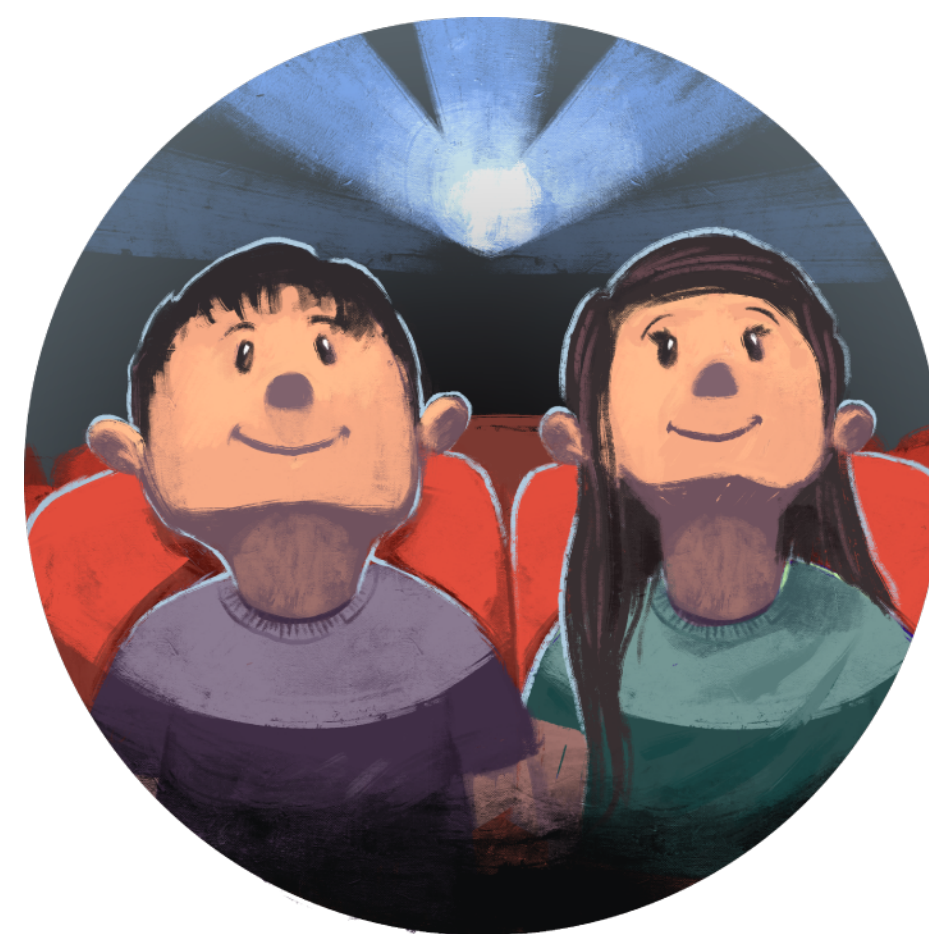
Acercando el Cine: El programa



Es un ciclo de cine nacional y latinoamericano que busca la formación de nuevos públicos para el cine en 6 ciudades de la zona norte; Arica, Iquique, Antofagasta, La Serena, Ovalle y Vicuña. Esta iniciativa desarrolla actividades de exhibiciones comentadas de cine, los que incluyen conversatorios de cine-foro con análisis y apreciación junto a los/as directores/as de las obras, los que se llevan a cabo en diferentes espacios de instituciones culturales.

Esta instancia que busca motivar y fortalecer nuevas audiencias, con el fin de incorporar el hábito de apreciar, conocer y comprender el cine Chileno y latinoamericano.

De esta forma, "Acercando el Cine, a las audiencias regionales", facilita el acceso a una cartelera a públicos de sectores aislados de las regiones de Arica y Parinacota, Coquimbo, Tarapacá y Antofagasta, entregando una oferta audiovisual de calidad, diferente a la cartelera de las salas comerciales.



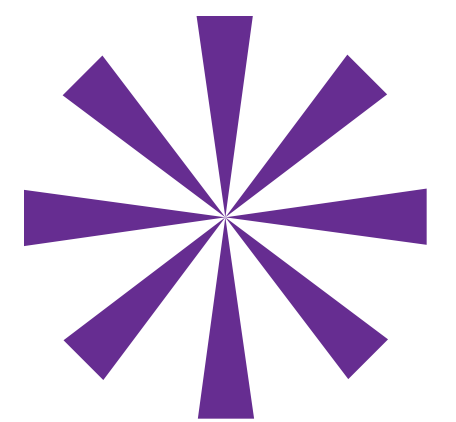
ACERCANDO
EL CINE
A LAS AUDIENCIAS REGIONALES

Formación de los públicos del mañana:

Exhibiciones para estudiante

Acercando el Cine es un programa que contempla como eje fundamental el formar audiencias en las regiones, con un gran énfasis en las nuevas generaciones. Es por ello que existen funciones especiales para público estudiantil.

Estas exhibiciones para estudiantes incluyen la apreciación y análisis de las obras presentadas y son comentadas en un cine-foro formado entre los realizadores de las obras y los mismos alumnos. Quienes establecerán un diálogo basado en el proceso creativo de la obra audiovisual, desde la idea, pasando por el guión, el rodaje y montaje de la obra. Cada película considera la construcción y uso de fichas educativas, material pedagógico confeccionado para los



Análisis de públicos de la versión 2022

Número de espectadores

	Estudiantes	General	Total
Abril	20	0	23
Mayo	520	32	555
Junio	698	204	902
Julio	115	153	268
Agosto	231	132	363
Septiembre	396	153	549
Total	1983	674	2660

Durante el año 2022 el programa, Acercando el cine, se ejecutó entre los meses de Abril y Septiembre en 6 comunas de la macrozona norte del país. En cada espacio se programó dos exhibiciones de estudiantes y una exhibición abierta a todo público al mes.

En total se realizaron 80 exhibiciones, acumulando un total de 2660 espectadores, donde 1983 de estos corresponden a espectadores estudiantes, y los 674 espectadores restantes corresponden a exhibiciones abiertas a todo público.

Dentro de las 80 exhibiciones que se realizaron, los títulos qué más se exhibieron y mayor cantidad de audiencias tuvieron fueron “Mis hermanos sueñan despiertos” (18) y “Nahuel y el libro mágico” (14).

Tabla n°2: Número de exhibiciones al mes

	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Total Película
Mis hermanos sueñan despiertos	1	13	4				18
La Francisca, una juventud chilena		7	4			2	13
Nahuel y el libro mágico			12	1	1		14
Perros sin cola				7	5		12
Lina de Lima					7	5	12
Inmersión						10	10
El pa(de)ciente				1			1
Total al mes	1	20	20	9	13	17	80

Instrumento de caracterización de las audiencias

A lo largo de la ejecución del programa, se aplicó la 1° Encuesta de caracterización sociodemográfica AEC (ANEXO 1) un instrumento de recolección de datos cuantitativos que tiene como objetivo levantar datos sobre caracterización sociodemográfica, consumos culturales e intereses de programación.

Este instrumento se aplicó en una serie de exhibiciones, tanto de estudiantes como abiertas a todo público, levantando una muestra de 164 casos (n= 164) en diversas comunas de ejecución del programa, buscando levantar un primer perfil de los espectadores encuestados.

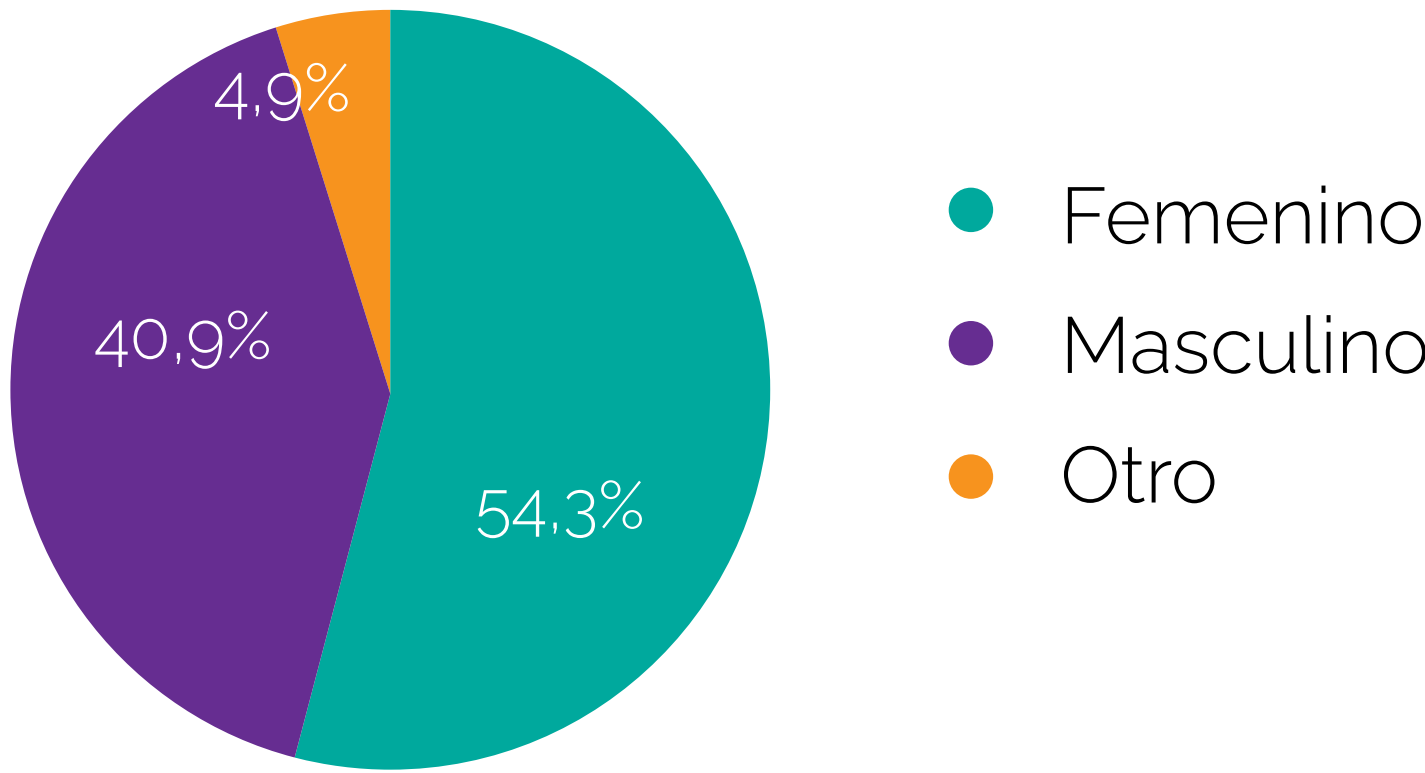
Dentro del primer conjunto de datos se encuentra la caracterización sociodemográfica que busca levantar un perfil sobre edad, género, comuna de residencia, ocupación y nivel educacional de los espectadores de las exhibiciones.

Sobre el género, un 54,3% corresponde a personas autoidentificadas dentro del género femenino, seguidos por un 40,9% correspondiente al género masculino. Cabe destacar también que un 4,9% de la audiencia se identifica dentro de otra categoría de género.

Tabla n°1: Género de los espectadores.

	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	89	54,3
Masculino	67	40,9
Otro	8	4,9
Total	164	100

Gráfico n°1: Pregunta n°1: "¿Cuál es su género?"



Edad	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
14-20	95	57,9	57,9
21-25	8	4,8	62,7
26-30	18	10,9	73,6
31-35	16	9,7	83,3
36-40	5	3,0	86,3
41-45	5	3,0	89,3
46-50	2	1,2	90,5
51-55	5	3,0	93,5
56-60	3	1,8	95,3
61-65	0	0	95,3
66-70	3	1,8	97,1
71-75	3	1,8	98,9
76-80	0	0	98,9
81-85	1	0,6	100
Total	164	100	100

Sobre la edad de los espectadores, existe un primer grupo que van desde los 14 años hasta los 18 años que concentra un porcentaje acumulado del 53,7% de la muestra (Gráfico n°2), que corresponde a una representación de las audiencias estudiantiles. Fuera de los estudiantes, la muestra de edades se distribuye con regularidad llegando hasta los 84 años, donde existe una pequeña concentración de espectadores (cerca del 20% de la muestra) entre los 25 y 35 años.

