

PLAN DE GESTIÓN DE RED DE SALAS DE CINE INDEPENDIENTES
FINAL

Noviembre 2022



Contenido

Presentación	4
1. Antecedentes	5
1.1 Red de salas de Cine Chile	5
1.2 Marco institucional	6
1.3 Caracterización de las 4 salas de la Red RM	8
Sala Nemesio	10
Sala K	13
Centro Arte Alameda	16
Cineteca Nacional	17
2. Marco Teórico	21
2.1 Públicos, audiencias y desarrollo de públicos	21
2.2 Crisis de públicos	22
2.3 Experiencias de gestión de otras redes a nivel nacional e internacional	23
3. Metodología para elaboración del Plan de Gestión	28
4. Sistematización de Resultados y Diagnóstico	31
4.1 Principales conclusiones de los encuentros	31
FODA	32
4.2 Consulta en línea de Participación y Consumo Audiovisual	33
4.3 Mapeo de iniciativas vinculadas al Campo Audiovisual en la Región Metropolitana	40
5. Planificación estratégica	45
5.1 Programa de actividades e indicadores de gestión	45
5.2 Cronograma	50
Bibliografía	52
Anexos	53
Pauta Encuentro presencial equipo EGE	53
Instrumentos cuantitativos	54

Presentación

El presente documento da cuenta del Plan de Gestión 2023-2026 de la Red de Salas de cine Chile para la Región Metropolitana, replicable a las otras regiones del país donde la Red está presente. Esta organización tiene un carácter nacional, siendo una red de salas independientes y descentralizada, enfocada en la exhibición y también en el trabajo asociativo, que integra a directores/as de cine, académicos y otros actores del campo audiovisual (redsalas.cl).

La siguiente planificación estratégica, se elaboró considerando las 4 salas participantes de la Red en la región Metropolitana (RM), las cuales son: Sala K ubicada actualmente en Maipú, Sala Nemesio parte de la Corporación Cultural de La Reina, Centro Arte Alameda funcionando actualmente en Sala CEINA (Centro de Extensión del Instituto Nacional) y Cineteca Nacional con salas en el Centro Cultural La Moneda en la Plaza de la Ciudadanía, las dos últimas ubicadas en la comuna de Santiago.

Para la elaboración del diagnóstico y diseño de líneas estratégicas y programación de acciones, se realizaron 4 encuentros, 1 presencial y 3 virtuales con los equipos de gestión de las 4 salas de cine de la RM. Estas actividades buscaron levantar información y expectativas del trabajo en Red por parte de las salas, las cuales enfatizaron en que la consultoría no se centrara en el diagnóstico de cada sala por separado, sino en buscar estrategias y experiencias que aporten y contribuyan a la asociatividad en la región Metropolitana.

Además se aplicaron instrumentos cuantitativos, 2 encuestas en línea: 1. Mapeo de experiencias vinculadas al audiovisual en la RM, con el fin de identificar posibles nuevas alianzas y así lograr mayor cobertura por parte de la Red de Salas de Cine. 2. Consulta a públicos sobre comportamiento y consumo audiovisual, con el objetivo de caracterizar las preferencias de las audiencias y los cambios de participación debido a la pandemia, que obligó a estar casi 2 años fuera de las salas de forma presencial.

El presente documento se organiza de la siguiente manera, un primer capítulo de Antecedentes, donde se da cuenta del contexto actual de la Red de Salas de Cine Chile, el marco institucional y una caracterización de las 4 salas elaborada con el material entregado por cada una de ellas. En el capítulo 2 se expone un marco teórico conceptual sobre la crisis de públicos a nivel global que existe en el sector artístico cultural, derivado del cambio en el comportamiento de los usuarios luego de 2 años de pandemia. Asimismo, se integran experiencias internacionales, que ayudan a conducir el presente Plan de Gestión. El tercer apartado cuenta con la metodología desarrollada para levantar un diagnóstico y desarrollar participativamente la planificación estratégica. En el cuarto capítulo se expone la sistematización de resultados de la metodología desarrollada. El capítulo 5 contiene la planificación estratégica derivada del trabajo previo.

1. Antecedentes

1.1 Red de salas de Cine Chile

Red de Salas Cine Chile, es una red de salas de cine independiente y descentralizada a nivel nacional, que surge a partir de las políticas del campo audiovisual que busca potenciar la asociatividad. Nace a fines de 2016 a nivel nacional, incrementando a sus miembros año a año actualmente contando con 18 Salas en 13 regiones del país. En la región Metropolitana, el año 2022 se integra Sala Nemesio de la Corporación Cultural de La Reina, sumándose a Sala K, Centro Arte Alameda y Cineteca Nacional.

Esta organización se enfoca en la exhibición y principalmente, al trabajo asociativo con distintos agentes del sector audiovisual y cultural. Busca que la formación de audiencias sea una experiencia estética, social y cultural, así como también ampliar y democratizar la oferta cultural. Cuenta con un Plan de gestión vigente, de la Red de salas de Cine de Chile 2018-2022, el cual no se dio seguimiento debido a la contingencia nacional y global, por lo que se considera un primer insumo para la elaboración del actual plan de gestión, revisando y evaluando su pertinencia en los encuentros con los participantes de la Red de Salas de cine.

En este Plan se establece como Misión y Visión lo siguiente:

Misión: “Consolidar una red de salas de cine independiente posicionándose como figura relevante en la discusión y formulación de políticas audiovisuales y referente en la formación de audiencias.”

Visión: “Red asociativa y descentralizada en el territorio nacional que promueve la circulación de producciones audiovisuales nacionales y extranjeras, similares en su alto contenido de calidad que fomente la formación a través de la mediación con audiencias reflexivas.” (pag.3)

En este documento señalan como Objetivos generales:

- 1) Compra de contenidos de calidad
- 2) Formación de Audiencias
- 3) Estudio de Audiencias
- 4) Capacitación de los integrantes.

También establecen 5 objetivos particulares:

1. Promover exhibición y circulación de obras audiovisuales de calidad con énfasis en la producción nacional.
2. Sostenibilidad económica de la red, ampliando y diversificando sus ingresos. Creación de economías de escala para reducir costos, curvas de aprendizaje.
3. Fortalecer el rol de mediador de la red entre públicos y la obra audiovisual.
4. Que actores relevantes del sector participen en las actividades de mediación y reconozcan este rol de la red.

5. Convertirse en un actor relevante en el debate y formulación de políticas audiovisuales.

Si bien la gestión de la Red de Salas no considera este documento como base de su accionar, se mantienen objetivos y lineamientos de la gestión actualmente y para su proyección, teniendo como focos principales la formación de públicos, la entrega de cine de calidad y configurarse como un agente interventor en las políticas y campo audiovisual chileno.

En el Plan de gestión vigente se señala la importancia de generar un plan de audiencias, sin embargo esto no se ha desarrollado hasta la fecha. Se proponía lograr el mayor conocimiento posible acerca de las audiencias para lograr una mejor segmentación, para así poder definir la propuesta de valor de la red de salas, considerando los distintos tipos de públicos que existen. En la actual asesoría también se insta a un desarrollo de públicos planificado, para lo cual se desarrolló una capacitación “Taller de públicos” para contribuir al establecimiento de estrategias concretas en esta área.

Otro aspecto a explotar indicado en el Plan de Gestión vigente es que la Red debe ser un apoyo a la permanencia a largo plazo de los espacios independientes de exhibición e ir más allá de la experiencia por sala, lo que no se ha logrado a la fecha, siendo un objetivo importante de los encuentros participativos el pensar como trabajar como Red y generar una planificación enfocada a un despliegue territorial con perspectiva regional, replicable a las otras regiones del país.

1.2 Marco institucional

Dentro del marco legal e institucional para el fomento de la industria audiovisual en Chile se ha establecido la **Política Nacional del Campo Audiovisual 2017-2022**, la cual está llegando a su término y su actualización es una oportunidad para la participación de la Red de salas de cine Chile de ser un agente importante del sector.

Esta política entrega un marco de acción que potencia el trabajo de la Red, donde podemos destacar los siguientes objetivos y acciones. Dentro del eje Cadena de producción: creación, producción, difusión, distribución y exhibición, se encuentra como objetivo específico: Fomentar la circulación y distribución equitativas de las obras nacionales a lo largo de todo el territorio nacional. Donde podemos destacar las siguientes medidas.

6. Promover mecanismos de financiamiento para los espacios alternativos de exhibición existentes, tales como salas independientes, centros culturales, espacios de la Dibam, entre otros.

8. Consolidar y ampliar, a lo largo del país, redes de salas y espacios alternativos de exhibición con foco en el cine independiente nacional e internacional.

12. Establecer alianzas con los municipios para la exhibición de producciones nacionales en las escuelas públicas.

La construcción del presente plan busca una planificación de carácter regional, por lo que se destaca dentro de los instrumentos públicos, el **Plan cultural de la región Metropolitana 2017 - 2022**, estableciendo como relevantes para la gestión de la red los siguientes aspectos:

Objetivos estratégicos	Líneas de acción
Participación y acceso a las artes y las culturas	
Fomentar la participación activa y el acceso a las culturas, las artes y el patrimonio	Fortalecer las alianzas estratégicas por medio de redes de colaboración, vinculando a los agentes culturales Diseñar en conjunto estrategias de formación de público y difusión con la Red Nacional de Espacios Culturales y la Red de Centros Culturales Públicos
Formación y sensibilización artística y patrimonial de la ciudadanía	
Fortalecer la formación y especialización artístico pedagógica de quienes se desempeñan en los ámbitos de la educación artística y la mediación	<ul style="list-style-type: none"> • Fomentar la vinculación/colaboración recíproca entre artistas y educadores -Capacitar a los educadores en procesos y programas de mediación cultural -Promover la vinculación con instituciones especializadas en educación y en formación artística
Aumentar el acceso de estudiantes, de todos los niveles escolares, a experiencias culturales, artísticas y patrimoniales	<ul style="list-style-type: none"> • Articular y desarrollar alianzas estratégicas y colaborativas entre los establecimientos educacionales de la región Metropolitana y agentes culturales (artistas, cultores, gestores), centros culturales y otros espacios de difusión
Fomentar instancias de sensibilización artística en espacios distintos a los de la educación formal	<ul style="list-style-type: none"> • Generar acuerdos locales con junta de vecinos, organizaciones sociales, centros culturales, polideportivos. - Generar alianzas con espacios artísticos y culturales para el desarrollo de proyectos de mediación artística

Una herramienta fundamental en la gestión cultural en Chile, es la disposición de Fondos concursables, donde podemos destacar en el **Fondo audiovisual**:

- **Convocatoria Públicos del audiovisual:** esta convocatoria cuenta con las siguientes líneas a las que pueden postular las salas de cine de manera particular y también como organización como Red: Cineclubes escolar en red; Formación de públicos para el audiovisual y Formación de mediadoras y mediadores del audiovisual.

- **Difusión, exhibición e implementación audiovisual:** este fondo cobra importancia, ya que otorga la posibilidad de Implementación del equipamiento y gestión de espacios de exhibición.

En los últimos años se ha diagnosticado la necesidad de formar y desarrollar públicos para la oferta artístico cultural, para así garantizar la participación cultural de las personas y comunidades, comprendiendo su contribución al desarrollo humano, el bienestar y la cohesión social.

En este contexto el Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio desarrolla el primer **Plan Nacional de desarrollo y formación de públicos 2021-2024**, publicado en julio de 2021. Que busca disminuir las brechas económicas, territoriales, sociales y tecnológicas de acceso a las actividades artístico-culturales, que aún existen, como evidencia la Encuesta Nacional de Participación y Consumo Cultural 2017. Tiene como objetivo fortalecer las estrategias de desarrollo de públicos, para incidir en la participación de las personas en el ecosistema cultural (cultura.gob.cl).

Este Plan se configura como una oportunidad para la capacitación de organizaciones y agentes culturales para la elaboración de planes de desarrollo de públicos, en línea con los intereses de la Red de Salas de cine Chile.