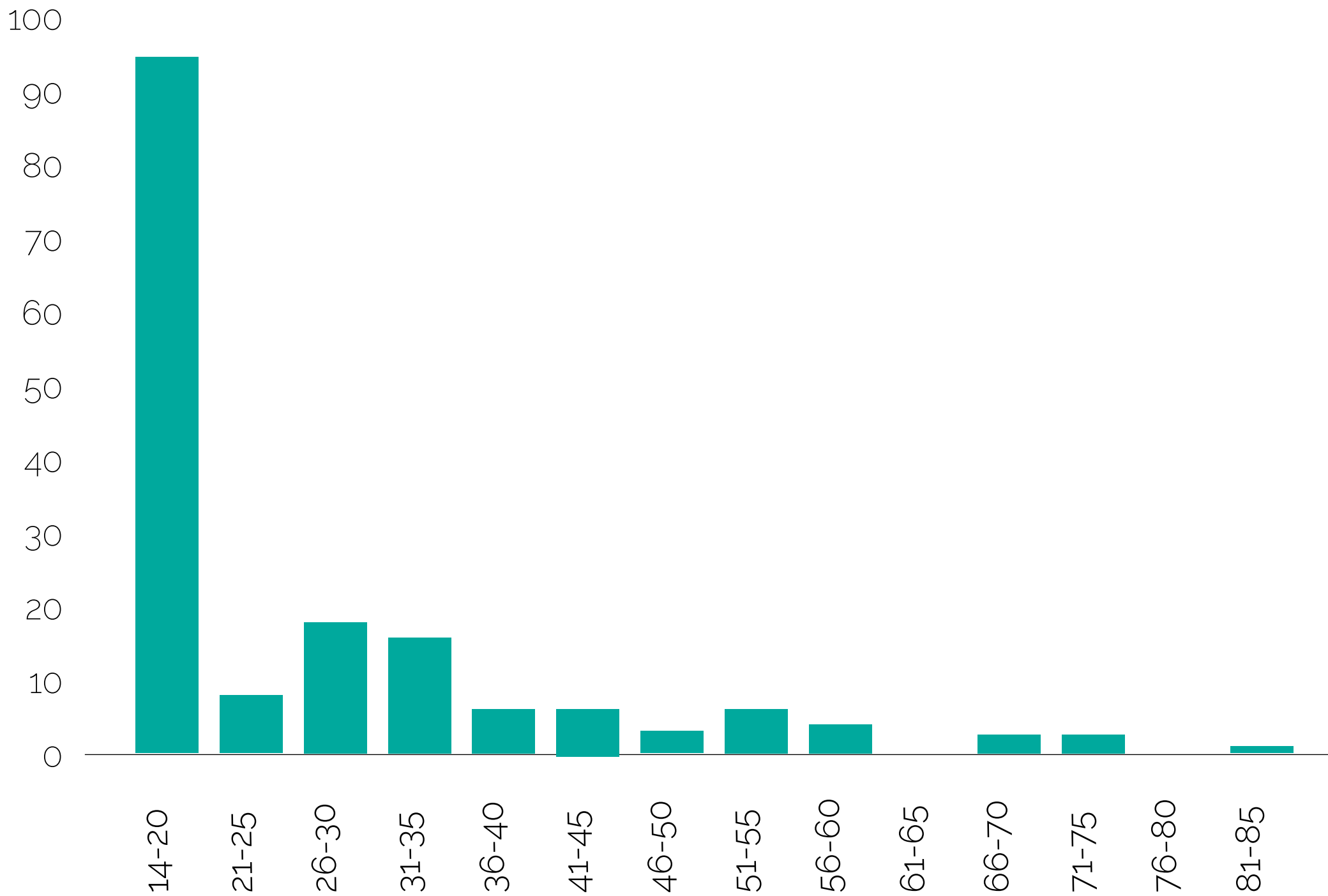
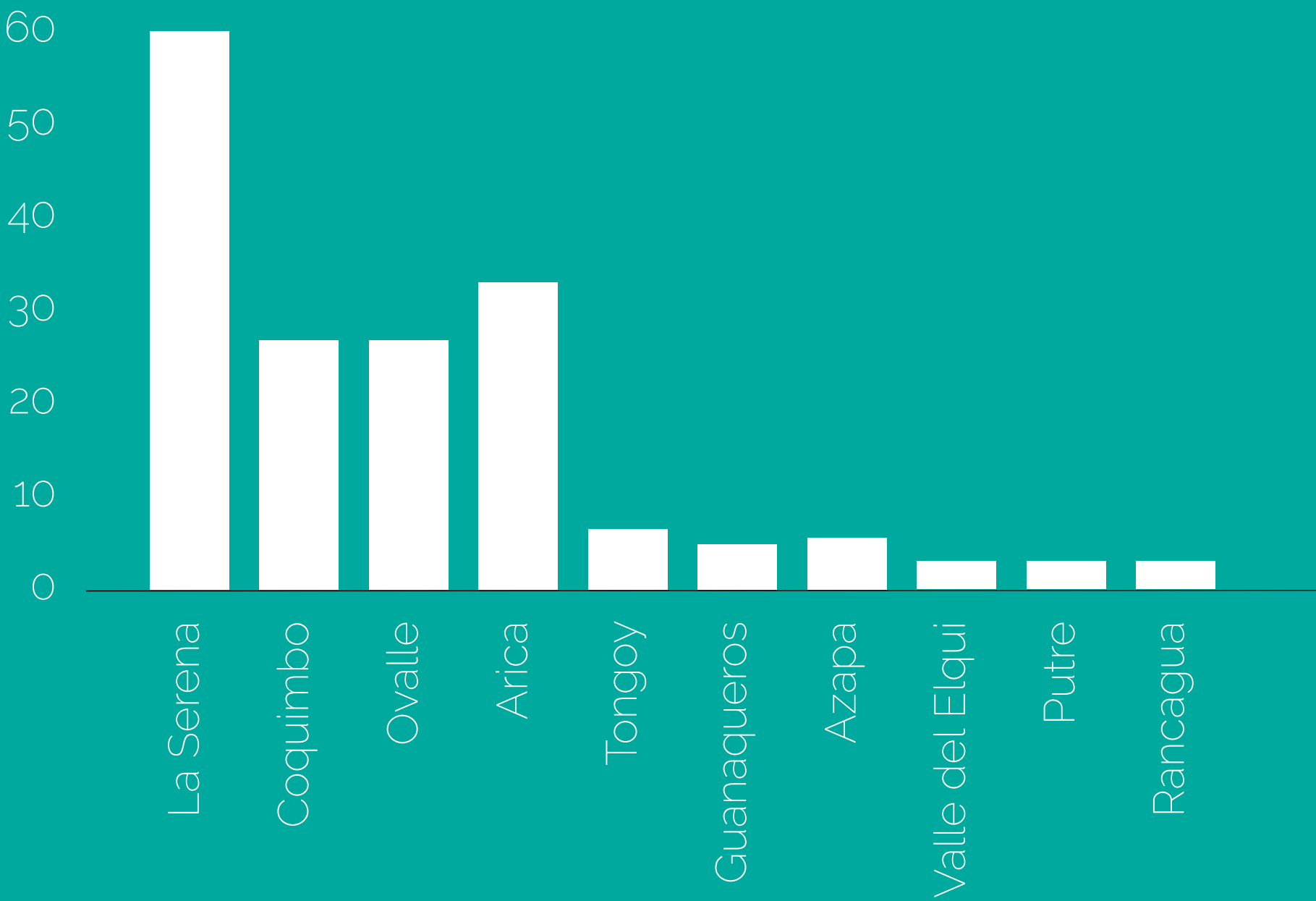


Tabla n°3: Comuna de residencia de los espectadores

Comuna de Residencia	General	Total
La Serena	59	36,0
Coquimbo	27	16,5
Ovalle	28	17,1
Arica	32	19,5
Tongoy	6	3,7
Guanaqueros	4	2,4
Azapa	5	3,0
Valle del Elqui	1	0,6
Putre	1	0,6
Rancagua	1	0,6
Total	164	100

Sobre las comunas de residencia de los espectadores, la muestra recolectó datos en La Serena, Coquimbo, Arica y alrededores de estos lugares (Tabla n°3). Quedaron fuera de la muestra las comunas de Iquique, Antofagasta y Vicuña, sitios donde no se levantaron datos. La mayor concentración de datos levantados corresponde a la Región de Coquimbo (cerca de un 75%).

Gráfico n°3: Pregunta n°3 “¿Cuál es su comuna de residencia actual?”



Sobre el nivel educacional de los espectadores, destaca un 37% aproximado correspondiente a audiencias con educación superior (sumatoria Educación técnico-profesional, Licenciado/ profesional universitario, Magister/Master) (Tabla n°4), audiencias correspondientes a exhibiciones abiertas a todo público, lo que habla de un cierto capital cultural de las audiencias que se concentra, principalmente, en las exhibiciones abiertas. Esta información resulta relevante al momento de programar una cartelera que interese a estas audiencias también.

Tabla n°4: Nivel educacional de los espectadores

	Frecuencia	Porcentaje
No ha completado la educación básica	1	0,6
Educación básica	45	27,4
Educación media	55	33,5
Educación técnico-profesional	18	11,0
Licenciado/ profesional universitario	38	23,2
Magister/ Master	5	3,0
Otro	2	1,2
Total	164	100

Gráfico n°4: Pregunta n°4: “Del siguiente listado, ¿cuál es el nivel educacional más alto que ha completado?”

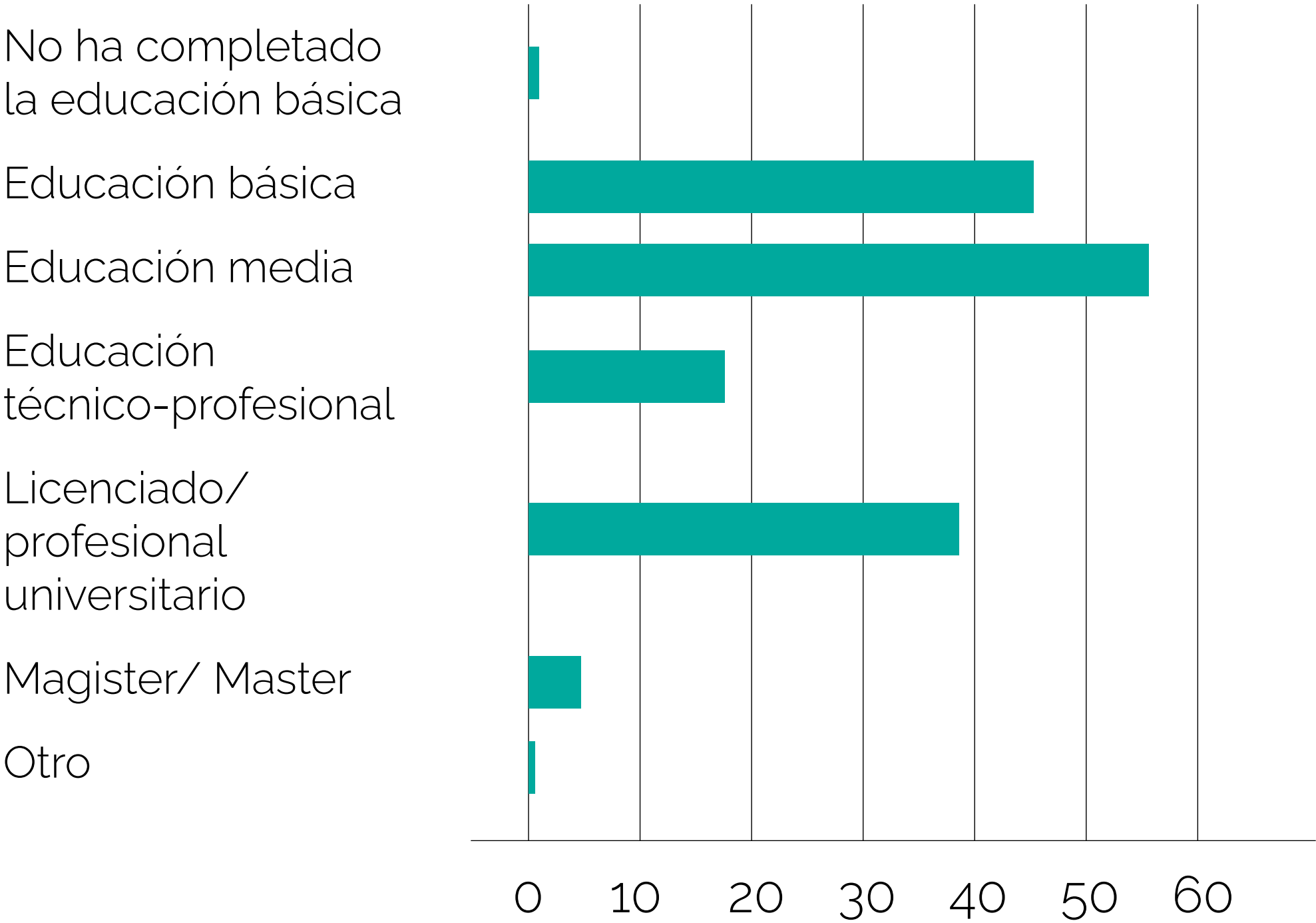
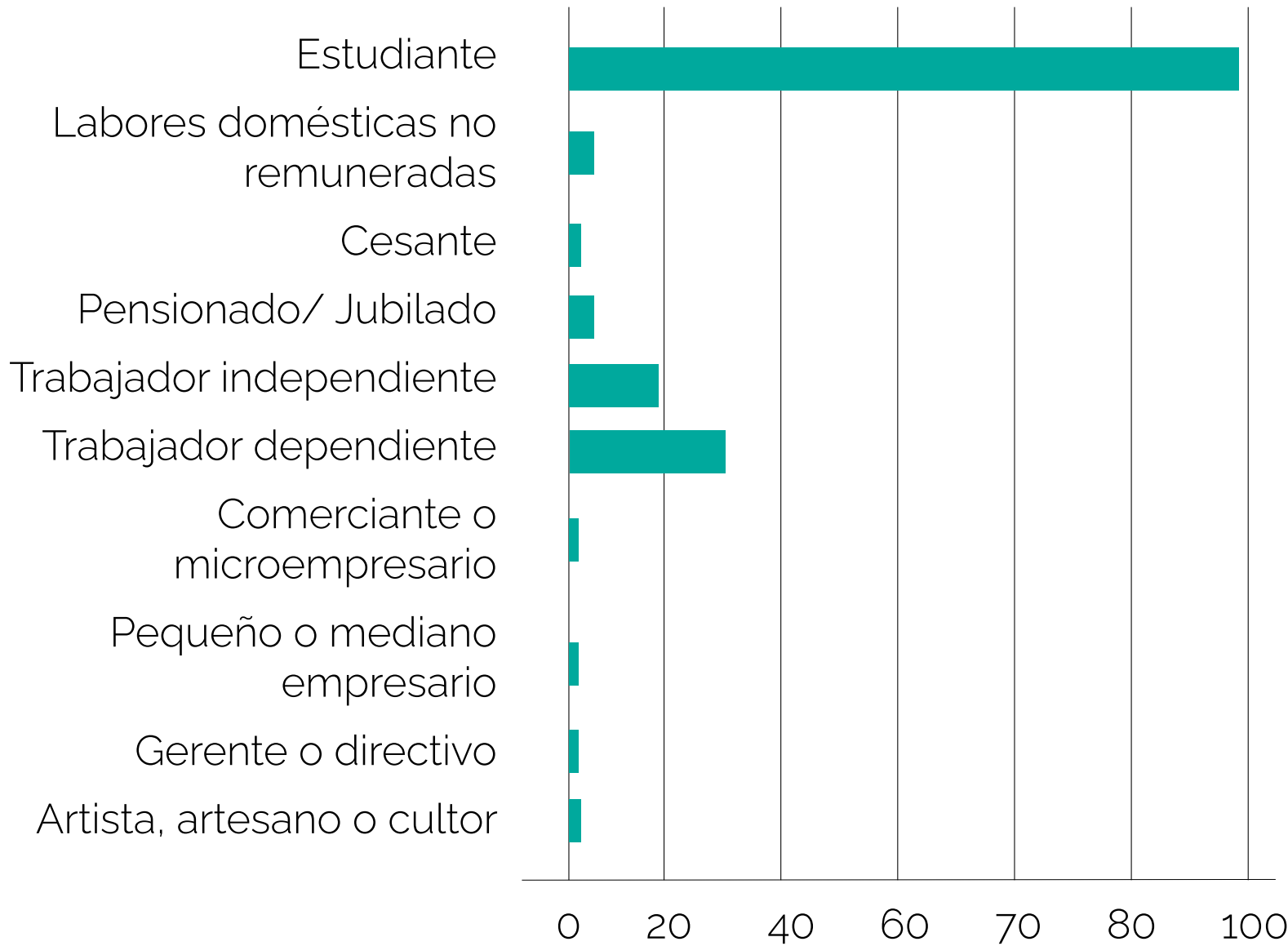


Tabla n°5: Ocupación de los espectadores

Ocupación	Frecuencia	Porcentaje
Estudiante	99	60,4
Labores domésticas no remuneradas	4	2,4
Cesante	2	1,2
Pensionado/ Jubilado	5	3,0
Trabajador independiente	18	11,0
Trabajador dependiente	29	17,7
Comerciante o microempresario	1	0,6
Pequeño o mediano empresario	1	0,6
Gerente o directivo	1	0,6
Artista, artesano o cultor	4	2,4
Total	164	100

Respecto a la ocupación de los espectadores (Tabla n°5), el grueso de las audiencias corresponde a estudiantes de diferentes niveles educativos (60,4%), donde dentro de las exhibiciones abiertas a todo público destacan los estudiantes de educación superior. Además, un 32,9% de las audiencias encuestadas corresponde a población laboralmente activa, donde destacan los Trabajadores dependientes (17,7%), lo que habla de una posible barrera de acceso relacionada a la jornada laboral regular.

Gráfico n°5: Pregunta n°5: "¿Cuál es su principal ocupación actual?"



Una de los objetivos del programa “Acercando el Cine” es la formación de audiencias fidelizadas al consumo de bienes audiovisuales chilenos. Se ve como un valor a perseguir la configuración de audiencias críticas que demanden cine nacional y que sean capaces de elaborar un discurso ante estas mismas obras. Es por eso que en el cuestionario se pregunta a los espectadores si es primera vez que participan de las exhibiciones (Tabla n°6). Al respecto, los datos revelan que cerca de un 61,6% de los encuestados señala participar por primera vez de las exhibiciones, lo que implica la apertura hacia un público que antes no era participe del programa. Por otra parte, un 38,4% de los encuestados señala ya haber participado con anterioridad de las exhibiciones, a quienes podríamos empezar a dibujar (de modo muy grueso) como un posible público fidelizado o en vías de fidelización.

Tabla n°6: Pregunta n°6: “¿Es primera vez que participa en las exhibiciones de “Acercando el Cine”?”

	Frecuencia	Porcentaje
Si	101	61,6
No	63	38,4
Total	164	100

Consumos culturales de bienes audiovisuales nacionales



Uno de los aspectos relevantes a medir, dentro de la construcción del cuestionario, corresponde a los consumos culturales de bienes audiovisuales nacionales por parte de los espectadores. Se busca medir cuán familiarizados están con el consumo de este tipo de bienes para así empezar aproximarse hacia los grados (y disciplinas) de interés de las audiencias. Se preguntó por diferentes formatos de bienes audiovisuales: documentales, películas y series, para así contrastar los niveles de consumo (Tabla n°7)

Tabla n°7: Pregunta 7.a "¿Cuántas veces ha visto documentales chilenos?", Pregunta 7.b "¿Cuántas veces ha visto películas chilenas?", Pregunta 7.c "¿Cuántas veces ha visto series chilenas?" (En los últimos 12 meses)

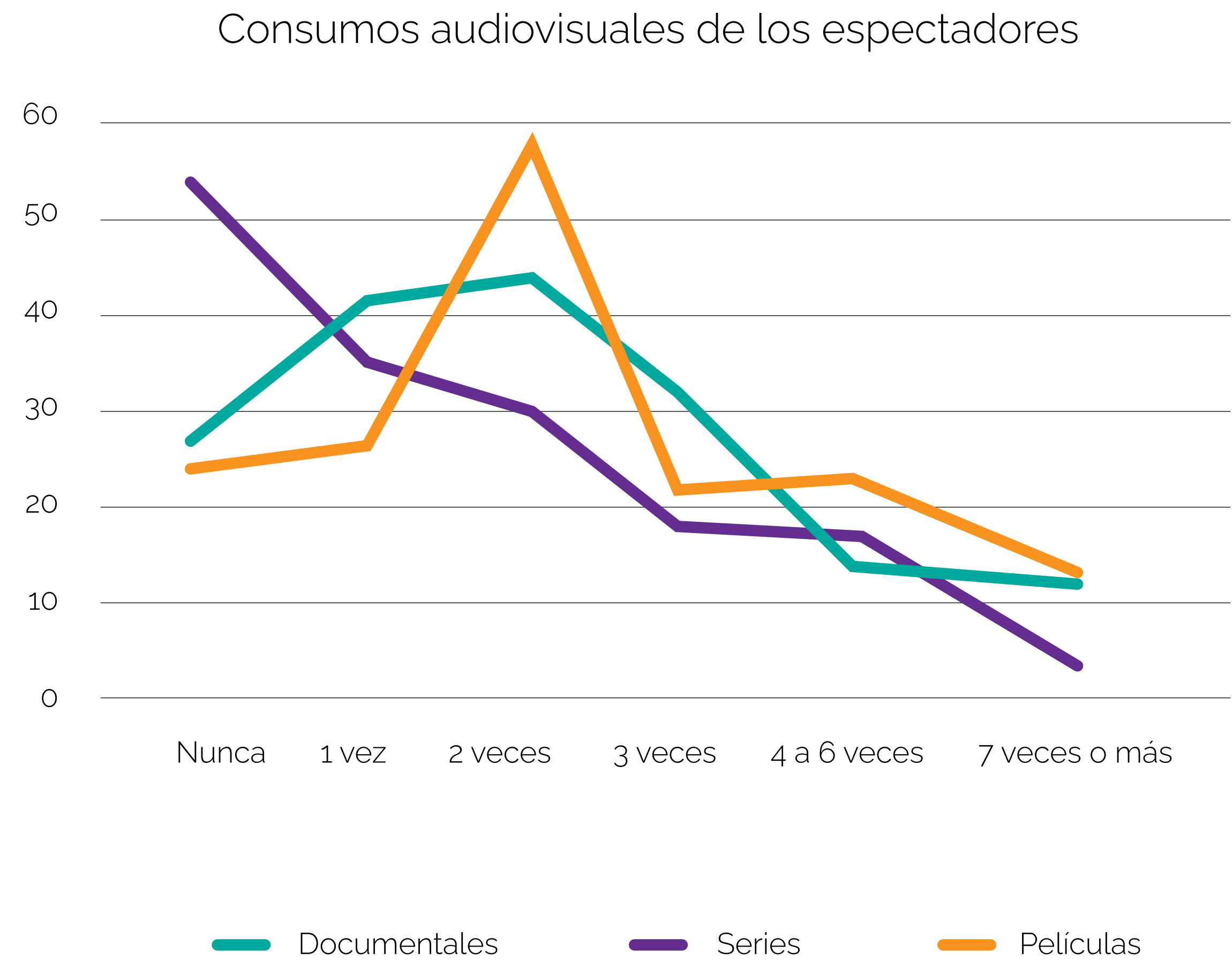
	Documentales		Películas		Series	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	28	17,1	26	15,9	54	32,9
1 vez	41	25	28	17,1	35	21,3
2 veces	44	26,8	56	34,1	30	18,3
3 veces	31	18,9	21	12,8	18	11
4 a 6 veces	15	9,1	22	13,4	16	9,8
7 veces o más	5	3	11	6,7	11	6,7
Total	164	100	164	100	164	100

Cabe destacar que los bienes audiovisuales con menor cantidad de consumo dentro de los espectadores corresponden a las series, donde casi un 32,9% de las personas encuestadas declara no haber visto nunca una serie durante los últimos 12 meses. Solo un 21,3% de los espectadores declara haber visto una serie chilena durante los últimos 12 meses, y a partir de ahí la cifra solo disminuye (2 veces=18,3%, 3 veces=11%, 4 a 6 veces=9,8%, 7 veces o más=6,7%).

Respecto a los documentales, su distribución tiene cierta tendencia normal, donde la mayor cantidad de casos se concentra en los valores intermedios, disminuyendo hacia los extremos. En aquella línea, un 70,7% de los casos corresponden a espectadores que han visto entre 1 y 3 documentales chilenos los últimos 12 meses (1 vez=25%, 2 veces=26,8%, 3 veces=18,9%).

Finalmente, dentro de los consumos audiovisuales, destacan las películas, donde un 34,1% de los espectadores señala haber visto 2 películas los últimos 12 meses. Parece relevante señalar, entonces, que dentro de los espectadores encuestados, estos consumen en mayor parte películas, seguidos por los documentales, y luego las series.

Gráfico n°6: Consumo de productos audiovisuales chilenos (documentales, películas y series) de los espectadores.