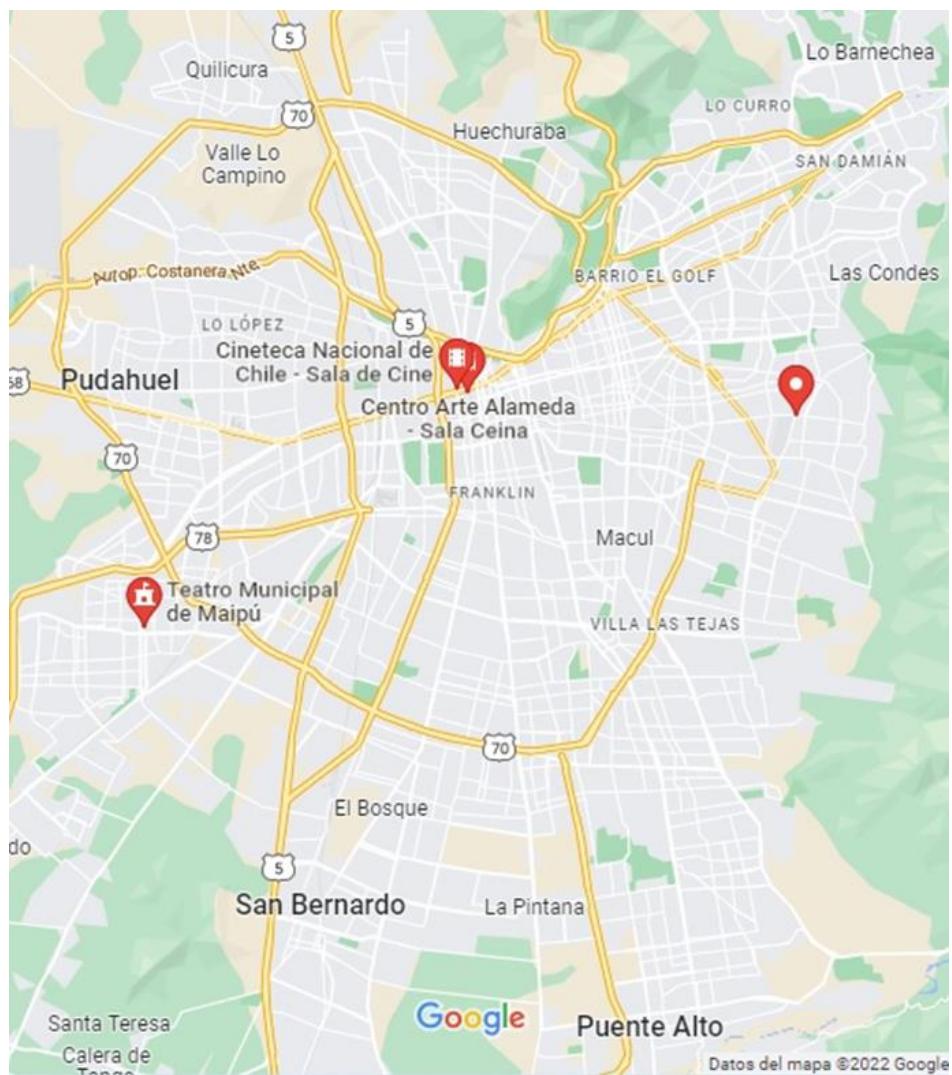
Por último, recientemente se ha enunciado el Plan cultural 2023-2025 desarrollado por el Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio, donde se fomenta el fortalecimiento de ecosistemas creativos con enfoque territorial y se potencia el trabajo en red. Asimismo, se da importancia a la actualización de políticas sectoriales, lo que se ofrece como una oportunidad para la gestión de la Red como agente relevante del campo audiovisual.

El marco normativo e institucional entregan lineamientos en concordancia con las expectativas de la Red y la renovación de la institucionalidad, sus autoridades y políticas se presentan como una oportunidad para que la Red de salas de Cine Chile se transforme en un agente interventor en el ecosistema audiovisual y fomente el desarrollo y formación de públicos.

1.3 Caracterización de las 4 salas de la Red RM

Las salas de cine independiente pertenecientes a la Red de salas de cine Chile, actualmente se encuentran con salas de exhibición en 3 comunas de la Región Metropolitana, a saber: Sala K en Maipú, Sala Nemesio en La Reina y en la comuna de Santiago Centro Arte Alameda, actualmente en Sala Ceina (Centro de Extensión del Instituto Nacional) y Cineteca Nacional en el Centro Cultural Palacio de La Moneda. Desplegándose en el territorio regional de la siguiente manera, como muestra el mapa.

Figura 1: Cobertura de Red de Salas cine Chile en RM



Fuente: elaboración propia a través de Google maps.

Sala Nemesio

Descripción de la institución

Sala Nemesio pertenece al Centro Cultural Casona Nemesio Antúnez, ubicado en Avenida Alcalde Fernando Castillo Velasco 8580, es dependiente de la Corporación Cultural de La Reina, entidad de derecho privado sin fines de lucro, cuyo presidente del Directorio es el Alcalde de la comuna.

La Corporación Cultural de La Reina, tiene a su cargo tres infraestructuras: Casona Nemesio Antúnez, Biblioteca Pública de La Reina (ambas ubicadas dentro del mismo complejo cívico-cultural) y el Centro Cultural Vicente Bianchi. Estas tres dependencias, con sus respectivos énfasis programáticos, cumplen un rol que aborda el desarrollo social a través de la cultura, el arte y sus múltiples dimensiones y formatos.

En términos de sus fuentes de financiamiento, tanto Corporación Cultural de La Reina, cuenta con subvención municipal (sobre el 50% de su presupuesto) que corresponde a una cifra que cubre únicamente los servicios básicos de funcionamiento y las remuneraciones del personal. Gran parte de los demás gastos, especialmente aquellos orientados a la actividad cultural, responden a un financiamiento gestionado a través de ingresos por taquilla, mensualidades de talleres, gastos comunes Centro Cívico (Casona Nemesio Antúnez y Biblioteca Pública de La Reina coexisten con un complejo cívico donde sus comuneros cancelan gastos comunes a Corporación Cultural, que a su vez se reinvierten en amortizar gastos relacionados por las mismas oficinas que componen este complejo), además de arriendos a terceros, donaciones de privados acogidas y no a ley de donaciones culturales y una permanente búsqueda de ingresos mediante Fondos Públicos dispuestos por Ministerio de las Culturas, Las Artes y El Patrimonio, Gobierno Regional y otras instancias (Documento interno Corporación Cultural de La Reina).

El Centro Cultural Casona Nemesio Antúnez, es un espacio de creación y desarrollo social a través de la Cultura y las Artes. Se encuentra ubicado en eje de mayor convergencia socioeconómica de la Comuna: hacia el sur colinda con Villa La Reina: población cuyo proceso de autoconstrucción es único en Latinoamérica, con un gran sentido de pertenencia al territorio de sus vecinos, sin perjuicio de que actualmente existan problemas relacionados al tráfico de drogas o la delincuencia que merman la calidad de vida de sus habitantes. Igualmente hacia el sur, justamente al frente de la Infraestructura Cultural se encuentra el Complejo de Industriales de la Reina, compuesto por varias manzanas de pequeñas y medianas industrias agrupadas y creado, justamente, bajo la óptica de proveer de trabajo a los habitantes de Villa La Reina. Hacia el norte colinda con variados complejos habitacionales, de diversos estratos socioeconómicos, incluida la Villa de Obreros Municipales.

A su vez, al estar emplazada en Avenida Alcalde Fernando Castillo Velasco (Ex- Avenida Larraín), forma parte de un circuito de desarrollo cultural del sector Oriente de la Capital, con varios hitos a modo de centros culturales en una única avenida: Irarrázaval - Larraín -Alcalde Fernando Castillo Velasco (Ñuñoa - La Reina). Actualmente, con la nueva Línea 3 del Metro de Santiago, la facilidad para llegar al espacio ha aumentado exponencialmente.

Sala de Cine

Dentro del Centro Cultural Casona Nemesio Antúnez, se encuentra la Sala Nemesio. Cabe señalar que la infraestructura de la Casona está en un proceso de recuperación debido a su deterioro, por lo que actualmente está cerrada al público. Debido a esto Sala Nemesio actualmente es un espacio para el desarrollo de diferentes actividades artístico culturales y sociales de la comuna de La Reina, subsanando la falta de la infraestructura cultural de la comuna.

Sala Nemesio, ha sido implementada como un espacio de exhibición cinematográfica a través de la gestión de su equipo y la obtención de Fondos públicos. En 2014 se adjudican Fondart regional, con lo que se implementa un equipo sonoro profesional. En el concurso Fondart Regional 2015 logran la instalación de 124 butacas, cuentan con un sistema de iluminación para sala de conciertos obtenidos gracias al Fondo de la Música 2016. Gracias a el Fondo Audiovisual 2017 instalan proyector de cine DSP y sonido 5.1. Esta sala se incorpora a la Red de salas de Cine Chile durante el presente año 2022.

Corresponde señalar que Sala Nemesio colinda con un gran centro cívico, donde existen servicios como Registro Civil, Juzgado de Policía local, Unidad de Vivienda, Impuesto Territorial, Radio Comunitaria, etc. Lo que se establece como una oportunidad para la atracción de públicos, pero también como una amenaza, según señalan los integrantes del equipo de gestión. La distribución actual del espacio físico y las vías de acceso al complejo cívico producen escasa o nula visibilidad a la Sala de cine, donde los usuarios de los servicios municipales no logran ver la oferta y cartelera de la sala.

Gestión interna

Actualmente no existe un Plan Municipal de Cultura en la comuna de La Reina, ni tampoco un plan de gestión propio de la sala. Es importante destacar que el equipo de gestión que administra la sala, es el equipo comunal encargada de la gestión cultural municipal, por lo que sus funciones van más allá que la gestión de la sala de cine.

La Corporación Cultural de La Reina establece como Misión lo siguiente: Somos una organización que contribuye al mejoramiento de la calidad de vida de los vecinos de La Reina y de las audiencias del Gran Santiago, a través de la realización de diversas actividades artístico-culturales que fomentan el rescate de la identidad local, la participación social y el desarrollo personal, contribuyendo, además, a la descentralización de la oferta cultural en la Región. Con respecto a la Visión decretan: Aspiramos a ser un referente de participación social para que la cultura y las artes sean relevantes en la vida de las personas.

El objetivo general es contribuir al desarrollo cultural, fomentando la convergencia y participación ciudadana en toda su variedad, creando actividades que cautiven y sensibilicen al público en virtud de generar impacto social en nuestra comuna y el país.

Los objetivos específicos:

- Posicionar el espacio cultural actual mejorando su infraestructura, especialmente por medio del rescate y mejoramiento del inmueble de conservación histórica donde se desarrolla gran parte de las actividades.
- Elevar la calidad de la programación artística, mediante el mejoramiento alcanzado en infraestructura, con énfasis en el área de artes visuales y talleres, formando una parrilla constante y permanente de hitos fácilmente identificables por la comunidad.
- Expandir el impacto comunicacional y el radio de atracción del quehacer cultural de La Casona Nemesio Antúnez hacia otras comunas, captando nuevas audiencias.
- Descentralizar las actividades culturales al hacer converger en este centro cultural atractivos eventos para todo público.

El equipo de gestión cultural de la comuna, ha generado una oferta programática permanente de Casona Nemesio Antúnez, disponiendo de programas mensuales e hitos fácilmente identificables, con especial énfasis en el cine, la música popular, los nuevos medios, las artes visuales y el área contemporánea de la danza. Concretamente este desarrollo programático se circunscribe a un calendario estable de temporadas de conciertos (destacando últimamente los conciertos con apoyo audiovisual, como consecuencia del proyector DSP adquirido con financiamiento de Fondo Audiovisual 2017) de artistas consagrados y emergentes, espectáculos de artes escénicas con énfasis en el teatro emergente y la danza contemporánea, temporada de exposiciones de artes visuales, charlas, talleres, clínicas especializadas y workshops, además de actividades adscritas a iniciativas impulsadas por otros organismos o de carácter social, otorgando el espacio a diversas Organizaciones Sociales de la Comuna para el desarrollo de sus reuniones y/o encuentros.

En relación a la gestión de la Sala de cine, la Corporación Cultural de La Reina cuentan con convenios de programación con: Cineteca Nacional, Miradoc, BF Distribution y Festivales tales como FIDOCs, el Festival de Cine Contemporáneo Europeo, Festival Audiovisual Infantil Fan Chile. Además, se estableció un convenio formal con la Sociedad del Derecho de Autor (SCD) y ATN para la gestión de derechos de autor de los espectáculos presentados en nuestras dependencias. Asimismo, se firmó un convenio con el Instituto profesional ARCOS con el fin profesionalizar el trabajo en comunicaciones y producción cultural, mediante la práctica de estudiantes de las carreras de Fotografía, Diseño, Producción, entre otros.

Estas alianzas y convenios han permitido desarrollar Ciclos de Cine internacional, nacional, de cine independiente y documentales, asimismo se desarrolló la exhibición de cine mudo musicalizado en vivo. Destaca dentro de la gestión la realización del Primer Festival de Cine Comunitario (FECICOM).

En el último año destaca un trabajo integrado con Educación municipal, realizando exhibiciones cinematográficas para estudiantes de Establecimientos educacionales municipales, con el objetivo que todos los niños y niñas pasen al menos una vez al año por la sala de cine municipal, ofertando una experiencia artístico cultural a comunidades educativas con vulnerabilidad social y que difícilmente acceden al cine, según nos señalan los miembros del equipo de gestión. Se plantea

como un eje el desarrollo de audiencias y formación de públicos desde nivel escolar facilitando actividades de mediación artística.

Sala K

Descripción de la institución

Sala K es una fundación cultural sin fines de lucro, Fundación Kine Imágenes, integrada por cineastas, programadores y formadores de audiencias. Se describen como una plataforma de encuentro y exhibición que busca ampliar los conocimientos y reflexiones en torno al arte audiovisual en sus múltiples manifestaciones. Promueve la circulación y difusión cinematográfica, buscando crear un puente entre la producción nacional, latinoamericana y de autor.

Asimismo, ofrece espacios de formación de audiencias para todas las edades y públicos, con especial énfasis en el acompañamiento al trabajo docente en colegios e instituciones educativas. Busca promover un acceso más completo y diverso a la experiencia cinematográfica, compartiendo herramientas de apreciación audiovisual, influyendo en los hábitos de participación de las audiencias y proponiendo una oferta programática que ponga en contacto al público con el cine chileno, latinoamericano y de autor. (Documento interno Sala K).

Sala K es miembro fundador de la Red de Salas de Cine de Chile, con una participación activa en donde Teresita Ugarte (Coordinadora General de Sala K) es la Directora de esta Asociación Gremial. También participan de la Confederación Internacional de Salas de Cine Arte (CICAE).

Destaca que existe un estrecho vínculo entre Sala K y la industria audiovisual, ya que fue creada por un equipo de profesionales del cine en distintas áreas, provenientes de la post producción, dirección de fotografía, programadores, realizadores, productores y críticos de cine. Sala K en sus años de gestión se ha vuelto un referente y embajadores de contenido a través del trabajo colaborativo sostenido con las principales distribuidoras de cine nacional, artistas visuales y multimediales, así como organismos como el Centro Cultural España y el Goethe Institut.

Sala de cine

Sala K, funcionó entre los años 2015-2020 dentro de las instalaciones de la oficina de post producción Kiné Imágenes, en un micro cine de 40 butacas, ubicada en Barrio Italia comuna de Providencia. En una fase inicial, sus funciones se realizaban una vez a la semana, pero esa frecuencia se incrementó con rapidez hasta alcanzar 13 funciones semanales de miércoles a domingo, además de la realización de variados talleres de apreciación audiovisual. En los años de programación regular, esta sala fue sede de variados festivales como FIDOCs, Amor, DART, entre otros, así como diversas actividades del sector audiovisual, como funciones para críticos, avant premier, etc.

Debido a la Pandemia, después de estar un año cerrada la Sala de cine para la exhibición cinematográfica, Sala K se ve obligada a abandonar la infraestructura debiendo dejar su

equipamiento en bodegas. Gracias a la obtención de un Fondo CORFO PAR, en el verano 2021-2022 logran la adquisición de una pantalla inflable y equipamiento móvil que permite llevar al cine a las calles y plazas, en las comunas de Ñuñoa y Santiago, gracia a las alianzas gestionadas con esos municipios.

En junio de 2022 la Fundación firma un convenio con la Corporación Cultural de la Municipalidad de Maipú, donde en conjunto inauguran una sala de cine con 77 butacas dentro del Teatro Municipal de Maipú, donde se realizan funciones gratuitas los días jueves y sábados y una serie de talleres abiertos a la comunidad.

Gestión interna

La Fundación cultural Kiné Imágenes, trabaja según las necesidades y contextos culturales de los diferentes territorios y proyectos a los que se enfoca. En ellos busca entregar una programación diversa con una exigencia de calidad cinematográfica que represente el panorama tanto nacional, regional y del mundo. Sala K cuenta con un equipo de gestión compuesto por una coordinadora general, una encargada de programación, encargada de comunicaciones y un encargado de formación.

Entre sus lineamientos de gestión establecen como Misión: Somos una organización cultural que busca formar audiencias activas y reflexivas para el cine nacional e independiente, funcionando como una plataforma de circulación para el cine que no suele llegar a las multisalas y formando así un puente entre la producción nacional, latinoamericana y de autor, entregando diferentes espacios e instancias de encuentro y formación entorno al cine para las diferentes comunidades de cada territorio con los que trabaja.

La Visión corresponde a: Buscamos ser reconocidos en Chile como una fundación activa y educativa en el mundo del cine y el audiovisual, que trabaja volcada hacia los territorios como un aliado indispensable para el desarrollo de públicos, con un sello único de calidad en su programación y sus talleres de mediación. (salak.cl)

Sus líneas curatoriales están compuestas por:

- 1.- Cine Chileno: estrenos nacionales con la presentación de sus directores o equipo de producción.
- 2.- Cine internacional: se concentra en estrenos de cine arte y documentales con temáticas políticas, sociales y artísticas, por medio de contactos con distribuidoras nacionales, centros culturales como Goethe y CC España, y alianza con IN EDIT, además de acuerdos con distribuidoras internacionales
- 3.- Cine familiar: con temáticas educativas, contemporáneas y de calidad, que puedan aportar al acercamiento de los niños al cine, y a un encuentro familiar en los territorios escogidos con funciones al aire libre.

Sala K desde sus orígenes ha establecido estrategias de vinculación con el medio, las cuales tuvieron que diversificarse después de abandonar las instalaciones en barrio Italia en la comuna de Providencia. De esta forma generan un nuevo modelo de gestión basado en 3 aspectos:

1. Territorios y públicos. En sus alianzas con las municipalidades de Santiago, Ñuñoa y, más recientemente, Maipú, Sala K busca apoyar al conocimiento y desarrollo de los públicos de dichos territorios, por medio de levantamientos y estudios, para la búsqueda de nuevas alianzas y colaboradores, así como el diseño de actividades, exhibiciones y talleres acordes a las necesidades específicas de cada comunidad.

2. Programación cinematográfica. Esta línea de apoyo se concentra en la curatoría y programación de las películas que la municipalidad difunde en sus actividades de difusión cultural, fortaleciendo el trabajo del municipio en esa área, que muchas veces no cuenta con alguien especialmente dedicado al tema.

3. Infancia y educación. En línea con otras iniciativas realizadas por Sala K en el área educativa — como el programa Imágenes de infancia, financiado por el Fondo Audiovisual de Formación Escolar 2020— un desarrollo clave de este PAOCC es el proyecto "Cine y lenguaje", que se llevará a cabo con la Corporación Municipal de Educación (Codeduc) de la I. Municipalidad de Maipú, y que estará centrada en el trabajo con dos colegios de la comuna, en sus cursos de primer y segundo ciclo básicos. (documento interno Sala K)

Sala K busca ofrecer una programación de estrenos cinematográficos en formato gratuito, que contribuya a derribar la barrera de acceso cultural, con especial énfasis en la incorporación de público general que incluya niños, adolescentes y tercera edad. Entre las actividades que realizan destaca el proyecto "Cine y Lenguaje" implementado en Establecimientos educacionales municipales de las comunas de La Florida, La Cisterna y últimamente en Maipú. En el primer semestre de 2022 se da inicio a un ciclo de "Cine, música y baile", en espacios como El Ángel en Santiago, Galpón 7 y otras locaciones, en donde una programación especializada en cine de temáticas musicales para públicos más específicos, donde además se suma la colaboración de músicos nacionales con música en vivo y sesiones de DJ's para potenciar la escena creativa chilena.

En el transcurso de la pandemia, se continuó con talleres en modalidad online, sin perder el contacto con su público manteniendo su oferta programática de formación y mediación, sumando itinerancia por el territorio dentro de sus actividades.

En los municipios de Maipú y Santiago se realizarán Ciclos de Cine al aire libre con la intención de expandir el cine a los territorios, en lugares emblemáticos de las comunas, como plazas periféricas, para así llegar a un público más amplio y transversal, con una programación tanto familiar como de estrenos nacionales y ciclos temáticos. Además, tienen alianza con el Centro Cultural España, institución con la cual desarrollarán una colaboración programática para estrenos nacionales e internacionales durante el año. Asimismo, se vinculan con la academia, colaborando con la formación de estudiantes recibiendo alumnos practicantes de la Universidad del Desarrollo y Finis Terrae.

Además en sus años de gestión, han realizado conversatorios, charlas, master class, cineforos, paneles, que entrega un espacio de discusión y reflexión respecto al quehacer del cine, así como para las audiencias un lugar de encuentro con los realizadores y sus equipos en instancias íntimas y distendidas que acercan las obras a sus públicos.

Centro Arte Alameda

Descripción de la institución

Centro Arte Alameda fue fundado en 1992 como Cine Arte Alameda utilizando el edificio donde funcionó sala Normandie hasta 1991, en av. Libertador Bernardo O'Higgins (conocida como Alameda) en pleno centro de Santiago. Actualmente se constituye como Sociedad limitada y Corporación Cultural Arte Alameda.

Este centro cultural se orienta principalmente a la proyección de cine arte nacional e internacional, incluyendo muchas producciones no disponibles dentro de los cines comerciales de la ciudad, apostando por producciones independientes y contenido LGTBI (centro arte alameda.cl). Cine Arte Alameda ha formado parte de la Red de salas de cine Chile desde el origen de la organización.

Este centro cultural desde sus inicios hasta ahora se configura como un espacio liberal y de vanguardia, siendo icónica la proyección de “La última tentación de cristo” exhibida por primera vez en el país, después de la censura cinematográfica previa. Asimismo, fue el primer centro cultural en Chile en realizar ciclos de cine orientados a la comunidad LGTBIQ. Además de la exhibición cinematográfica, se ha dispuesto el espacio para la realización de conciertos, presentaciones en vivo y ferias.

Es importante destacar, que en el contexto del estallido social vivido en Chile en octubre de 2019 y las manifestaciones que continuaron por semanas, estando ubicado Centro Arte Alameda muy próximo al lugar de reunión de las protestas sociales, se dispuso de la infraestructura para la habilitación de un punto de primeros auxilios del SAMU (Servicio de Atención Médica de Urgencia) recibiendo a heridos por la acción policial, mientras intentaba mantener un funcionamiento regular.

El 27 de diciembre de 2019, en el contexto de las protestas sociales, se declara un incendio en Centro Arte Alameda en un enfrentamiento entre manifestantes y carabineros. El resultado del incendio fue la pérdida total del centro cultural y la necesidad de instalarse en un nuevo espacio para seguir con su funcionamiento.

Sala de cine

Centro Arte Alameda en su infraestructura original contaba con una sala de cine con 300 butacas y un microcine con 27 butacas. Actualmente se ubica en la Sala CEINA (Centro de Extensión del Instituto Nacional) en Arturo Prat 33, en pleno centro de Santiago, con una capacidad de 200 butacas, con una excelente calidad técnica en sonido y proyección.

Centro Arte Alameda ha logrado un posicionamiento dentro de la industria nacional, donde su sala de cine resulta ser un lugar obligatorio para la exhibición de creadores nacionales. (Plan de gestión 2020-2023)

Si bien la sala de cine tuvo que cambiar su emplazamiento, Centro Arte Alameda posee un público cautivo y leal, que ha vuelto asistir a su nueva localia, valorando las propuestas programáticas arriesgada u de vanguardia (Plan de gestión 2020-2023)

Gestión interna

Centro Arte Alameda se encuentra con un plan estratégico vigente 2020-2023, realizado por un proceso participativo de diagnóstico amplio, donde se establece:

Misión: Generamos una experiencia única mediante la distribución, promoción y exhibición de diversas expresiones artísticas del mundo, con especial énfasis en contenidos cinematográficos. A partir de una curatoría de vanguardia, compartimos con nuestra audiencia una propuesta de entretenimiento y desarrollo personal.

Visión: Ser un actor relevante en el fomento a las artes y pioneros en la entrega de contenidos innovadores, promoviendo y facilitando el acceso a la escena cultural tanto nacional como internacional.

El objetivo general que establecen es: Ampliar y consolidar la audiencia del Centro Arte Alameda a nivel nacional, facilitando el acceso al público a contenidos innovadores y de vanguardia en los próximos cinco años.

Los Objetivos específicos:

- Aumentar la oferta de contenidos en el mediano plazo, en plataformas propias.
- Incrementar la fidelización de la audiencia objetiva durante el periodo de expansión, desde las actividades en modalidad presencial y virtual.
- Alcanzar operaciones de distribución a nivel nacional y latinoamericano.
- Tener en la mira el CCAA para su reconstrucción
- Posicionar las operaciones del CCAA en la Sala CEINA en las audiencias y nueva territorialidad.

Cineteca Nacional

Descripción de la institución

Cineteca Nacional es una institución con más de 15 años de trayectoria que depende de la Fundación Cultural Palacio de La Moneda. Administrativamente es equivalente a un departamento al interior de la Fundación.

El 7 de marzo de 2006 abre a todo público la Cineteca Nacional de Chile, ubicada en la Plaza de la ciudadanía, dentro del recinto Centro Cultural La Moneda. Su misión es preservar, conservar y difundir el patrimonio cinematográfico y audiovisual del país, así como promover su conocimiento. Cuenta con cuatro bóvedas climatizadas (fílmico, nitrato, video y digital), un espacio para conservación de documentación, un laboratorio fílmico y un laboratorio de restauración digital. (Documento interno: Cineteca Nacional de Chile del Centro Cultural La Moneda 2006-2021)

Cineteca Nacional es miembro pleno de la Federación Internacional de Archivos Fílmicos, FIAF, y de la Coordinadora Latinoamericana de Archivos de Imagen en Movimiento, CLAIM. Además, se configura como un aliado de diversos actores sectoriales, en términos de difusión, de capacitación con las salas, cineastas, investigadores y festivales. También hay buena relación y colaboración con sus pares institucionales, como el Archivo Fílmico de la Universidad Católica, el Museo de la Memoria, con la USACH, el ICEI. Tiene también una vinculación con la institucionalidad pública. (documento de diagnóstico 2018)

Sala de cine

La Cineteca Nacional administra 2 salas de cine ubicadas en el Centro Cultural Palacio de La Moneda, ubicado en el subsuelo de la casa de gobierno, en pleno centro de Santiago.