Medio Información de la actividad

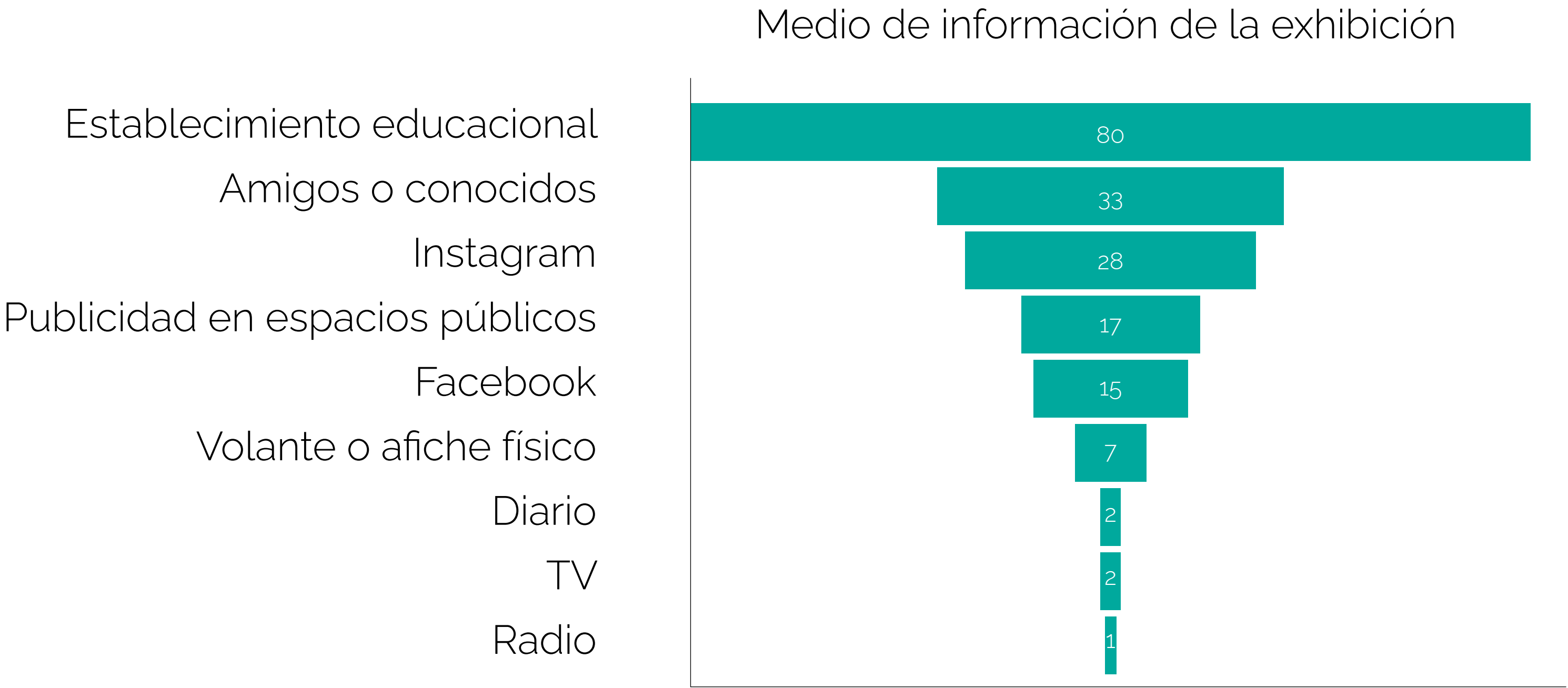
Para desarrollar una política efectiva de formación de audiencias, el despliegue de los mecanismos de difusión es vital. Por eso, para llegar a nuevas audiencias no-interesadas en los contenidos audiovisuales, o bien, para capturar a los espectadores interesados, se elaboró un apartado enfocado en identificar los medios de información de las audiencias del programa.

Tabla n°8: Pregunta n°8: "¿Cómo se informó de la actividad de "Acercando el Cine"?"

	Respuestas	% de casos
Facebook	15	8,1%
Instagram	28	15,1%
Radio	1	0,5%
Publicidad en espacios públicos	17	9,2%
Amigos o conocidos	33	17,8%
Diario	2	1,1%
Televisión	2	1,1%
Establecimiento educacional	80	43,2%7
Volante o afiche físico	7	3,8%

Destaca en primer lugar, el establecimiento educacional, explicadas principalmente por las funciones realizadas en contextos educacionales (n=80). Dejando de lado esta primera respuesta, destacan los medios de difusión digital (Instagram=28, Facebook=15), la publicidad física en espacios físicos (Publicidad en espacios públicos=17, Volante o afiche físico=7), y los medios tradicionales (Diario=2, Televisión=2, Radio=1). Cabe destacar que 33 personas se informaron de la actividad a través de Amigos o conocidos, lo que sugeriría una política de difusión de exhibiciones enfocadas en comunidades de espectadores, una actividad de consumo cultural colectiva.

Gráfico n°7: Pregunta n°8: “¿Cómo se informó de la actividad de “Acercando el Cine”?”



Valoración de la experiencia

La penúltima sección del cuestionario corresponde a una evaluación sobre la calidad de la película exhibida, el desarrollo del cine foro realizado posterior al visionado, y una valoración final sobre la experiencia global junto al programa "Acercando al cine".

En general el programa se encuentra bien evaluado por parte de los espectadores, el valor promedio de calidad de la película corresponde a 4,26 en una escala del 1 al 5, donde 1 es muy mala y 5 muy buena. Respecto al desarrollo del cine foro, se encuentra mejor evaluado, con un promedio de 4,37 en una escala del 1 al 5 bajo las mismas condiciones, lo que habla de una valoración de las estrategias de mediación y diálogo respecto a las obras artísticas. Finalmente, la experiencia del visionado junto a Acercando el Cine fue valorada, en promedio, con un 4,83 en una escala del 1 al 5 bajo las mismas condiciones.

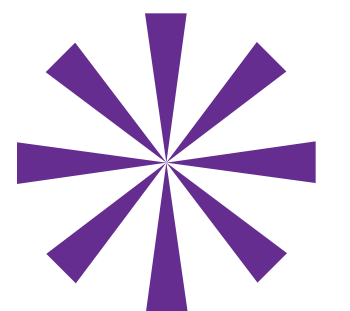
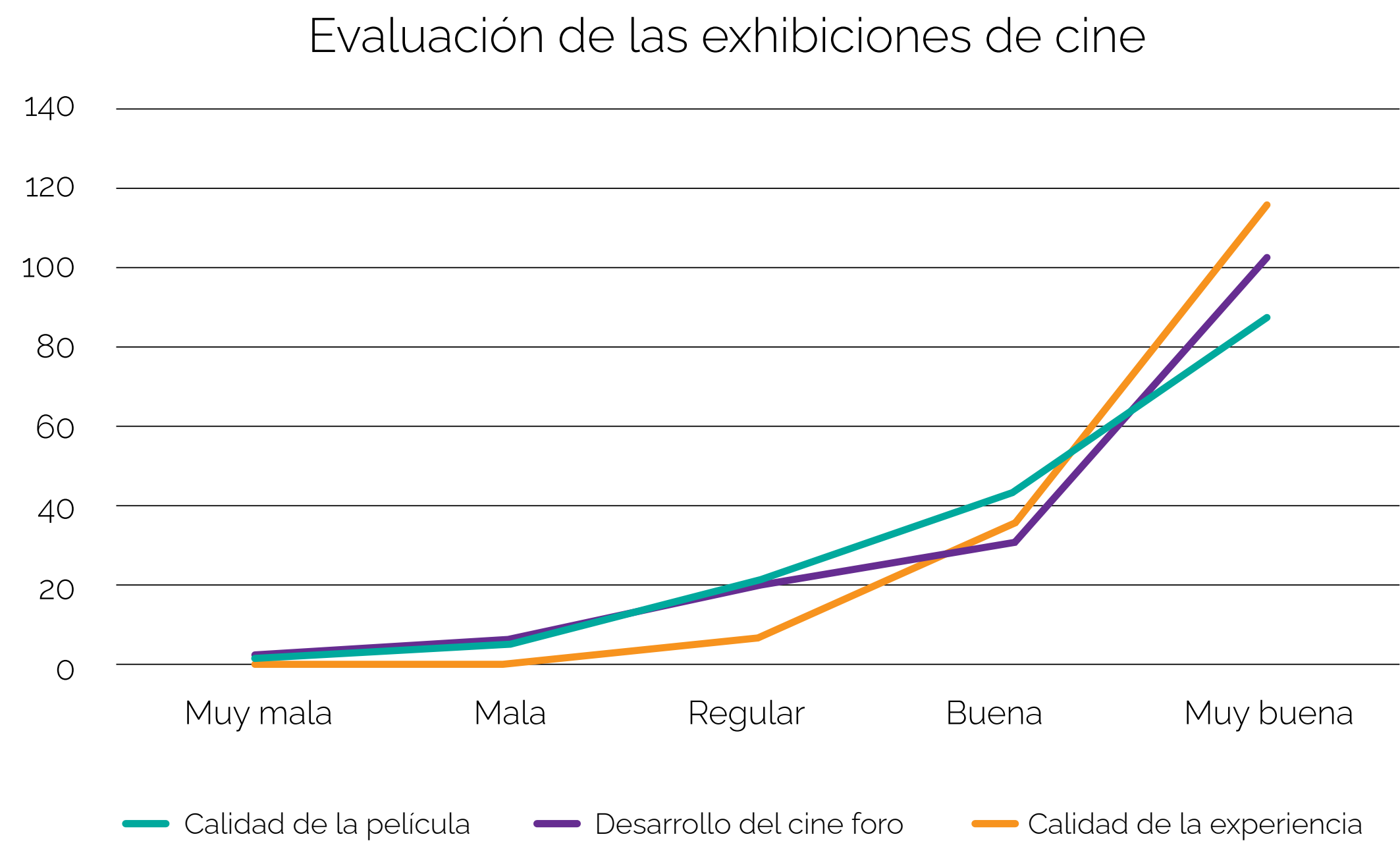


Tabla n°9: Valoración de la experiencia de Acercando el Cine

	Calidad de la película		Desarrollo del cine foro		Valoración de la experiencia	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Muy mala	3	1,8	2	1,2	2	1,2
Mala	6	3,7	7	4,3	2	1,2
Regular	23	14,0	21	12,8	8	4,9
Buena	44	26,8	31	18,9	36	22,0
Muy buena	88	53,7	103	62,8	116	70,7
Total	164	100	164	100	164	100

La experiencia fue la categoría mejor evaluada, seguida por el desarrollo del cine foro, lo que habla de una valoración de las instancias de diálogo y mediación, y al final se encuentra la calidad de la película. Podría señalarse que los espectadores valoran las exhibiciones como una experiencia completa, compleja y comunitaria por sobre del consumo individual de un consumo de una película.

Gráfico n°8: Evaluación de la experiencia de Acercando el cine



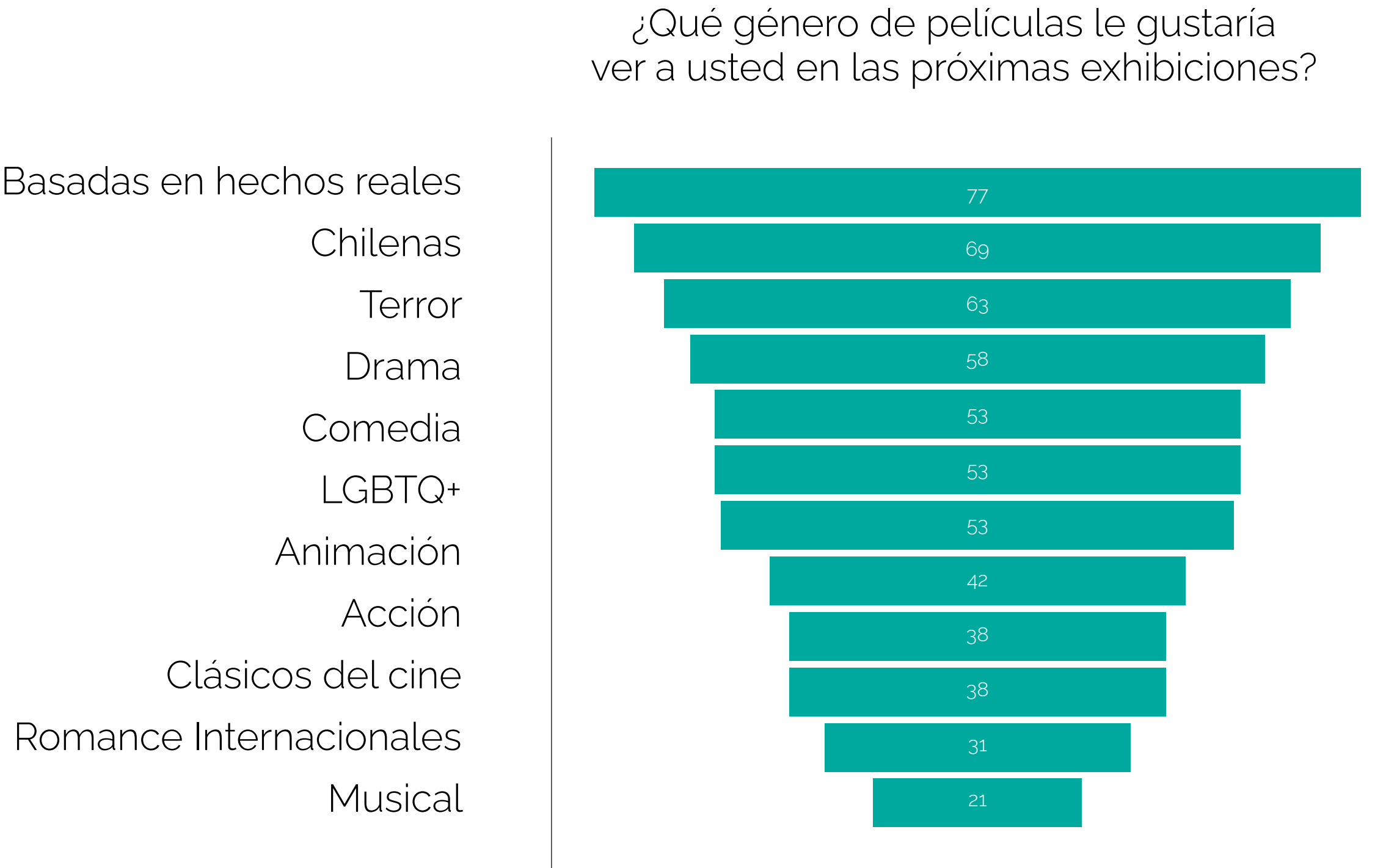
La última pregunta del cuestionario corresponde a sugerencia de género de película que le gustaría ver en futuras exhibiciones. Una de las misiones del programa es avanzar, paulatinamente, hacia una co-programación en conjunto con las audiencias.