Una de las salas cuenta con 210 butacas, con formato profesional de imagen y sonido y con altos estándares técnicos y de confort. La segunda sala, un microcine de 40 butacas. Además, posee un archivo online con más de 500 títulos patrimoniales y una plataforma VOD para programación de estrenos en línea.

La Sala está inspirada bajo un modelo de "Diversidad" por su gran variedad de programación audiovisual, aportada por programación externa como los festivales y las miradas internacionales desde los institutos culturales.

Gestión interna

La Cineteca se estructura en dos grandes áreas: Preservación y Mediación y audiencias, establecido en su plan estratégico que se actualiza anualmente. Dispone de un buen diseño organizacional, ordenado y sus equipos tienen funciones claras y definidas. Mantiene un modelo económico delicadamente vulnerable a través de dos principales fuentes de financiamiento. Por un lado la Fundación, que aporta los recursos correspondientes a gastos administrativos y de recursos humanos de base y, por otra parte, los recursos que entran por proyectos adjudicados en concursos públicos de cultura (documento de diagnóstico 2018).

La sala dispone de una administración contable y tributaria que proviene de la administración de la Fundación, lo que garantiza un orden en el control de gastos. Genera ingresos económicos

a través de la venta de entradas a las funciones, sin embargo, no dispone autónomamente de estos fondos ya que pasan a las arcas generales de la Fundación.

Con respecto a la Programación, existe el rol de programador de la sala, quien es responsable de proponer una programación anual, negociar los derechos de estos contenidos y velar por el buen funcionamiento de las salas. La programación proviene, en un porcentaje importante, de programadores externos (como festivales), programas de circulación como Miradoc y los propios productores o realizadores que solicitan espacio para estrenar.

Las principales actividades de la Cineteca Nacional son:

Área preservación: un objetivo importante de la institución es la conservación del patrimonio audiovisual, rescatando y recuperando material audiovisual chileno disperso y prácticamente desaparecido, es así que se ha logrado repatriar títulos como también realizar restauraciones de cine chileno. La Cineteca Nacional cuenta con un importante acervo patrimonial constituido por películas y registros filmicos en 35mm, 16mm, 8 y súper 8mm e inclusive en 9,5mm, los que suman 19.837 rollos en total. Para conservar estos archivos según los estándares mundialmente acordados por la Federación Internacional de Archivos Fílmicos (FIAF), la Cineteca Nacional de Chile el 27 de mayo de 2008 trasladó su acervo a la actual sede (de 2.500 m²) ubicada en José Domingo Cañas 1395, Ñuñoa.

Área acceso: otro de los focos de la institución es la difusión del cine nacional e internacional. Actualmente existe Cineteca Nacional Online, sitio de streaming, de acceso universal, disponible en cinetecanacional.cl desde el 18 de junio de 2013, que permite ver online gratuitamente películas chilenas depositadas en el acervo de la Cineteca, autorizadas por sus titulares. Desde septiembre de 2020 se encuentra además en funcionamiento una plataforma VOD de la Cineteca Nacional, que posibilita el estreno de películas chilenas y latinoamericanas y permite su visionado mediante el pago de un ticket con una validez de 24 horas. Cuenta además con un catálogo en línea del acervo, que permite conocer el detalle de las existencias de películas, registros y documentos salvaguardados por la Cineteca Nacional de Chile.

Área de mediación y audiencias: en primer lugar, cumplen con difundir el cine de calidad enfatizando en el cine chileno y latinoamericano en las salas del Centro Cultural La Moneda. La programación incluye estrenos nacionales e internacionales, muestras y títulos del acervo de la Cineteca, preestrenos, avant premieres y funciones especiales. También considera la alianza con la Red de Salas de Cine de Chile y la participación como sede de festivales de cine (Femcine, Fidocs, Chilemonos, Festival Movilh, entre otros), muestras y ciclos en colaboración con otros archivos, instituciones, embajadas e institutos culturales binacionales (Ciclo CLAIM, Ciclo de Cine Inclusivo, Ciclo Goethe Institut, Semana de Cine Francófono, entre otros) que permite acceder a cinematografías diversas, inéditas para el público chileno. La Cineteca Nacional también realiza un importante trabajo de puesta en valor de realizadores, actrices y actores emblemáticos del cine nacional.

Destaca el Festival de la Cineteca Nacional, evento dedicado en exclusiva a la difusión de cine chileno, que considera franjas del archivo de la Cineteca, una selección del cine chileno del año

anterior, preestrenos, retrospectivas y focos de realizadores nacionales, homenajes a actrices y actores y una instancia de Work in Progress. También contempla actividades de formación y mediación, como talleres de apreciación, clínicas con cineastas nacionales, cineforos, paneles y diálogos, entre otros.

Entre las actividades de formación, desarrollo y participación de públicos se encuentra “El cine de todos los chilenos” iniciativa que la Cineteca Nacional desarrolla desde el año 2014, con apoyo del Fondo de Fomento Audiovisual del Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio, destinada a la formación, desarrollo y participación de públicos. Gracias al mismo Fondo se desarrolla el Programa “Escuela al Cine”, que tiene por objetivo la formación de públicos escolares para el cine chileno. Esta misión se concreta por medio de la creación de Cineclubes Escolares en establecimientos educacionales, espacio coordinado por profesores y que agrupa a estudiantes en torno al cine y audiovisual, permitiendo así formar integralmente a niños, niñas y jóvenes del sistema escolar. Hoy el programa cuenta con 355 cineclubes presentes en todas las regiones del país, que forman parte de la Red Cineclub Escolar.

Cineteca Nacional también desarrolla actividades de extensión a lo largo del país, colaborando con alrededor de 40 espacios de Santiago y regiones, mediante la entrega de programación de su archivo y otros títulos gestionados especialmente con estos fines. Esta red de extensión considera salas de cine, centros culturales, universidades, museos, bibliotecas, entre otras instituciones. Por último, tiene una línea de investigación, contando con numerosas publicaciones a la fecha.

Tabla: Resumen caracterización Salas de cine Independiente Red RM

	Sala K	Sala Nemesio	C Arte Alameda	Cineteca Nacional
Tipo institución	Fundación cultural sin fines de lucro	Corporación cultural de La Reina	Corporación cultural y Sociedad Limitada	Fundación Centro cultural Palacio de La Moneda
Plan de Gestión	No posee	No posee	Actualizado 2020-2023	Anual
Sala de cine	Teatro Municipal Maipú 77 butacas	Sala cine 124 butacas	Sala Ceina 200 butacas	Sala 210 butacas microcine 40 butacas
Financiamiento	Fondos Públicos	Presupuesto municipal Fondos públicos	Autofinanciamiento, fondos públicos y privados	Presupuesto fiscal
Equipo de gestión	Cargos: coordinación, programación, formación y cc.	Desarrolla gestión cultural comunal	Gestión C Arte Alameda	Gestión de Cineteca
Principales Focos	Formación, exhibición y circulación	Cine de calidad Trabajo con EE	Distribución, promoción, exhibición contenidos de vanguardia	Preservación patrimonio, difusión, formación

Fuente: elaboración propia

2. Marco Teórico

2.1 Públicos, audiencias y desarrollo de públicos

El fomento de la participación cultural de la ciudadanía es una discusión que ha estado presente en las políticas culturales de la mayoría de los países Occidentales desde mediados del siglo XX. Esta discusión, encabezada por las distintas instituciones vinculadas a la cultura, se fundamenta en el derecho humano a la participación cultural, establecido en el Artículo 27 de la Declaración Universal de Derechos Humanos: “Toda persona tiene derecho a tomar parte libremente en la vida cultural de la comunidad, a gozar de las artes y a participar en el progreso científico y en los beneficios que de él resultan” (Asamblea General de la ONU, 1948). Es a partir de estas discusiones que las distintas instituciones culturales han adoptado diversos conceptos que permiten orientar las acciones en materia de fortalecimiento de la participación cultural de la ciudadanía. A continuación, se introducen conceptos que servirán para comprender la participación cultural en el campo audiovisual.

El concepto de públicos, por su parte, hace referencia 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). En la actualidad, sin embargo, se ha planteado que “los públicos no nacen, sino que se hacen” (García Canclini, 2007), es decir, que los públicos se construyen en la interacción con las ofertas culturales y los espacios de encuentro. A partir de lo anterior, se realza la necesidad de considerar a los públicos en el centro de la gestión de estos espacios, propiciando su participación activa.

Por otro lado, el término audiencias se ha comenzado a utilizar para identificar a “quienes realizan consumos culturales no presenciales a través de medios o plataformas digitales” (Bayón & Cuenca, 2019). Pero, además de la virtualidad, las audiencias se caracterizan por “la masividad, la multiplicidad de intereses, la inclinación por experiencias personalizadas, la volatilidad de preferencias, la búsqueda de interacción, la participación en conversaciones globales y el acceso omnicanal y asincrónico a los contenidos” (López, 2020).

Finalmente, 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 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).

Según Gutiérrez (Gutiérrez, 2010), las estrategias de desarrollo de públicos pueden adoptar al menos tres orientaciones, que se enmarcará en el contexto y etapa en que se encuentre el espacio cultural que encabezará el proceso:

- Fidelizar: mediante un proceso de profundización de la relación con los públicos regulares o habituales
- Ampliar: atraer públicos nuevos, con un perfil sociodemográfico similar a quienes ya

participan

- Diversificar: atraer públicos pertenecientes a otros perfiles sociodemográficos mediante estrategias de formación o creación de públicos.

Así, las estrategias de desarrollo de públicos están orientadas hacia “crear y mantener relaciones a largo plazo con públicos actuales y potenciales, incidiendo en el capital cultural y en el interés de las personas e impulsando la conformación de comunidades de públicos en torno a las organizaciones y espacios culturales a través de planes que los sitúan al centro de la gestión” (Cuenca-Amigo & Makua, 2018)

2.2 Crisis de públicos

La crisis sanitaria por COVID-19, con el consiguiente cierre de los espacios culturales a causa de los períodos de confinamiento, junto con la mantención de diversas medidas de restricción sanitaria, ha transformado profundamente la relación de los públicos con los espacios culturales y, por ende, ha transformado también los modos de participación cultural de los mismos. Si bien aún es pronto para dimensionar el alcance y trascendencia de estas transformaciones, ya es posible comparar dos escenarios de participación cultural en periodo de crisis sanitaria.

En 2021, con la paulatina apertura de los espacios culturales, manteniendo los resguardos sanitarios, los distintos espacios culturales han comenzado a vivir una lenta recuperación. Según un estudio de la Fundación SGAE realizado en España durante el periodo 2020-2021, las artes escénicas (teatro, danza y circo) están experimentando una recuperación dificultosa, puesto que en 2021 ofertaron un 28% menos de espectáculos a causa de las restricciones de aforos, lo que impidió el acceso de un 59,9% menos de espectadores a las funciones. La música popular, por su parte, logró recuperar un 40% de los espectadores respecto al año 2020, y en la música clásica los conciertos aumentaron un 38,8% respecto al año 2020, lo que significó un aumento de un 45,2% en los espectadores. Las salas de cine, que son consideradas como uno de los espacios culturales más perjudicados por la crisis sanitaria, consiguieron recuperar un 45% de las funciones presenciales, lo que representó la asistencia de un 56% más de públicos y la recaudación de un 52% más por venta de entradas respecto al año 2020.

Sin embargo, el escenario de participación y consumo de contenidos audiovisuales ya se encontraba atravesando un complejo proceso de transformación previo a la crisis sanitaria por COVID-19. El impacto del nuevo modelo económico, provocado por la disruptión de internet y la distribución de contenidos audiovisuales por vías digitales, aún no era superado.

Este nuevo modelo económico vino a poner en crisis el sistema clásico de distribución audiovisual, también conocido como “ventaneo”. Según Neira (Neira, 2021), “el “ventaneo” se refiere a encerrar la explotación comercial de los productos dentro de períodos de exclusividad, durante los cuales ese mismo producto no podía ser explotado de ninguna otra forma”. Por ejemplo, una película tenía una fecha de estreno rigurosa, y tenía que pasar un largo tiempo en cartelera antes de poder ser adquirida para verla en los hogares.

Según Neira (Neira, 2021), la generalización del modelo de suscripción a plataformas de streaming ha provocado lo que se denomina como “la crisis del ventaneo”, puesto que los públicos ya no están

obligados a pagar por acceder a un contenido audiovisual determinado en una sala de exhibición, ahora es posible pagar mensualmente una suscripción y acceder a todo el catálogo audiovisual que la plataforma ofrece en línea.

Esta crisis del modelo de distribución se agudizó tras la crisis sanitaria, puesto que fruto de la pandemia se incorporaron segmentos demográficos nuevos al consumo audiovisual por vías digitales, fenómeno que se conoce como “mayorías tardías”. Según Neira (Neira, 2021), diversos estudios muestran que los sectores más adultos, originalmente reticentes a integrarse a las plataformas de streaming, se animaron en pandemia a acceder por primera vez a estos contenidos. Hoy, las encuestas apuntan a que las audiencias, independiente de su edad, tenderán a mantener los nuevos hábitos adquiridos dadas las ventajas que ofrece el mundo virtual.

2.3 Experiencias de gestión de otras redes a nivel nacional e internacional

Red	Descripción
Red de Salas de Cine del MERCOSUR (RECAM)	<p>El Mercado Común del Sur (MERCOSUR), integrado por Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay, implementa la Red de Salas de Cine del MERCOSUR, una política de circulación audiovisual regional, cuyo propósito es <i>“analizar, desarrollar e implementar mecanismos dirigidos a promover la complementación e integración de estas industrias en la región, la armonización de las políticas públicas del sector, la promoción de la libre circulación de bienes y servicios cinematográficos en la región y la armonización de los aspectos legislativos”</i> (MERCOSUR/GMC/RES. No 49/03). El programa cuenta con un presupuesto, para el periodo que comprende entre los años 2009 a 2013, de 1,86 millones de euros, de los cuales 1,5 millones de euros proceden de la Unión Europea, y 360.000 euros del MERCOSUR.</p> <p>Con el propósito de cumplir con el objetivo de fortalecer el sector audiovisual de la región, el programa cuenta con cuatro ejes de trabajo: Estudios de legislación en el sector audiovisual en los países del MERCOSUR, Patrimonio Audiovisual del MERCOSUR, Fortalecimiento de las capacidades profesionales y técnicas e Implementación de una Red de 30 salas digitales en los países del MERCOSUR.</p> <p>A partir de lo anterior, se dio inicio a un trabajo de coordinación en red con treinta salas de exhibición existentes, cuya gestión de programación y transmisión de contenidos está a cargo de la Coordinadora Regional de Programación, con sede en la ciudad de Montevideo, compuesta por responsables de Dirección y técnica, Programación y Comunicación.</p> <p>ARGENTINA</p> <p>Cine Auditorium (San Salvador), Cine Teatro Deborah Jones de Williams (Chubut), Sala Angela Loig (Tierra del Fuego), Cine Teatro Municipal San Martín (Misiones), Artecinema (CABA), Cine Teatro Metro (Tucumán), Cine Tita Merello (Buenos Aires), Microcine del ENERC (CABA), El Teatrino (Salta), Casa del Bicentenario (Corrientes)</p>

	<p>BRASIL Sala Redenção – UFRGS (Porto Alegre), Fundação Joaquim Nabuco – Fundaj (Recife), UFBA (Salvador), CINUSP Paulo Emílio (São Paulo), CineUFSCar (São Carlos), UFG (Goiânia), UFES Cine Metrópolis (Vitória), UFPB Cine Aruanda (João Pessoa), UFPel (Pelotas), UFOP (Ouro Preto)</p> <p>PARAGUAY Cine Teatro del Puerto (Asunción), Universidad Nacional del Este (Ciudad del Este), Teatro de las Américas (Asunción), Centro Cultural de España Juan de Salazar (Asunción), Auditorio Mariscal Francisco Solano López (Encarnación)</p> <p>URUGUAY Nuevo Cine (Florida), Auditorio Municipal (Artigas), Cinevisión (Fray Bentos), Complejo Cultural 2 de Mayo (Castillos), Sala Zitarrosa (Montevideo)</p>
Red de Microcines Bolivia	<p>La Red de Microcines Bolivia es una iniciativa del Centro Cultural Yaneramai (empresa cultural boliviana dedicada a la gestión audiovisual en las áreas de distribución, exhibición, producción e investigación audiovisual), en alianza con el Grupo Chaski, institución civil fundadora del concepto microcine y que desarrolla el mismo proyecto en Perú bajo el nombre de Red Nacional de Microcines Chaski. Así, el proyecto Red de Microcines Bolivia es un método de trabajo que permite que el cine llegue a la población adecuadamente y que el público pueda utilizarlo como herramienta para un crecimiento humanizado, sin dejar de lado el entretenimiento.</p> <p>La Red se basa en un concepto micro empresarial, el cual puede ser de carácter comunal o privado, y funciona de forma descentralizada a través de líderes locales e instituciones representativas de las zonas interesadas. Un punto microcine se implementa a través de la refacción y acondicionamiento de espacios existentes para ser utilizados como espacios de exhibición. A la vez, se identifican personas interesadas en cumplir los roles de administración (programación, promoción, comunicación, exhibición, crítica, cine foro y limpieza). Ellas mismas se forman como gestoras audiovisuales a través de módulos de formación, donde aprenden principios básicos de historia del cine, lenguaje de la imagen, producción audiovisual, administración de empresas, gestión cultural y contabilidad, entre otras.</p> <p>El costo de las entradas está sujeto a la realidad económica del lugar donde se implementa el punto de microcine, lo que quiere decir que la entrada puede costar en una zona 0.30 centavos de dólar y en otra 1.30 dólares.</p>
Red Nacional de Microcines Chaski Perú	<p>El proyecto inició en el año 2002, cuando se presentó el proyecto de microcines en la I Cumbre de la Nueva Sociedad de la Información (Naciones Unidas, Suiza). Se empoderó a cada microcine de la red en la dirección del emprendimiento audiovisual propio, autónomo y sostenible.</p>

	<p>El proyecto cuenta con 11 funcionarios en la oficina central de Chaski, compuesto por los siguientes cargos: administración y coordinación, distribuidora digital, área técnica, investigación y sistematización, cine participativo, red nacional de microcines y dirección. A esto, se suman ocho coordinadores regionales que acompañan los cuatro microcines de su región.</p> <p>Para la exhibición de las películas se firmaron contratos y convenios con productores, directores y titulares de los derechos de los films. En estos contratos se definen y fijan los porcentajes de los ingresos generados que corresponden al microcine (exhibidor), la distribuidora digital Chaski (distribuidor) y a los productores y directores (proveedores).</p> <p>El público del microcine esta compuesto por personas que viven en barrios y comunidades que han perdido su acceso a la exhibición cinematográfica, o nunca lo tuvieron. Es un público que vive en zonas de grandes necesidades de desarrollo y dispone de pocos recursos. Frente a esto, se trabaja con un precio bajo para las entradas que varía de un sol a tres soles según la ubicación del microcine.</p> <p>Al mismo tiempo, se elaboró un programa de formación para la gestión de los microcines, comprendiendo los niveles básico, intermedio y avanzado, valiéndose de metodologías participativas. Los participantes de los grupos de aprendizaje de gestión de microcines, aprenden para enseñar y posteriormente replicar el emprendimiento audiovisual con nuevos grupos.</p>
Asociación Internacional de Salas de Cine (International Union of Cinemas - UNIC)	La Asociación Internacional de Salas de Cine es una entidad que busca representar a diversas instituciones europeas vinculadas al campo audiovisual, actuando como interlocutor entre éstas y la industria cinematográfica. Para esto, la Asociación organiza eventos, genera publicaciones y contenido y convoca a reuniones estratégicas con agentes vinculados al cine y la cultura. Dentro de estas iniciativas destaca la “Digital Single Market”, la que busca apoyar la difusión del cine europeo en los países que participan en la red a través de la implementación de 16 medidas legislativas.
National Federation of French Cinema	La Federación Nacional de Cine Francés es una asociación que busca representar a las salas de cine francesas frente a todos los posibles agentes relevantes, con especial énfasis en las autoridades públicas (Ministerio de Cultura y Comunicación, Centro Nacional de Cine e Imagen en Movimiento, Parlamento, etc.), pero también frente a autores, productores, distribuidores, canales de televisión, entre otros.
Red de Salas de Cine de Holanda	La Red de Salas de Cine de Holanda busca entregar conocimientos y herramientas sobre la industria audiovisual al público general, funcionando como un centro educativo donde se imparten talleres, charlas, seminarios y asesorías. Estas instancias tienen un cobro, con los que se busca recaudar ingresos para invertir

	en iniciativas y potenciar el desarrollo del cine en la región.
Red de Salas de Cine de España	La Red de Salas de Cine de España busca apoyar a las distintas salas en sus procesos de gestión con la industria cinematográfica a través de convenios directos con diversas instituciones legales y agentes, como sindicatos de productores, directores y distribuidores, de modo que las salas puedan sostener una comunicación efectiva con estos agentes y se potencie su desarrollo. Como estrategia de financiamiento, la organización recibe el 2% de las taquillas de las salas de la Red.
Red de Salas de Cine de México	La Red de Salas de Cine de México busca entregar conocimiento y herramientas vinculadas al campo audiovisual, mediante una serie de convenios con universidades nacionales, las que ofrecen talleres, diplomados y masters relacionados con lo audiovisual. La Red, por su parte, provee conocimientos, infraestructura y profesionales del área.
Asociación Nacional de Propietarios de Teatros (NATO)	<p>La Asociación Nacional de Propietarios de Teatros (National Association of Theatre Owners), es una entidad estadounidense que une a miles de cines independientes en el mundo, contando con 35.000 pantallas de cine en Estados Unidos y otras 33.000 en otros países.</p> <p>La organización fue fundada en 1965, cuando se fusionaron dos de las más importantes asociaciones de salas de cine en Estados Unidos, la Theater Owners of America y la Allied States Association of Motion Picture Exhibitors.</p> <p>Si bien esta red tiene una orientación más mercantilista, destaca entre sus funciones el programa de incentivos para que pequeños empresarios abran sus propias salas de cine y se integren a la asociación.</p>
Picturehouse Cinemas	<p>La Picturehouse Cinemas es una red de cines en Reino Unido, cuyas operaciones están a cargo de Picturehouse Cinemas Ltd, y su propiedad la detenta Cineworld. Además, la compañía cuenta con su propia agencia de distribución de cine, Picturehouse Entertainment.</p> <p>La cadena cuenta con 24 salas de cine en total; 10 en Londres y 14 en otras regiones de Reino Unido. Destaca entre sus estrategias las diversas iniciativas de marketing, entre las que se puede mencionar:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Creación de contenidos: Podcasts, entrevistas en exclusiva, etc. ● Merchandising: Poleras, libretas, loncheras, ítems de colección. ● Eventos: Eventos especiales para asistir al cine, “sing-along”, días con descuentos, funciones especiales madre-bebé, “discover tuesday”, etc. ● Tarjeta de Membresía: Hay dos tipos; corriente y plus, tienen convenios con comercios asociados.

	<ul style="list-style-type: none"> ● Gift Cards: Diseñadas para regalar según la ocasión ● Asociación con Mubi: Plataforma de VOD tipo Netflix, Holu, etc.
Red del Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA)	<p>El Instituto Nacional de Cine y Artes Visuales (INCAA) en Argentina tiene como misión “el fomento y la regulación de la actividad cinematográfica en todo el territorio de la República y en el exterior, teniendo la responsabilidad de la implementación de las políticas estratégicas dirigidas al sector audiovisual, con el objetivo de fortalecerlo y consolidarlo como industria”. La Red INCAA, por su parte, vincula a distintas salas de cine argentinas y en el extranjero con el fin de promover la distribución de cine nacional. Estas salas funcionan como multiespacio, desempeñando un papel social relevante en las distintas localidades donde se inscriben.</p> <p>Actualmente, la Red INCAA cuenta con las siguientes salas:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Espacio INCAA Gaumont (Ciudad Autónoma de Buenos Aires) ● Centro Cultural Municipal de Venado Tuerto (Santa Fe) ● Espacio INCAA cine-teatro Español (Neuquén) ● Cine-teatro Victoria (Entre Ríos) ● Espacio INCAA Hogar Escuela Nº 4660, Carmen Puch de Güemes (Salta) ● Espacio INCAA Sala Orestes Caviglia (Tucumán)

3. Metodología para elaboración del Plan de Gestión

La metodología utilizada para el levantamiento de información necesaria para la elaboración del Plan de gestión de la Red de Salas de Cine Chile de la región Metropolitana, fue diseñada en común acuerdo con los participantes de las 4 salas de la región. Estos señalaron la importancia de buscar información pertinente que contribuya a la gestión como red, en desmedro de un diagnóstico por sala y actividades participativas enfocadas en sus públicos particulares. Por esto se modifica la metodología inicialmente propuesta, con foco en la gestión de cada sala, para dar paso a una búsqueda de consensos y estrategias de acción conducentes al despliegue de la red a nivel territorial, que sea replicable a otras regiones del país.

Finalmente las técnicas de levantamiento de información aplicadas fueron las siguientes:

Técnicas Cualitativas:

Revisión información secundaria: se solicita a cada Sala la entrega de información sistematizada sobre su funcionamiento y gestión, con el fin de evitar una mayor cantidad de encuentros presenciales, respondiendo a los requerimientos de los equipos de gestión. La entrega de documentación fue diversa, desde postulaciones a fondos, proyectos antiguos, plan de gestión y registro de acciones realizadas. Además, se busca información bibliográfica que contribuya a la planificación de la red de salas de cine, buscando experiencias similares y un marco teórico que evidencie la situación después de los efectos de la pandemia.