Tabla n°12: Pregunta n°10: “¿Qué género de películas le gustaría ver a usted en las próximas exhibiciones?”

	Respuestas	%	% de casos
Acción	42	7,1%	25,8%
Romance	38	6,4%	23,3%
LGBTQ+	53	8,9%	32,5%
Basadas en hechos reales	77	12,9%	47,2%
Musical	21	3,5%	12,9%
Chilenas	69	11,6%	42,3%
Drama	58	9,7%	35,6%
Clásicos del cine	38	6,4%	23,3%
Comedia	53	8,9%	32,5%
Animación	52	8,7%	31,9%
Terror	63	10,6%	38,7%
Internacionales	31	5,2%	19,0%

El género de película con mayor cantidad de respuesta corresponde a “Basadas en hechos reales” (n=77). Dentro del cuestionario se incluyeron dos géneros de películas intencionadas, “Chilenas” (n=69) e “Internacionales” (n=31), con el fin de medir los intereses de las audiencias en ver cine nacional por sobre la oferta programática que contempla el programa (cine chileno y latinoamericano). Al comparar ambas frecuencias, destaca que las personas que señalaron su interés en ver películas chilenas dobla a la cantidad de personas interesadas en ver películas internacionales, lo que demuestra un interés claro de los espectadores en profundizar en el consumo de películas de origen nacional.

Gráfico n°9: Pregunta n°10 “¿Qué género de películas le gustaría ver a usted en las próximas exhibiciones?”



Conclusiones

El presente estudio sirve como un primer aproximamiento hacia un estudio de públicos consumidores del audiovisual en la macrozona norte de nuestro país. A partir de aquí se levanta un primer perfil sobre las audiencias, midiendo tanto las funciones de estudiantes como las abiertas a todo público. Destaca una amplitud en la edad de los espectadores, abarcando desde menores de edad hasta personas de la denominada tercera y cuarta edad. Otro aspecto a considerar en versiones futuras es que una parte importante del público de exhibiciones abiertas corresponde a trabajadores dependientes, lo que significa una barrera de acceso importante ligada a los horarios, por que se vuelve necesario generar instancias que se adapten a la realidad de este tipo de espectadores.

A modo de punto de fuga de este estudio (y para ser corregido e incorporado en versiones futuras de estos análisis) resultaría interesante medir acceso a bienes audiovisuales a través de plataformas de streaming (Netflix, Ondamedia, etc.) ya que, actualmente, este tipo de plataformas resulta la competencia directa del cine en su versión presencial. Y según lo recolectado en este estudio, existe una valoración de la experiencia del cine (presencial, colectivo, dialogado) por sobre la misma película. En esa misma dirección, se vuelve necesario incorporar una pregunta abierta donde los espectadores puedan plasmar sus intereses respecto a sugerencias para mejorar las instancias junto al programa.

ANEXOS

ANEXO N°1: 1° FICHA TÉCNICA 1° ENCUESTA ACERCANDO EL CINE

FICHA TÉCNICA

Responsable del diseño del instrumento: Matías Parra

Descripción del instrumento

El presente cuestionario está diseñado para el estudio de públicos dentro de los programas Acercando el Cine versión 2022. Busca construir un perfil de las características e intereses de los sujetos que asistan a la versión presencial de estos programas. Uno de los objetivos del cuestionario es la medición de dos variables claves dentro de los consumos culturales: capital cultural e interés en las artes. Para ello se construirán dos indicadores a partir de una serie de preguntas focalizadas (segunda y tercera parte del cuestionario). El objetivo a corto plazo es realizar un estudio transversal de los públicos, una “fotografía” de sus características, para poder enfocar mejor el trabajo de fidelización y ampliación de públicos. Como horizonte se espera que este estudio sirva de insumo para el área de programación dentro de la organización. Al momento de realizar análisis de los datos recolectados se realizará una representación gráfica, en un plano cartesiano, de los públicos según sus valores en los indicadores de capital cultural e interés en las artes.

Objetivos

1. Caracterizar sociodemográficamente a los espectadores del programa.
2. Medir las diferentes dimensiones del capital cultural (institucional, objetivado, hábitos) de los espectadores del programa.
3. Medir los distintos tipos de interés (relacionados a los consumos culturales) en los espectadores del programa.

Forma de aplicación: Cuestionario autoaplicado por los espectadores del programa.

Duración de la encuesta: 2 minutos aproximadamente.

Número de preguntas: 9 preguntas divididas en tres secciones.

Tamaño de la muestra necesario: 120 casos. Formato presencial.

ANEXO N°2: CUESTIONARIO 1° ENCUESTA ACERCANDO EL CINE

Cuestionario

1. ¿Cuál es su género? (Marque una sola alternativa)

☐	Masculino	☐	Femenino	☐	Otro
--------------------------	-----------	--------------------------	----------	--------------------------	------

2. ¿Cuál es su edad actual? (Marque su edad en años cumplidos)

----------------------	----------------------

3. ¿Cuál es su comuna de residencia actual? (Seleccione una alternativa)

4. Del siguiente listado, ¿cuál es el nivel educacional más alto que ha completado? (Marque una sola alternativa)

☐	No ha completado la educación básica
☐	Educación básica (primaria)
☐	Educación media (secundaria)
☐	Educación superior técnico-profesional
☐	Licenciado/ profesional universitario
☐	Magíster/ <u>Master</u>
☐	Doctor/ PhD
☐	Otro (¿Cuál?) <u> </u>



5. ¿Cuál es su principal ocupación actual? (Marque una sola alternativa)

☐	Estudiante
☐	Labores domésticas no remuneradas
☐	Cesante
☐	Pensionado/ jubilado
☐	Trabajador independiente
☐	Trabajador dependiente
☐	Comerciante o microempresario
☐	Pequeño o mediano empresario
☐	Gerente o directivo
☐	Artista, artesano o cultor
☐	Otro (¿Cuál?) <u> </u>

6. ¿Es primera vez que participa en las exhibiciones de “Acercando el Cine”?
(Marque una sola alternativa)

☐	Sí	☐	No
--------------------------	----	--------------------------	----

7. Durante marzo del 2021 y marzo del 2022 ¿cuántas veces usted ha realizado las siguientes actividades?
(Marque con una X en cada fila la alternativa que corresponda)

	1 vez	2 veces	3 veces	4 a 6 veces	7 veces o más	Nunca
Ver documentales chilenos						
Ver películas chilenas						
Ver series chilenas						

8. ¿Cómo se informó de la actividad de “Acercando el Cine”?
(Selección Múltiple)

☐	Facebook	☐	Diario
☐	Instagram	☐	Televisión
☐	Radio	☐	Establecimiento educacional
☐	Publicidad en espacios públicos	☐	Volante o afiche físico
☐	Amigos o conocidos	☐	Otro: _____

9. Califique las siguientes afirmaciones con la alternativa que más le identifique
(Marque con una X en cada fila la alternativa que corresponda)

	1 (Muy mala)	2	3	4	5 (Muy buena)	NS/NR
¿Cómo evalúas la calidad de la película exhibida?						
¿Cómo evalúas el desarrollo del cine foro?						

¿Cómo evaluarías la experiencia con Acercando el cine?						
--	--	--	--	--	--	--

10. ¿Qué género de películas le gustaría ver a usted en las próximas exhibiciones?
(Selección múltiple)

☐	Acción	☐	Drama
☐	Romance	☐	Clásicos del cine
☐	LGBTQ+	☐	Comedia
☐	Basadas en hechos reales	☐	Animación
☐	Musical	☐	Terror
☐	Chilenas	☐	Internacionales

Otro (¿Cuál?) _____

Miradas regionales: el programa



**MIRADAS
REGIONALES**
RED AUDIOVISUAL DEL NORTE

Miradas Regionales es una red de 17 organizaciones culturales, que exhibe y promueve cine documental de temática patrimonial o identitaria, pensada desde regiones para regiones. Esta red se articula en 13 comunas del norte de Chile (Arica, Iquique, Alto Hospicio, Calama, Antofagasta, Copiapó, Caldera, La Serena, Coquimbo, Vicuña, Ovalle, Monte patria y Salamanca), presentando durante 8 meses un ciclo de exhibiciones audiovisuales para estudiantes y público abierto, acompañadas de cine foros con los autores de estas obras, quienes itineran en estas ciudades y localidades.

Busca la formación de audiencias y democratizar el acceso a obras audiovisuales documentales que no tienen espacio de exhibición regular en estos territorios. Todo esto, con el fin de mejorar y ampliar la experiencia de las personas en relación con las artes cinematográficas. También busca favorecer la asociatividad y sostenibilidad de redes que impulsen el desarrollo de la circulación artística y cultural, y mejorar las capacidades de gestión de los equipos de trabajo de los agentes intermediadores.

Formación de los públicos del mañana:

Exhibiciones para estudiante



Miradas Regionales es un programa que contempla como eje fundamental el formar audiencias en las regiones, con un gran énfasis en las nuevas generaciones. Es por ello que existen funciones especiales para público estudiantil que contemplan una aproximación pedagógica.

Como parte del programa educativo de Miradas Regionales, cada película está asociada a una ficha educativa creada especialmente y de libre descarga desde nuestra plataforma web. Estos materiales son diseñados por un equipo de profesionales de Red Mediación Artística, agrupación dedicada a la investigación, difusión y promoción de la Mediación Artística en Chile. Cada ficha propone enfoques reflexivos, estéticos, un glosario, referencias y una actividad, inspiradas en los contenidos que aborda cada película. Esto para que facilitadores/as, mediador/as, talleristas y docentes puedan aprovechar cada visionado como un medio pedagógico más profundo, junto a niñas, niños, jóvenes y adultos. Además, este año 2022, se tendrá especial preocupación en integrar temáticas sugeridas por las propias comunidades, como género, bullying, ecología, identidad territorial e inclusión.

Análisis de públicos de la versión 2022

Durante el año 2022 el programa Miradas Regionales se ejecutó entre los meses de Abril y Noviembre en 13 comunas de la macrozona norte del país. En cada espacio se programó una exhibición de estudiantes y una exhibición abierta a todo público al mes.

En total se realizaron 188 exhibiciones, acumulando un total de 6543 espectadores, donde 5012 de estos corresponden a espectadores estudiantes, y los 1531 espectadores restantes corresponden a exhibiciones abiertas a todo público.

Número de espectadores

	Estudiantes	General	Total
Abril	271	108	379
Mayo	881	255	1136
Junio	877	209	1086
Julio	271	155	426
Agosto	1260	177	1437
Septiembre	339	282	621
Octubre	873	97	970
Noviembre	240	248	488
Total	5012	1531	6543

Dentro de las 188 exhibiciones que se realizaron, los títulos qué más se exhibieron y mayor cantidad de audiencias tuvieron fueron los cortometrajes “Nahuel” y “Amucha” (45) y “Violeta Existe” (28).

Tabla n°2: Número de exhibiciones al mes

	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Total Película
La Partitura	18	3	4						25
Violeta Existe		25	3						28
El arte del tiempo			17				1		18
Itata				17	7				24
Nahuel + Amucha					36	1	7	1	45
Nae Pasaran						15	1		16
Mi país imaginario						1			1
Cien niños esperando un tren							14	2	16
El efecto ladrillo								15	15
Total al mes	18	28	24	17	43	17	23	18	188

Instrumento de caracterización de las audiencias

A lo largo de la ejecución del programa, se aplicó la 1° Encuesta de caracterización sociodemográfica MR (ANEXO 1) un instrumento de recolección de datos cuantitativos que tiene como objetivo levantar datos sobre caracterización sociodemográfica, consumos culturales e intereses de programación.

Este instrumento se aplicó en una serie de exhibiciones, tanto de estudiantes como abiertas a todo público, levantando una muestra de 182 casos (n= 182) en diversas comunas de ejecución del programa, buscando levantar un primer perfil de los espectadores encuestados.