3 encuentros virtuales con miembros Red de Salas: según las necesidades y requerimientos establecidos por la contraparte de la red, se estipula minimizar al máximo los encuentros por la escasez de tiempo. Se realizaron 3 encuentros virtuales durante los meses de octubre y noviembre, donde se expusieron los avances en la sistematización de información y las propuestas para la elaboración estratégica. El primer encuentro dio por resultado concretar las expectativas del trabajo en red, dando lineamientos del Plan de gestión que les gustaría desarrollar y también permitió ajustar los instrumentos de investigación planificados para aplicar, realizando un trabajo colaborativo con los representantes de las 4 salas. En los siguientes encuentros se expuso la propuesta de planificación estratégica elaborada por la asesora, la cual fue aceptada y aprobada por la Red de Salas de Cine.



14 octubre



11 noviembre



28 noviembre

1 encuentro presencial en Sala Nemesio: el equipo de gestión de Sala Nemesio estableció su disposición de realizar un encuentro presencial, por lo que se realizó un focus group con los profesionales de la Corporación Cultural de La Reina, para realizar un diagnóstico de su situación actual y expectativas del trabajo en red. La instancia incluyó una visita a la Sala de cine, comprendiendo de mejor manera la infraestructura necesaria y características de una sala de alta calidad técnica.



27 septiembre

Técnicas Cuantitativas:

Mapa de actores/agentes RM: en un primer momento se establece la necesidad de levantar un catastro o mapa de actores del ecosistema audiovisual de la región Metropolitana, con el objetivo de identificar agentes que puedan trabajar en red con las 4 salas que actualmente participan y establecer en concreto una real red de salas de cine a nivel regional. Luego del primer encuentro con los participantes de la red de salas de cine de la RM, se establece que se complementará el mapeo, con la base de datos de la institucionalidad municipal, más allá de las unidades de Cultura, las que también realizan actividades o tienen intenciones de desarrollar exhibiciones cinematográficas. Este mapa o base de datos de la región Metropolitana, se encuentra en formato de tabla Excel y fue la base para difundir una encuesta sobre identificación de experiencias audiovisuales en la RM. Esta gestión fue incluida como una acción concreta en la planificación estratégica, un primer paso para el desarrollo de Programas y objetivos estratégicos, que puede ser replicable en otras regiones donde participe la Red, cumpliendo los requerimientos de la contraparte. (Se entrega base de datos en Excel como anexo.)

Mapeo de iniciativas vinculadas al Audiovisual en la RM: a partir de la base de datos generada, se diseña una encuesta online que busca identificar espacios de exhibición cinematográfica y/o experiencias de formación o mediación audiovisual, que puedan convertirse en potenciales alianzas y donde la Red de salas de cine pueda ser un facilitador para la realización de actividades y pueda

dar cobertura a otras comunas y territorios que aún no son abordados por esta, lo que es replicable a otras regiones del país. El instrumento de levantamiento de información se elaboró en conjunto con los participantes de la Red de salas, siendo visado por la contraparte y puesto en circulación durante 2 semanas en el mes de noviembre. Se logró identificar 8 instituciones con acciones concretas e intenciones de trabajar colaborativamente con la Red.

Consulta a públicos online: Luego del 1er encuentro virtual con los participantes de la Red de Salas y frente el diagnóstico planteado en esa actividad, desde la consultora se ofrece nuevamente levantar información acerca de públicos, debido a que la pandemia generó un cambio en el comportamiento de consumo audiovisual. La contraparte acepta esta herramienta, por lo que se elabora una encuesta on line sobre consumo audiovisual, dirigida a públicos y no públicos, difundida por redes sociales del equipo consultor y también de la red de salas durante 2 semanas en el mes de noviembre llegando a 258 respuestas.

4. Sistematización de Resultados y Diagnóstico

4.1 Principales conclusiones de los encuentros

Los 4 encuentros sostenidos con los miembros de la Red de Salas de Cine de la región Metropolitana, entregaron las expectativas del trabajo en red, como también un diagnóstico del consumo audiovisual después de un proceso de pandemia. Asimismo, se establecieron consensos relevantes para la elaboración del plan de gestión que se muestran a continuación:

- Particularidad y autonomía de cada sala: Las salas que participan de la RED poseen diferencias en su gestión, infraestructura, cartelera e historia. Se respeta la autonomía en la gestión de cada sala y se busca generar acciones colaborativas como red, actuando como bloque, sin interferir en el funcionamiento interno.
- Necesidad del fortalecimiento territorial: se establece que la futura planificación debe estar orientada a fortalecer vínculos con instituciones públicas, privadas, educacionales y municipios, para poder generar un desarrollo territorial en los objetivos planteados como red, promoviendo actividades de formación de públicos, mediación y exhibición de cine de calidad, potenciando el cine chileno y latinoamericano.
- Planificación proyectable a otras regiones: la estrategia territorial, debe ser elaborada en un Plan que sea replicable a nivel nacional, considerando acciones concretas que pueden desarrollarse en cualquier territorio, sin un carácter centralizado.
- Crisis de audiencias: una de las principales dificultades que enfrenta el sector artístico cultural es la crisis de audiencia, especialmente el sector audiovisual, ya que debido a la pandemia hubo cambios en el consumo audiovisual, tomando protagonismo el streaming. A la comodidad de acceder a una oferta audiovisual en el hogar, se suma el contexto social vivido en Chile tras el estallido social, que ha generado una sensación de inseguridad,

especialmente en el centro de Santiago. Una evidencia clara y que afecta directamente a la Red de salas es el incendio sufrido por Centro Arte Alameda, centro de asistencia de salud en los días de protestas para los manifestantes heridos por la fuerza policial.

- Estrategias frente a la crisis: frente a la crisis de audiencias a nivel global debido a la pandemia de COVID 19, se establece como prioritario definir estrategias que logren reencantar a los públicos. Se establece que deben complementarse las exhibiciones de audiovisuales con otras actividades de mediación. Hacer más atractiva la oferta, la película y algo más que atraiga a las audiencias.
- Formación de públicos: frente a la necesidad de generar nuevas audiencias y en línea con las políticas y el fomento de la participación del ecosistema cultural de todas las personas para su desarrollo, se establece prioritario generar una línea estratégica para la formación de audiencias desplegadas en el territorio, vinculándose con el sistema escolar.

FODA

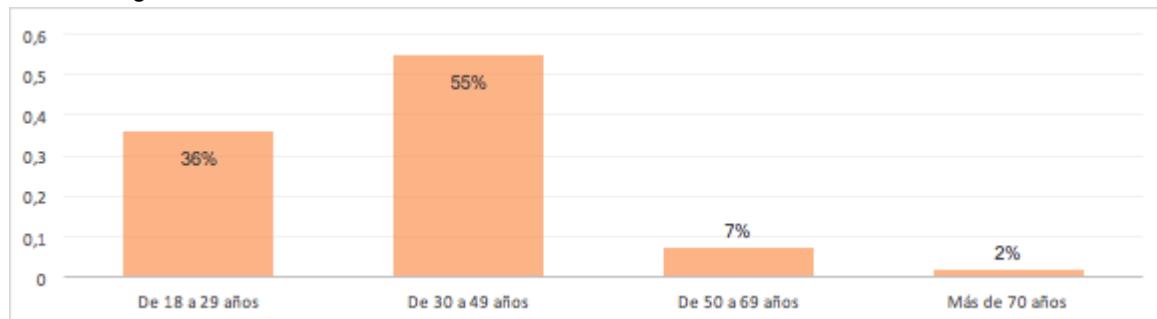
Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> ●Objetivo común de democratizar el acceso al cine de calidad. ●Trabajar colaborativamente para el logro de objetivos. ●Trabajo autónomo de las salas. ●Experiencia en gestión en salas de cine que puede ser compartida. 	<ul style="list-style-type: none"> ●Nueva institucionalidad, autoridades y actualización de políticas. ●Plan Nacional de formación y desarrollo de públicos. ●Ley de donaciones culturales ●Aumento de la producción audiovisual nacional.
Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> ●Equipos de gestión de las salas multifacéticos y copados, deja poco espacio para el trabajo en RED. 	<ul style="list-style-type: none"> ●Medidas restrictivas de Covid ●Sentimiento de inseguridad tras estallido social.

4.2 Consulta en línea de Participación y Consumo Audiovisual

Parte 1. Datos demográficos

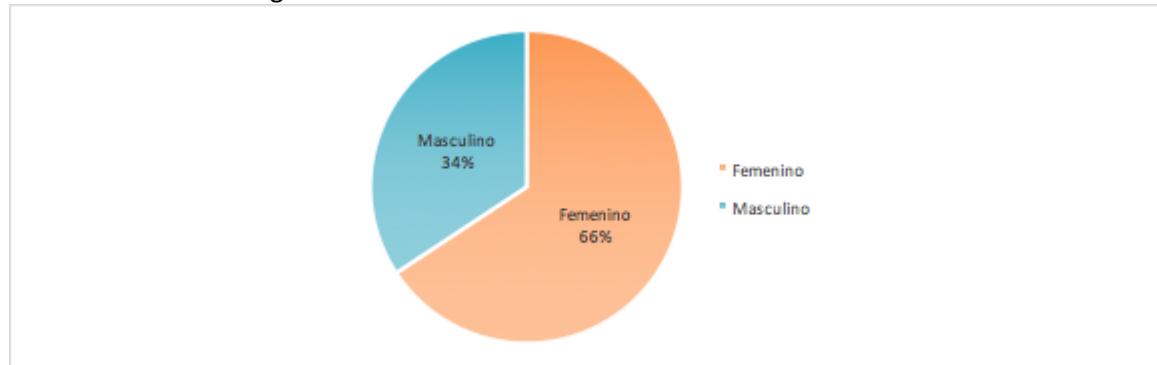
En primer lugar, se identifica que del total de encuestados la mayoría son adultos(as) jóvenes entre 30 a 49 años, quienes representan un 55%. Le siguen las y los jóvenes de 18 a 29 años, con un 36% del total, y las y los adultos entre 50 a 69 años con un 7%. Las y los adultos(as) mayores a 70 años solo representan un 2% de los casos.

Gráfico 1. ¿Cuál es su edad?



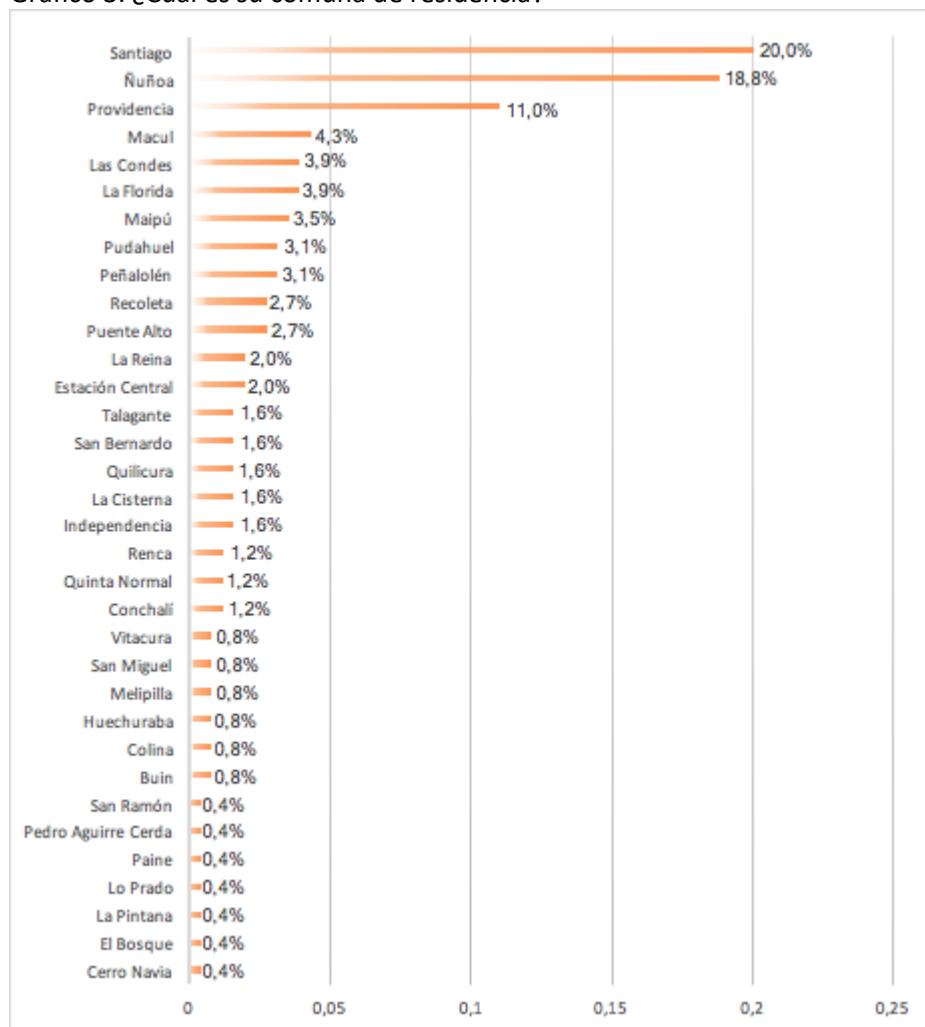
En cuanto al género de las y los encuestados, se identifica que la mayoría corresponde al género femenino, quienes representan un 66% del total de casos, mientras que el género masculino ocupa el otro 34% del total.