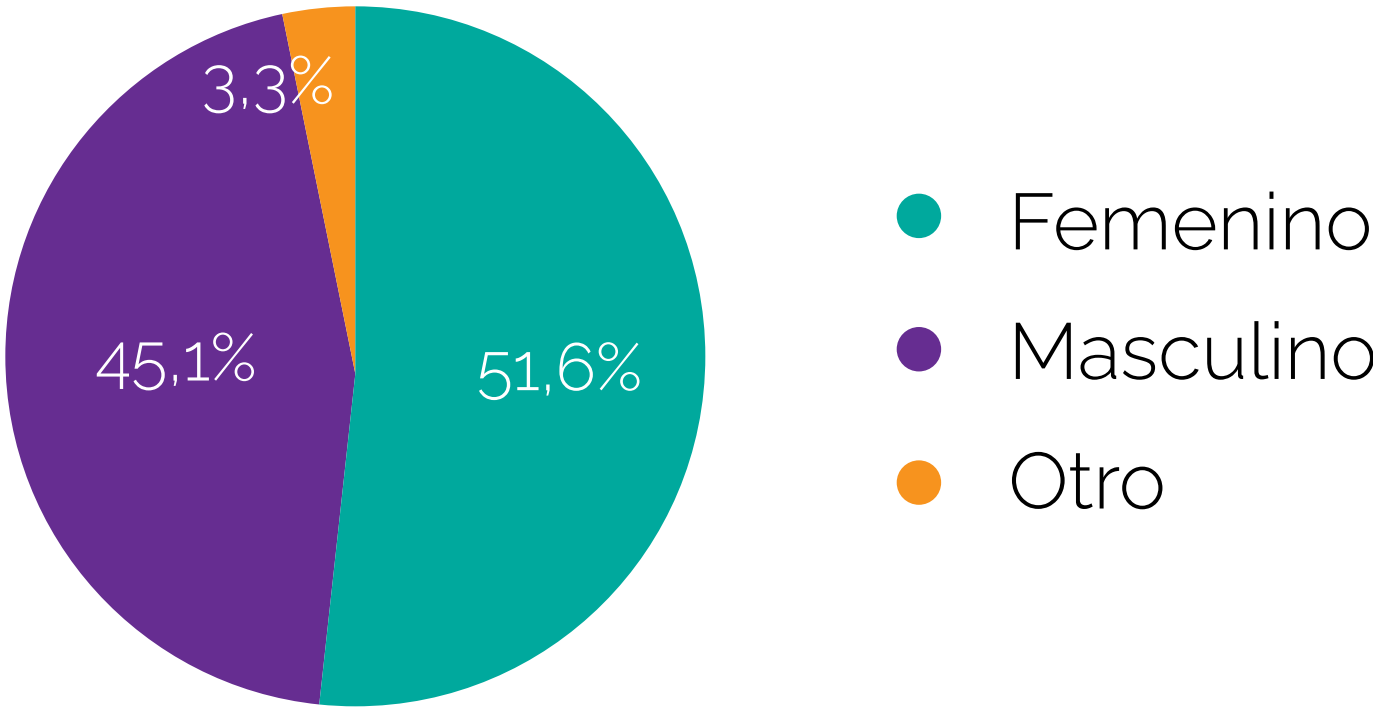
Dentro del primer conjunto de datos se encuentra la caracterización sociodemográfica que busca levantar un perfil sobre edad, género, comuna de residencia, ocupación y nivel educacional de los espectadores de las exhibiciones.

Sobre el género, un 51,6% corresponde a personas autoidentificadas dentro del género femenino, seguidos por un 45,1% correspondiente al género masculino. Cabe destacar también que un 3,3% de la audiencia se identifica dentro de otra categoría de género.

Tabla n°1: Género de los espectadores.

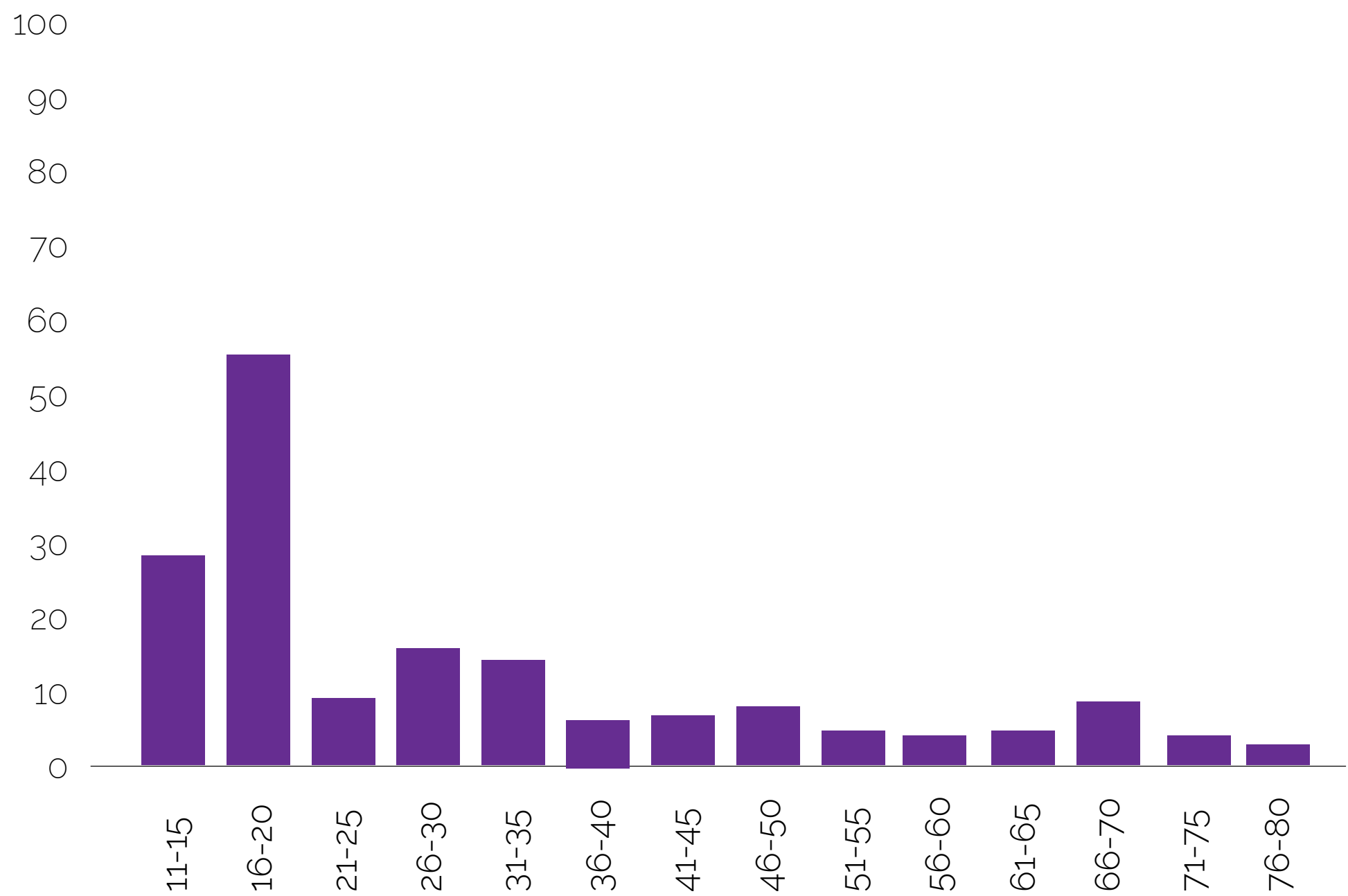
	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	94	51,6
Masculino	82	45,1
Otro	6	3,3
Total	182	100,0

Gráfico n°1: Pregunta n°1: "¿Cuál es su género?"



Edad	Frecuencia	Porcentaje	% acumulado
11-15	31	17,0	17,0
16-20	55	30,2	47,2
21-25	9	4,9	52,1
26-30	20	10,9	63
31-35	17	9,3	72,3
36-40	6	3,2	75,5
41-45	7	3,8	79,3
46-50	8	4,3	83,6
51-55	5	2,7	86,3
56-60	4	2,1	88,4
61-65	5	2,7	91,1
66-70	8	4,3	95,4
71-75	4	2,1	97,5
76-80	3	1,6	100,0
Total	182	100	100

Sobre la edad de los espectadores, existe un primer grupo que van desde los 12 años hasta los 18 años que concentra un porcentaje acumulado del 33% de la muestra (Tabla n°4), que corresponde a una representación de las audiencias estudiantiles.



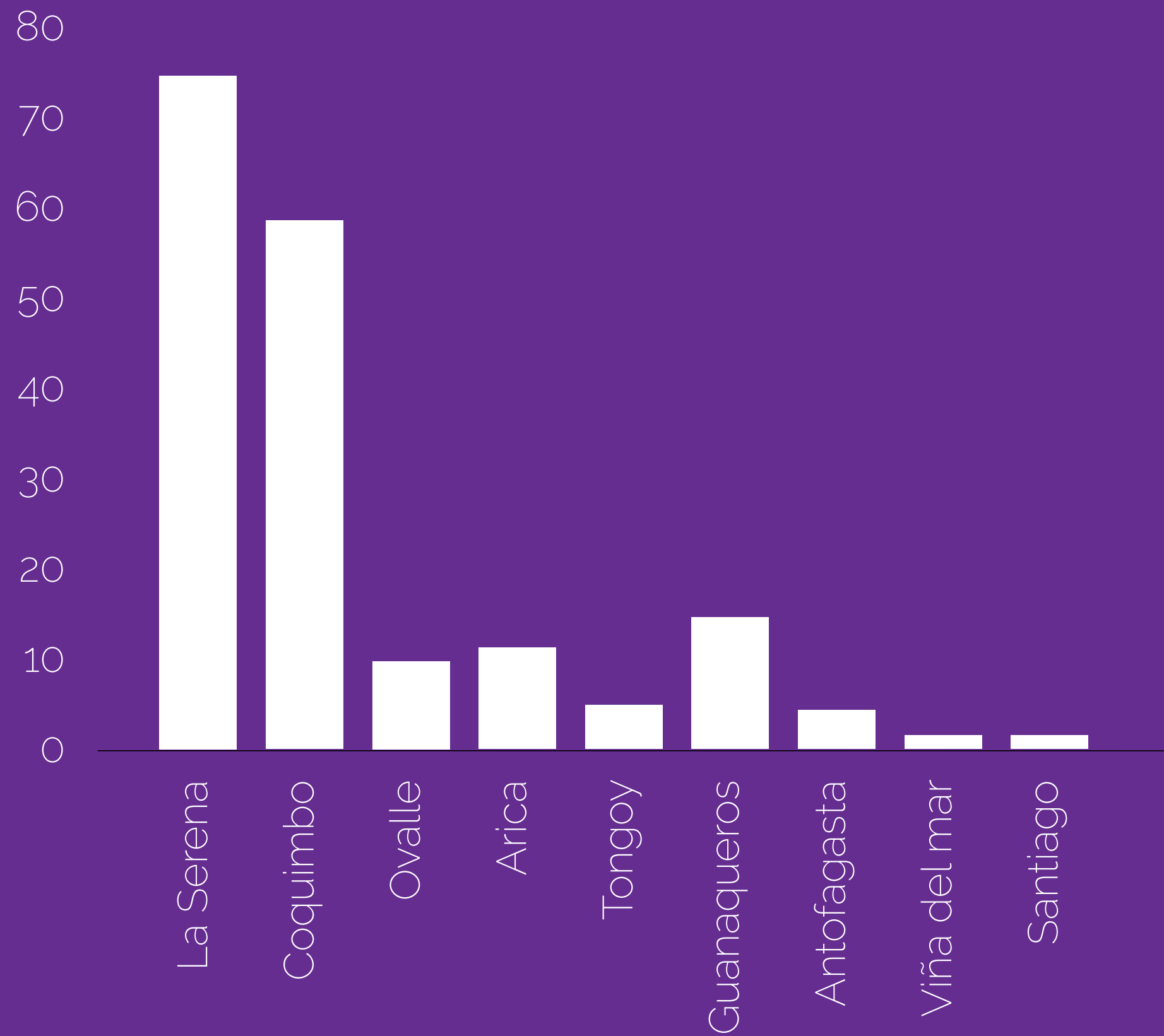
Excluyendo a los estudiantes, la muestra de edades se distribuye con regularidad llegando hasta los 79 años. Un 30,3% de la muestra corresponde a espectadores entre 18 y 30 años de edad. Un 20,9% corresponde a espectadores entre 31 y 50 años de edad. El 15,4% restante corresponde a espectadores mayores de 50 años

Sobre las comunas de residencia de los espectadores, la muestra recolectó datos en La Serena, Coquimbo, Ovalle, Arica, Antofagasta y alrededores de estos lugares (Tabla n°3). Quedaron fuera de la muestra las comunas de Iquique, Alto Hospicio, Copiapó, Salamanca y Vicuña, sitios donde no se levantaron datos.

Tabla n°3: Comuna de residencia de los espectadores

Comuna de Residencia	General	Total
La Serena	75	41,2
Coquimbo	58	31,9
Ovalle	10	5,5
Arica	12	6,6
Tongoy	5	2,7
Guaqueros	16	8,8
Antofagasta	4	2,2
Viña del mar	1	0,5
Santiago	1	0,5
Total	182	100

Gráfico n°3: Pregunta n°3 "¿Cuál es su comuna de residencia actual?"



Al analizar el nivel educacional de los espectadores, las categorías de respuesta con mayor frecuencia corresponden a “Educación media” (30,2%) y “Licenciado/ profesional universitario” (28,6%). Considerando la presencia de estudiantes en la muestra se realizó un filtro excluyendo a los menores de edad para aproximarse al perfil de espectadores de las exhibiciones abiertas a todo público (Tabla n°5).

Tabla n°4: Nivel educacional de los espectadores
(Muestra total)

	Frecuencia	%
No ha completado la educación básica	2	1,1
Educación básica	43	23,6
Educación media	55	30,2
Educación técnico-profesional	25	13,7
Licenciado/ profesional universitario	52	28,6
Magister/ Master	5	2,7
Total	182	100,0

En la tabla filtrada (Tabla n°5) destaca que un 64% de los espectadores poseen estudios superiores correspondientes a “Educación técnico-profesional” (19,5%), “Licenciado/ profesional universitario” (40,6%) y “Magister/ Master” (3,9%), lo que habla de un cierto capital cultural de las audiencias que se concentra, principalmente, en las exhibiciones abiertas. Esta información resulta relevante al momento de programar una cartelera que interese a estas audiencias también.

Tabla n°5: Nivel educacional de los espectadores
(Muestra mayores de 18 años)

Ocupación	Frecuencia	%
Educación básica	3	2,3
Educación media	43	33,6
Educación técnico-profesional	25	19,5
Licenciado/ profesional universitario	52	40,6
Magister/ Master	5	3,9
Total	128	100,0

Respecto a la ocupación de los espectadores (Tabla n°6), el grueso de las audiencias corresponde a “Estudiantes” de diferentes niveles educativos (53,3%). El segundo grupo mayoritario corresponde a los “Trabajadores dependientes” (20,9%). Sin embargo, esto incluye a las audiencias encuestadas dentro de exhibiciones estudiantiles, por lo que se realizó un filtro que excluya a los menores de 18 años (Tabla n°7).

Al analizar la muestra de los públicos de exhibiciones abiertas a todo público, destaca que los estudiantes siguen siendo una porción importante de las audiencias. Sin embargo, considerando el nivel educacional previamente consultado y el rango etario, se sugiere que esta porción corresponde a estudiantes de educación superior. Cabe destacar también que un 48,5% de la muestra corresponde a población laboralmente activa, correspondiente a los “Trabajadores dependientes”, “Trabajadores independientes”, “Comerciante o microempresario”, “Pequeño o mediano empresario” y “Artista, artesano o cultor”. Lo que nos sugiere de la presencia de una posible barrera de acceso a las exhibiciones.

Tabla n°6: Principal ocupación de los espectadores (Muestral total)

Ocupación	Frecuencia	%
Estudiante	97	53,3
Labores domésticas no remuneradas	2	1,1
Cesante	5	2,7
Pensionado/ Jubilado	14	7,7
Trabajador independiente	17	9,3
Trabajador dependiente	38	20,9
Comerciante o microempresario	1	0,5
Pequeño o mediano empresario	2	1,1
Artista, artesano o cultor	6	3,3
Total	182	100

Tabla n°7: Principal ocupación de los espectadores (Muestra mayores de 18 años)

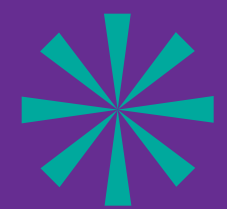
Ocupación	Frecuencia	%
Estudiante	45	35,2
Labores domésticas no remuneradas	2	1,6
Cesante	5	3,9
Pensionado/ Jubilado	14	10,9
Trabajador independiente	17	13,3
Trabajador dependiente	38	29,7
Comerciante o microempresario	1	0,8
Pequeño o mediano empresario	2	1,6
Artista, artesano o cultor	4	3,1
Total	128	100

Uno de los objetivos del programa “Mirada Regionales” es la formación de audiencias fidelizadas al consumo de bienes audiovisuales chilenos. Se ve como un valor a perseguir la configuración de audiencias críticas que demanden cine nacional y que sean capaces de elaborar un discurso ante estas mismas obras. Es por eso que en el cuestionario se pregunta a los espectadores si es primera vez que participan de las exhibiciones (Tabla n°8). Al respecto, los datos revelan que cerca de un 85,2% de los encuestados señala participar por primera vez de las exhibiciones, lo que implica la apertura hacia un público que antes no era participe del programa. Por otra parte, un 14,8% de los encuestados señala ya haber participado con anterioridad de las exhibiciones, a quienes podríamos empezar a dibujar (de modo muy grueso) como un posible público fidelizado o en vías de fidelización.

Tabla n°8: Pregunta n°6 “¿Es primera vez que participa en las exhibiciones de “Miradas Regionales”?”

	Frecuencia	Porcentaje
Si	155	85,2
No	27	14,8
Total	182	100

Consumos culturales de bienes audiovisuales nacionales



Uno de los aspectos relevantes a medir, dentro de la construcción del cuestionario, corresponde a los consumos culturales de bienes audiovisuales nacionales por parte de los espectadores. Se busca medir cuán familiarizados están con el consumo de este tipo de bienes para así empezar aproximarse hacia los grados (y disciplinas) de interés de las audiencias. Se preguntó por diferentes formatos de bienes audiovisuales: documentales, películas y series, para así contrastar los niveles de consumo (Tabla n°9)

Tabla n°9: Pregunta 7.a "¿Cuántas veces ha visto documentales chilenos?", Pregunta 7.b "¿Cuántas veces ha visto películas chilenas?", Pregunta 7.c "¿Cuántas veces ha visto series chilenas?" (En los últimos 12 meses)

	Documentales		Películas		Series	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	27	14,8	24	13,2	47	25,8
1 vez	41	22,5	45	24,7	34	18,7
2 veces	32	17,6	30	16,5	27	14,8
3 veces	43	23,6	29	15,9	25	13,7
4 a 6 veces	21	11,5	26	14,3	16	8,8
7 veces o más	18	9,9	28	15,4	33	18,1
Total	182	100	182	100	182	100

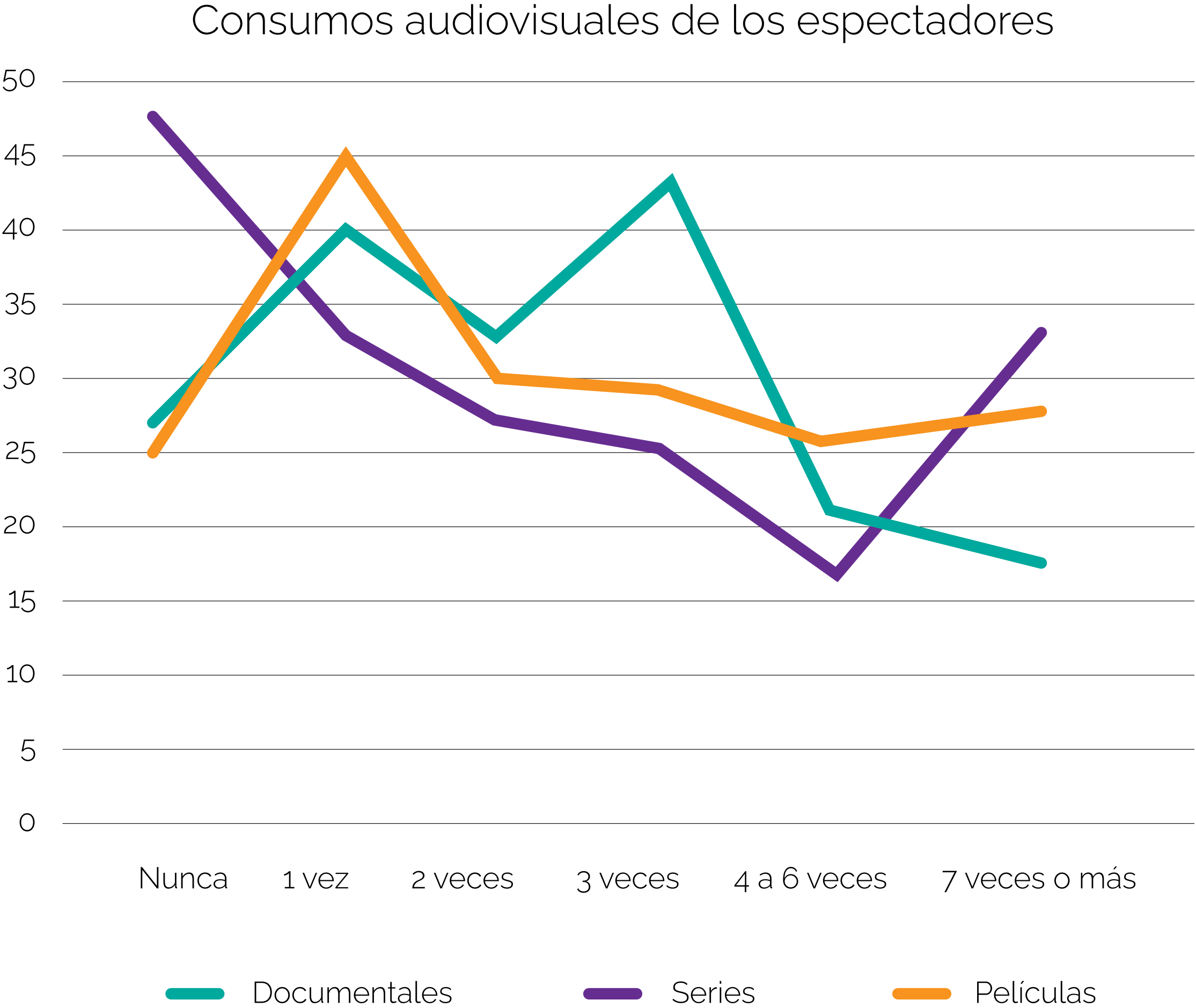
Cabe destacar que los bienes audiovisuales con menor cantidad de consumo dentro de los espectadores corresponden a las series, con un promedio ponderado de 2,15 series chilenas vistas durante los últimos 12 meses, donde casi un 25,8% de las personas encuestadas declara no haber visto nunca una serie durante los últimos 12 meses. Solo un 18,7% de los espectadores declara haber visto una serie chilena durante los últimos 12 meses, y a partir de ahí la cifra solo disminuye (2 veces=14,8%, 3 veces=13,7%, 4 a 6 veces=8,8%). Sin embargo, un 18,1% de los encuestados declara haber visto 7 veces o más veces una serie chilena lo que destaca como un nicho de públicos fidelizados y consumidores de este tipo de bienes audiovisuales.

Respecto a los documentales, posee una ponderación de consumo de 2,24 documentales consumidos durante los últimos 12 meses. Además, la mayor cantidad de casos se concentra en los valores intermedios, disminuyendo hacia los extremos. En aquella línea, un 63,7% de los casos corresponden a espectadores que han visto entre 1 y 3 documentales chilenos los últimos 12 meses (1 vez=22,5%, 2 veces=17,6%, 3 veces=23,6%).



Finalmente, dentro de los consumos audiovisuales, destacan las películas, donde un 24,7% de los espectadores señala haber visto 1 películas los últimos 12 meses. El promedio ponderado de consumo durante los últimos 12 es de 2,39 películas. Parece relevante señalar, entonces, que dentro de los espectadores encuestados, estos consumen en mayor parte películas, seguidos por los documentales, y luego las series.

Gráfico n°4: Consumos audiovisuales de los espectadores



Medio Información de la actividad

Para desarrollar una política efectiva de formación de audiencias, el despliegue de los mecanismos de difusión es vital. Por eso, para llegar a nuevas audiencias no-interesadas en los contenidos audiovisuales, o bien, para capturar a los espectadores interesados, se elaboró un apartado enfocado en identificar los medios de información de las audiencias del programa.

Tabla n°10: Pregunta n°8: “¿Cómo se informó de la actividad de “Miradas Regionales”?”

	Respuestas	% de casos
Facebook	22	10,7%
Instagram	44	21,5%
Radio	2	1,0%
Publicidad en espacios públicos	12	5,9%
Amigos o conocidos	50	24,4%
Diario	1	0,5%
Televisión	3	1,5%
Establecimiento educativo	60	29,3%
Volante o afiche físico	11	5,4%

Destaca en primer lugar, el establecimiento educacional, explicadas principalmente por las funciones realizadas en contextos educacionales (n=60). Dejando de lado esta primera respuesta, destacan los medios de difusión digital (Instagram=44, Facebook=22), la publicidad física en espacios físicos (Publicidad en espacios públicos=12, Volante o afiche físico=11), y los medios tradicionales (Diario=1, Radio=2). Cabe destacar que 50 personas se informaron de la actividad a través de Amigos o conocidos, lo que sugeriría una política de difusión de exhibiciones enfocadas en comunidades de espectadores, una actividad de consumo cultural colectiva.



Valoración de la experiencia

La penúltima sección del cuestionario corresponde a una evaluación sobre la calidad de la película exhibida, el desarrollo del cine foro realizado posterior al visionado, y una valoración final sobre la experiencia global junto al programa “Miradas Regionales”.