Gráfico 2. ¿Cuál es su género?



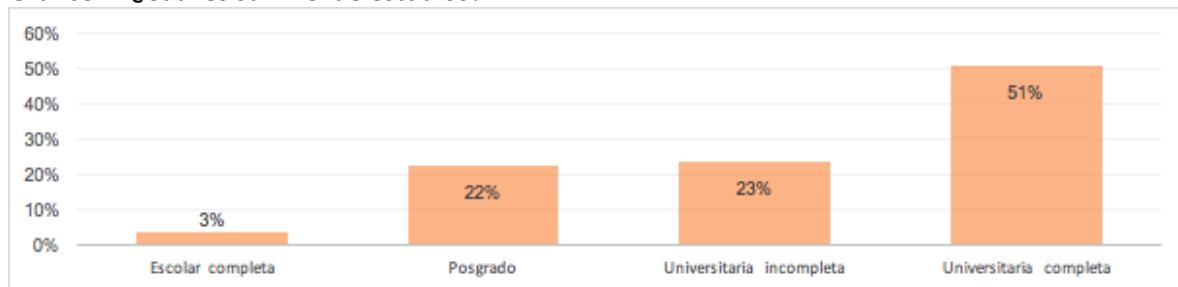
Al consultar por la comuna de residencia de las y los encuestados dentro de la Región Metropolitana, se identifica que la comuna significativa es Santiago, con un 20%, siguiéndole Ñuñoa (18,8%), Providencia (11%), Macul (4,3%), Las Condes (3,9%), La Florida (3,9%), Maipú (3,5%), Pudahuel (3,1%), Peñalolén (3,1%), Recoleta (2,7%), Puente Alto (2%), La Reina (2%) y Estación Central (2%).

Gráfico 3. ¿Cuál es su comuna de residencia?



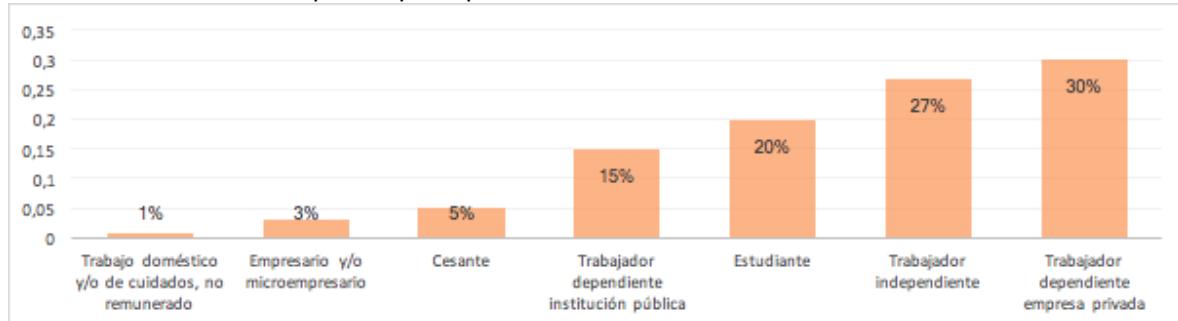
En cuanto al nivel de estudios de las y los encuestados, se identifica que la mitad de los casos cuenta con un grado universitario (51%), siguiéndole aquellos(as) que presentan un grado universitario incompleto (23%) y quienes poseen un título de posgrado (22%). Finalmente, solo un 3% de los casos presenta sólo la enseñanza escolar completa.

Gráfico 4. ¿Cuál es su nivel de estudios?



Finalmente, respecto a la ocupación principal de las y los encuestados, se identifica que un número significativo corresponden a trabajadores(as) dependientes de empresas privadas (30%), siguiéndole las y los trabajadores(as) independientes (27%), las y los estudiantes (20%) y las y los trabajadores(as) dependientes de instituciones públicas (15%). Destaca, además, que tan sólo un 1% corresponde a personas que realizan trabajos domésticos y/o de cuidado no remunerado.

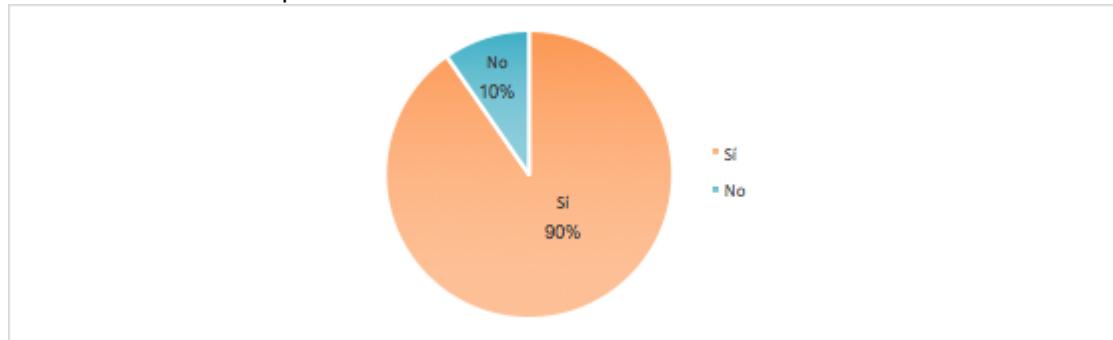
Gráfico 5. ¿Cuál es su ocupación principal?



Parte 2. Participación Cultural y Audiovisual

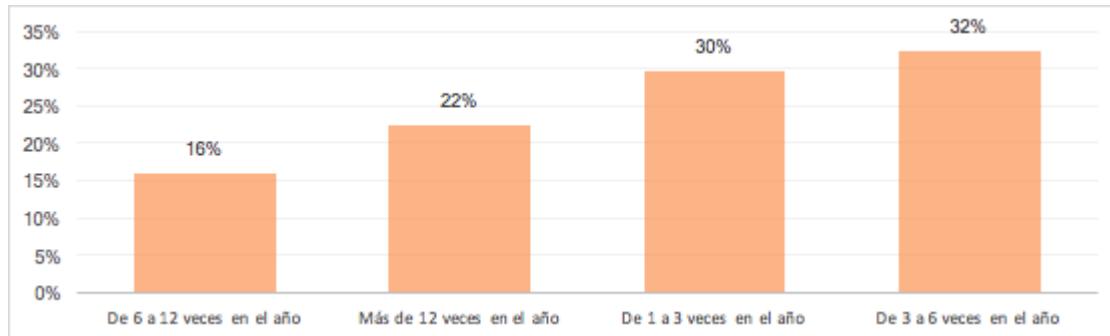
Al consultar por la asistencia presencial a actividades artístico culturales durante el último año, se identifica que un 90% de las y los encuestados ha participado presencialmente en alguna actividad, mientras que tan sólo un 10% no ha asistido a ninguna actividad.

Gráfico 6. ¿Ha asistido presencialmente a actividades artístico culturales durante el último año?



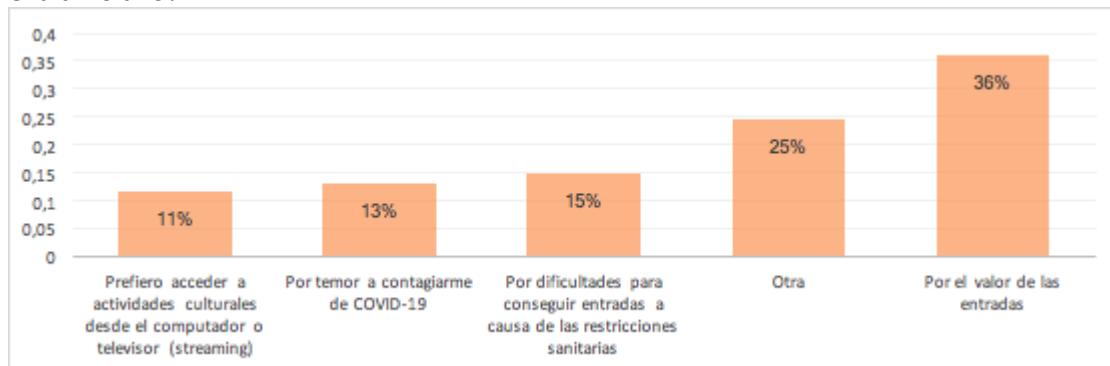
De entre quienes contestaron sí a la pregunta anterior, se identifica que la mayoría ha participado entre 1 a 6 veces en el último año (62%), siguiéndole aquellos(as) que han participado más de 12 veces en el año (22%) y quienes han participado de 6 a 12 veces en el año (16%).

Gráfico 7. Si su respuesta fue sí, ¿Cuántas veces ha asistido a actividades artístico culturales durante el último año?



Por otro lado, de quienes contestaron que no han asistido a actividades artístico culturales durante el último año, se identifica que el principal factor de inasistencia es el valor de las entradas (36%), siguiéndole las dificultades para conseguir entradas a causa de las restricciones sanitarias (15%), por temor a contagiarse de COVID-19 (13%) y finalmente están quienes prefieren acceder a las actividades vía streaming (11%).

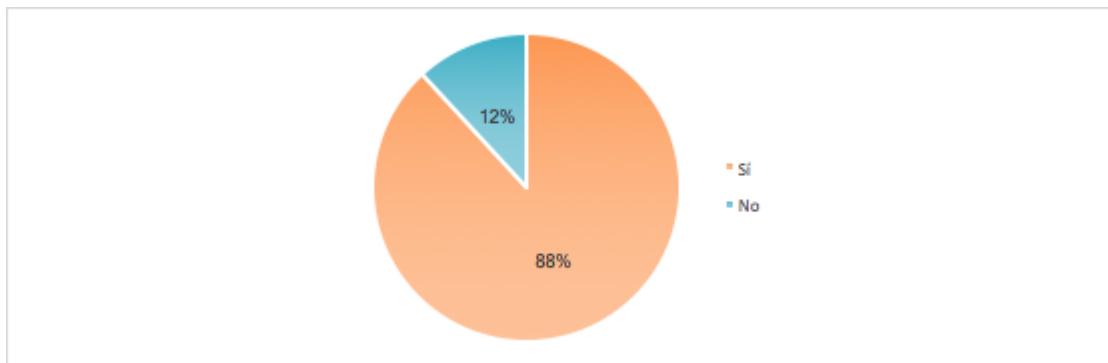
Gráfico 8. Si su respuesta fue no, ¿Por qué no ha asistido a actividades artístico culturales durante el último año?



Se mencionan, adicionalmente, otros motivos no considerados en la encuesta que inciden en la inasistencia a actividades artístico culturales presenciales, entre las que destacan: falta de tiempo para asistir, desconocimiento de las actividades que se están realizando e impedimentos por trabajos de cuidado no remunerado (cuidado de hijos/as).

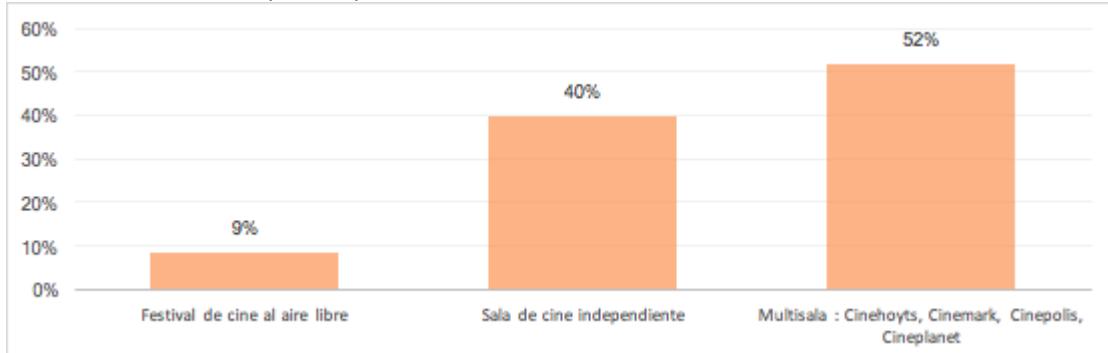
Al consultar específicamente por la asistencia a salas de cine o instancias de exhibición cinematográfica durante el último año, se identifica que los resultados son similares a la pregunta anterior: un 88% indica haber asistido presencialmente, mientras que tan sólo un 12% manifiesta no haber asistido a ninguna actividad durante el último año.

Gráfico 9. ¿Ha asistido a salas de cine o a instancias de exhibición de formatos audiovisuales en el último año?