En general el programa se encuentra bien evaluado por parte de los espectadores, el valor promedio de calidad de la película corresponde a 4,8 en una escala del 1 al 5, donde 1 es muy mala y 5 muy buena. Respecto al desarrollo del cine foro, se encuentra mejor evaluado, con un promedio de 4,75 en una escala del 1 al 5 bajo las mismas condiciones, lo que habla de una valoración de las estrategias de mediación y diálogo respecto a las obras artísticas. Finalmente, la experiencia del visionado junto a Miradas Regionales fue valorada, en promedio, con un 4,82 en una escala del 1 al 5 bajo las mismas condiciones.

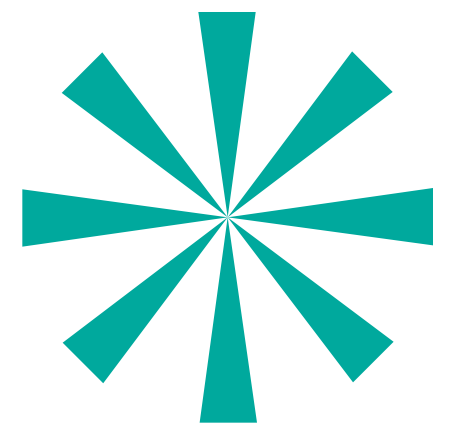
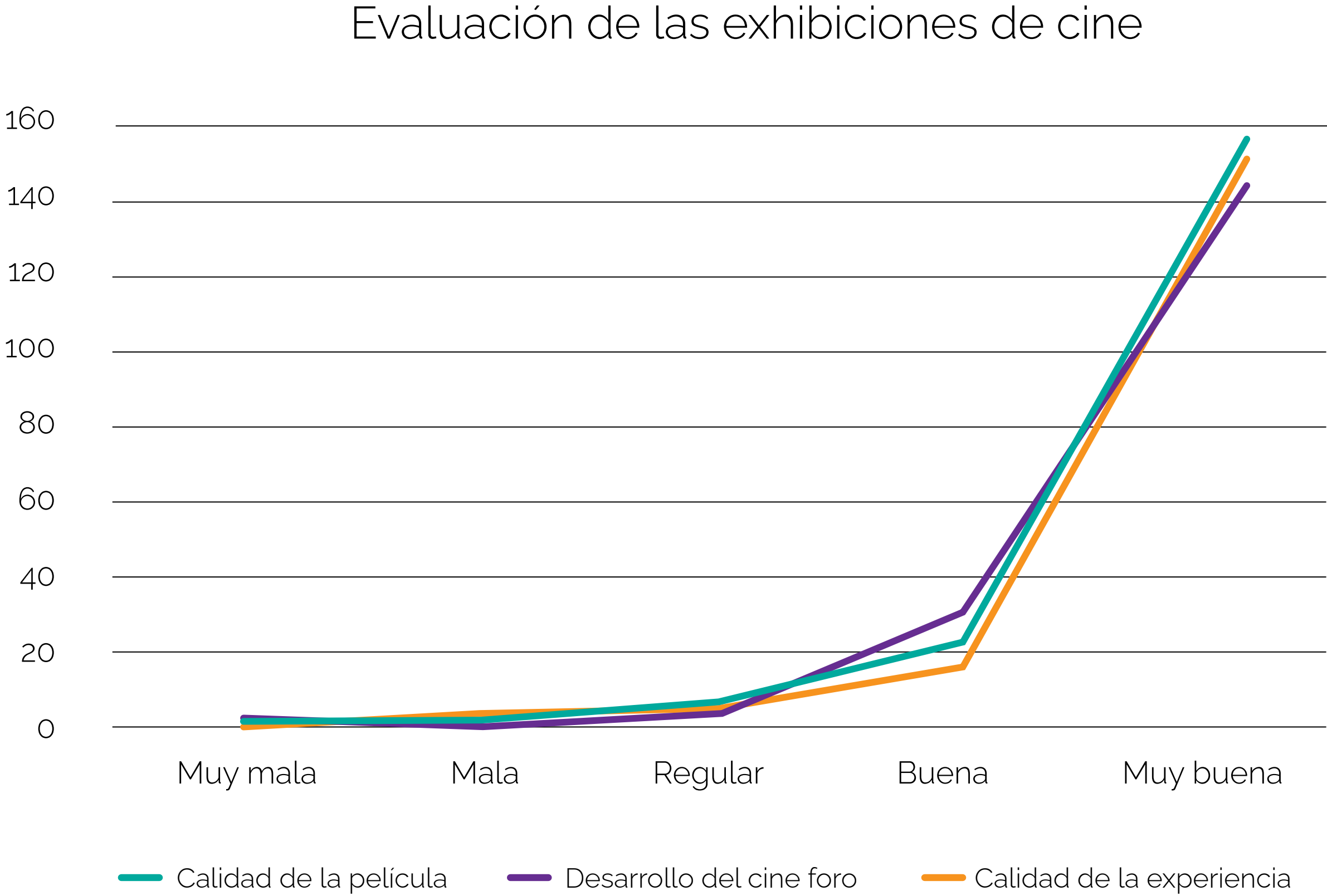


Tabla n°10: Valoración de la experiencia de Miradas Regionales

	Calidad de la película		Desarrollo del cine foro		Valoración de la experiencia	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Muy mala	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Mala	0	0,0	0	0,0	1	0,5
Regular	7	3,8	5	2,7	6	3,3
Buena	22	12,1	35	19,2	17	9,3
Muy buena	153	84,1	142	78,0	158	86,8
Total	182	100	182	100	182	100

Gráfico n°5: Valoración de la experiencia de Miradas Regionales



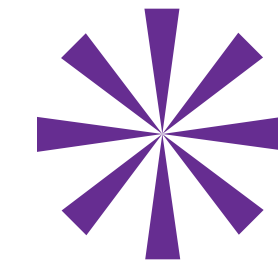
La última pregunta del cuestionario corresponde a sugerencia de género de película que le gustaría ver en futuras exhibiciones. Una de las misiones del programa es avanzar, paulatinamente, hacia una co-programación en conjunto con las audiencias.

Los géneros de documentales con mayor cantidad de respuesta corresponden a "Arte" (n=82), "Derechos Humanos" (n=72) y a "Histórico" (n=72). Esta información debería servir de insumo para la programación para futuras versiones del proyecto.



	Respuestas	%
Globalización	23	3,5%
Guerra	35	5,4%
LGBTQ+	53	8,2%
Trastornos mentales	59	9,1%
Derechos humanos	72	11,1%
Arte (Música, Visual, etc.)	82	12,6%
Feminismo	55	8,5%
Migración	33	5,1%
Histórico	72	11,1%
Medio ambiente	61	9,4%
Conflictos políticos	42	6,5%
Pueblos originarios	62	9,6%
Total	649	100%

Conclusiones



El presente estudio sirve como un primer aproximamiento hacia un estudio de públicos consumidores del audiovisual en la macrozona norte de nuestro país. A partir de aquí se levanta un primer perfil sobre las audiencias, midiendo tanto las funciones de estudiantes como las abiertas a todo público. Destaca una amplitud en la edad de los espectadores, abarcando desde menores de edad hasta personas de la denominada tercera y cuarta edad. Otro aspecto a considerar en versiones futuras es que una parte importante del público de exhibiciones abiertas corresponde a trabajadores dependientes e independientes, lo que significa una barrera de acceso importante ligada a los horarios, por que se vuelve necesario generar instancias que se adapten a la realidad de este tipo de espectadores.

A modo de punto de fuga de este estudio (y para ser corregido e incorporado en versiones futuras de estos análisis) resultaría interesante medir acceso a bienes audiovisuales a través de plataformas de streaming (Netflix, Ondamedia, etc.) ya que, actualmente, este tipo de plataformas resulta la competencia directa del cine en su versión presencial. Y según lo recolectado en este estudio, existe una valoración de la experiencia del cine (presencial, colectivo, dialogado) por sobre la misma película. En esa misma dirección, se vuelve necesario incorporar una pregunta abierta donde los espectadores puedan plasmar sus intereses respecto a sugerencias para mejorar las instancias junto al programa.



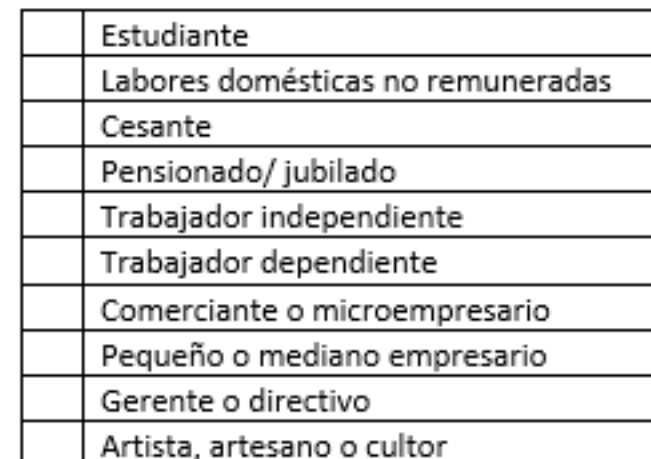
Cuestionario

- | | | | | | |
|--------------------------|-----------|--------------------------|----------|--------------------------|------|
| ☐ | Masculino | ☐ | Femenino | ☐ | Otro |
|--------------------------|-----------|--------------------------|----------|--------------------------|------|

- | | |
|--|--|
| | |
|--|--|

- | |
|--|
| |
|--|

- | | |
|--------------------------|--|
| ☐ | No ha completado la educación básica |
| ☐ | Educación básica (primaria) |
| ☐ | Educación media (secundaria) |
| ☐ | Educación superior técnico-profesional |
| ☐ | Licenciado/ profesional universitario |
| ☐ | Magíster/ Master |
| ☐ | Doctor/ PhD |
| ☐ | Otro (¿Cuál?) |



- | | | | |
|--|----|--|----|
| | Sí | | No |
|--|----|--|----|

- | | 1
vez | 2
veces | 3
veces | 4 a 6
veces | 7 veces
o más | Nunca |
|------------------------------|----------|------------|------------|----------------|------------------|-------|
| Ver documentales
chilenos | | | | | | |
| Ver películas
chilenas | | | | | | |
| Ver series
chilenas | | | | | | |

- | | | | |
|--|---------------------------------|--|-----------------------------|
| | Facebook | | Diario |
| | Instagram | | Televisión |
| | Radio | | Establecimiento educacional |
| | Publicidad en espacios públicos | | Volante o afiche físico |
| | Amigos o conocidos | | Otro: |

- | | 1 (Muy mala) | 2 | 3 | 4 | 5 (Muy buena) | NS/NR |
|---|--------------|---|---|---|---------------|-------|
| ¿Cómo evalúas la calidad de la película exhibida? | | | | | | |



¿Cómo evalúas el desarrollo del cine foro?						
¿Cómo evaluarías la experiencia con Miradas Regionales?						

10. ¿Qué temáticas del género documental le gustaría ver a usted en las próximas exhibiciones?
(Selección múltiple)

☐	Globalización	☐	Feminismo
☐	Guerra	☐	Migración
☐	LGBTQ+	☐	Histórico
☐	Trastornos mentales	☐	Medio Ambiente
☐	Derechos Humanos	☐	Conflictos políticos
☐	Arte (Música, Visual, etc)	☐	Pueblos Originarios

Otro (¿Cuál?) _____

Anexo n.º 2: Ficha técnica

FICHA TÉCNICA

Responsable del diseño del instrumento: Matías Parra

Descripción del instrumento

El presente cuestionario está diseñado para el estudio de públicos dentro de los programas Miradas Regionales versión 2022. Busca construir un perfil de las características e intereses de los sujetos que asistan a la versión presencial de estos programas. Uno de los objetivos del cuestionario es la medición de dos variables claves dentro de los consumos culturales: capital cultural e interés en las artes. Para ello se construirán dos indicadores a partir de una serie de preguntas focalizadas (segunda y tercera parte del cuestionario). El objetivo a corto plazo es realizar un estudio transversal de los públicos, una “fotografía” de sus características, para poder enfocar mejor el trabajo de fidelización y ampliación de públicos. Como horizonte se espera que este estudio sirva de insumo



para el área de programación dentro de la organización. Al momento de realizar análisis de los datos recolectados se realizará una representación gráfica, en un plano cartesiano, de los públicos según sus valores en los indicadores de capital cultural e interés en las artes.

Objetivos

1. Caracterizar sociodemográficamente a los espectadores del programa
2. Medir las diferentes dimensiones del capital cultural (institucional, objetivado, hábitos) de los espectadores del programa
3. Medir los distintos tipos de interés (relacionados a los consumos culturales) en los espectadores del programa

Forma de aplicación: Cuestionario autoaplicado por los espectadores del programa

Duración de la encuesta: 2 minutos aproximadamente.

Número de preguntas: 9 preguntas divididas en tres secciones.

Tamaño de la muestra necesario: 120 casos. Formato presencial.