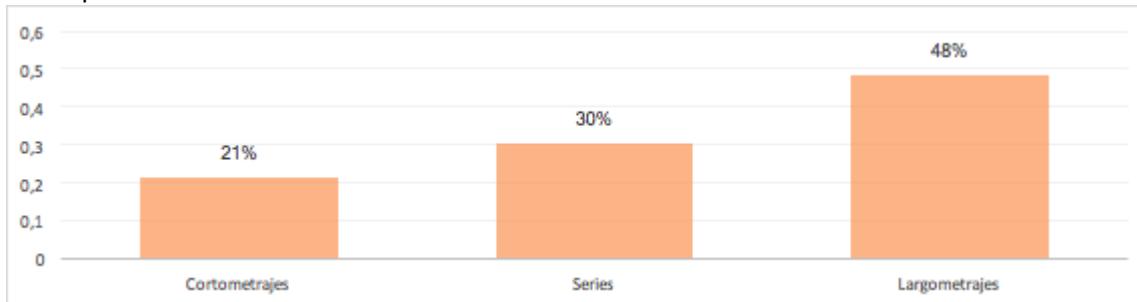
En esta misma línea, al consultar por el tipo de salas de cine a las que han asistido, se identifica que la mayoría ha participado en alguna exhibición en una multisala (52%) y otro 40% indica haber asistido a una sala de cine independiente. Destaca que, adicionalmente, un 9% de los encuestados manifiesta haber asistido a un festival de cine al aire libre.

Gráfico 10. ¿A qué tipo de salas de cine ha asistido en el último año?



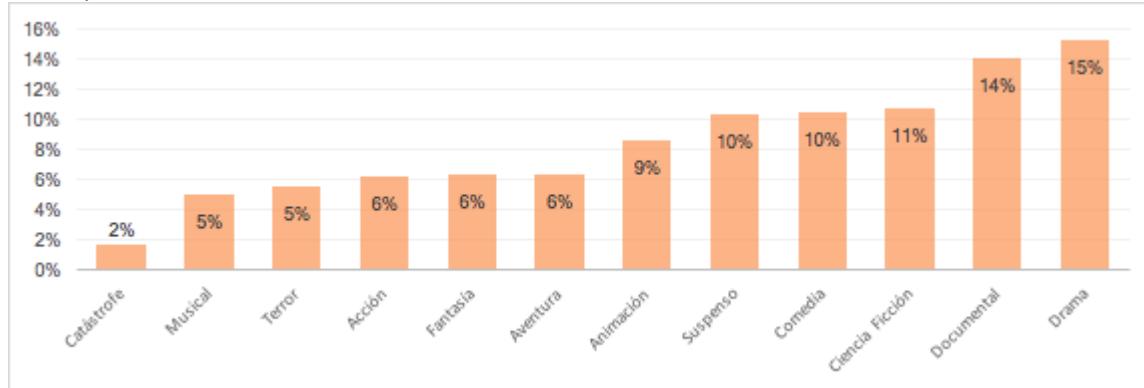
Por otro lado, al consultar por la preferencia en términos de formatos audiovisuales, se identifica que casi la mitad de las y los encuestados prefieren los largometrajes (48%), siguiéndole las series (30%) y los cortometrajes (21%).

Gráfico 11. ¿Cuál es su preferencia en términos de formatos audiovisuales? Marque todas las que correspondan



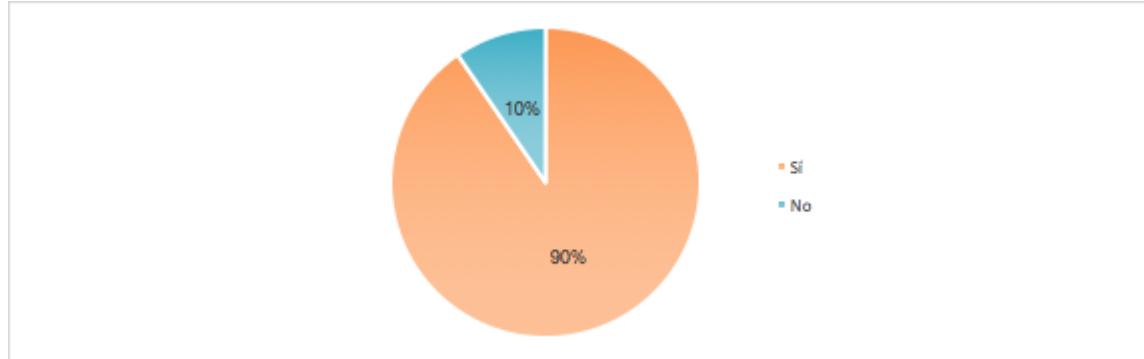
Por otro lado, al consultar por las preferencias en términos de géneros audiovisuales, se identifica que un 15% de las y los encuestados prefieren el drama, siguiéndole el documental (14%), la ciencia ficción (11%), la comedia (10%), el suspenso (10%) y la animación (9%).

Gráfico 12. ¿Cuál es su preferencia en términos de géneros audiovisuales? Marque todas las que correspondan



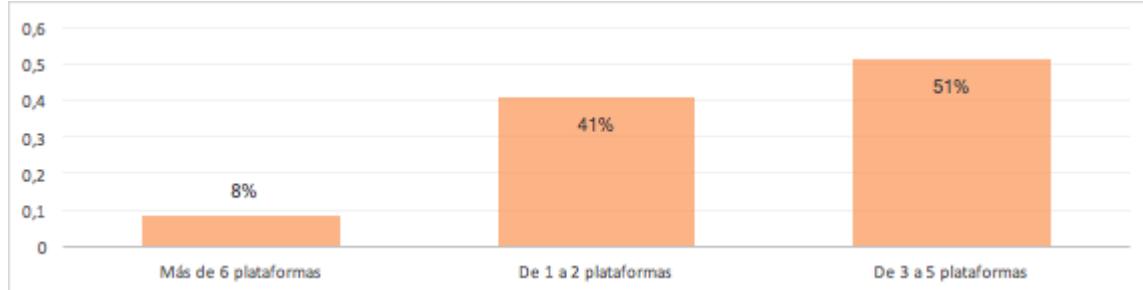
En otro orden de cosas, se consulta a las y los encuestados(as) si son usuarios(as) de plataformas de streaming, donde se identifica que un 90% de estos manifiesta que si es usuario, mientras que tan sólo un 10% indica que no es usuario de ninguna cuenta de este tipo.

Gráfico 13. ¿Es usuario de plataformas de streaming?



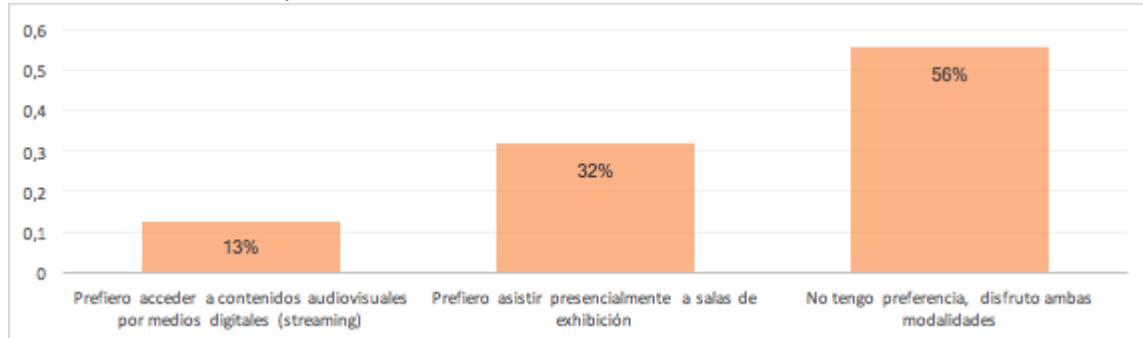
De aquellos que contestaron que si son usuarios de plataformas de streaming, se identifica que más de la mitad tiene entre 3 y 5 plataformas de streaming, mientras que un 41% tiene entre 1 y 2 plataformas. Destaca que tan sólo un 8% de las y los encuestados es usuario de más de 6 plataformas de streaming.

Gráfico 14. ¿Cuántas plataformas de streaming de pago tienes en tu casa?



En cuanto a la preferencia de las y los encuestados en términos de acceso a los contenidos audiovisuales, se identifica que la mayoría no tiene preferencia específica, y disfruta tanto la presencialidad en una sala de cine como la modalidad streaming (56%). Por otro lado, un 32% manifiesta que prefiere asistir presencialmente y un 13% indica que prefiere acceder a contenidos audiovisuales por medios digitales.

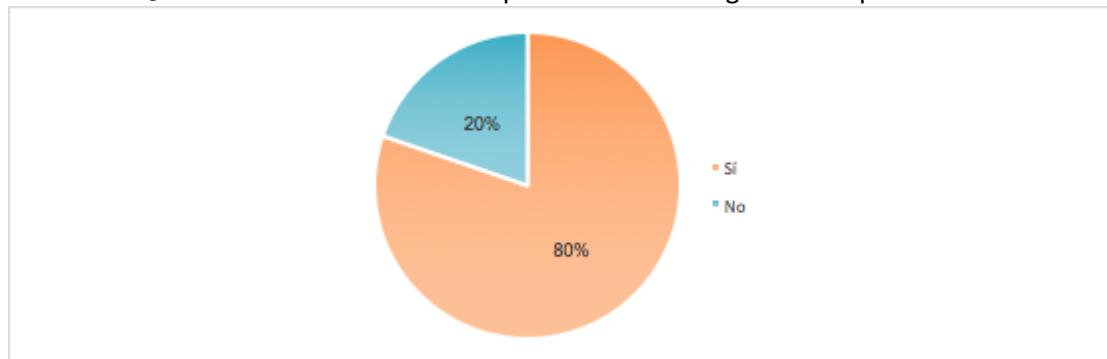
Gráfico 15. ¿Cuál es su preferencia en términos de acceso a contenidos audiovisuales?



Parte 3. Red de Salas de Cine Región Metropolitana

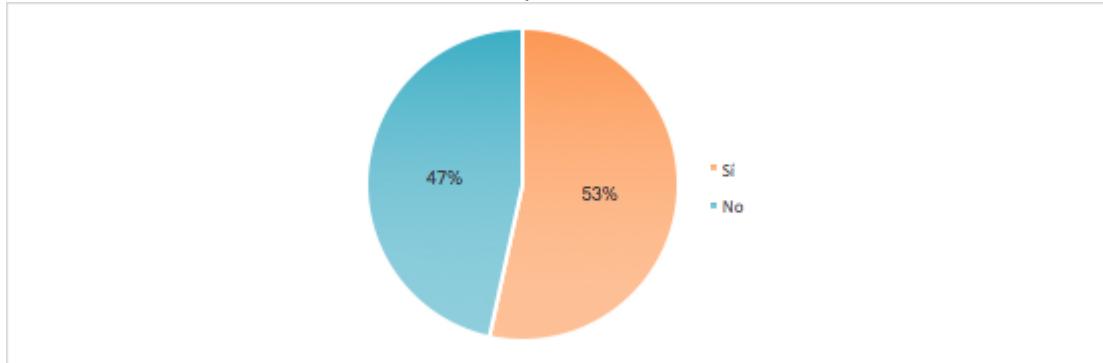
Al consultar a las y los encuestados si conocen las salas de cine independiente de la Región Metropolitana, se identifica que la gran mayoría si las conoce (80%), mientras que un 20% manifiesta que no conoce estas salas.

Gráfico 16. ¿Conoce las salas de cine independiente de la Región Metropolitana?



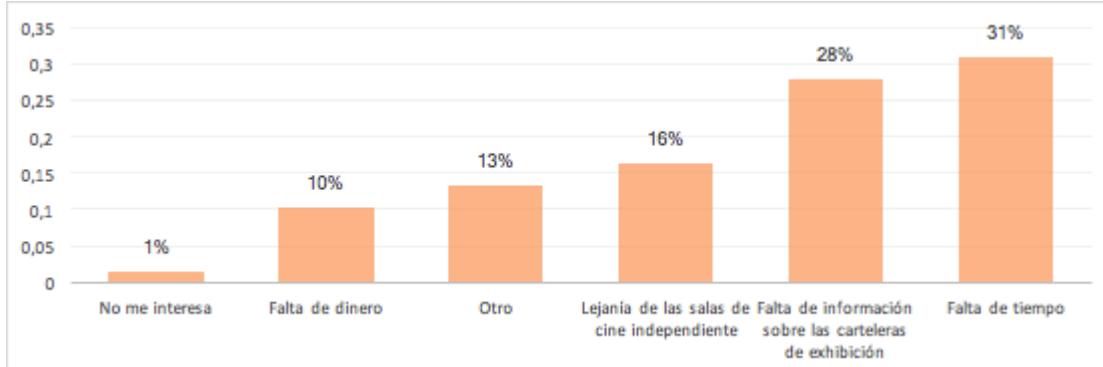
De quienes contestaron que sí conocen las salas de cine independiente, se identifica que un 53% de estos(as) ha asistido presencialmente a alguna función en una sala de cine independiente durante el último año, mientras que un 47% no ha asistido a ninguna.

Gráfico 17. ¿Ha asistido a salas de cine independiente en el último año?



Finalmente, para quienes contestaron que no han asistido durante el último año a alguna función en una sala de cine independiente, se identifica que los principales factores que inciden en la inasistencia son la falta de tiempo (31%), falta de información sobre las carteleras de exhibición (28%), la lejanía de las salas de cine independiente respecto de su domicilio (16%) y la falta de tiempo (10%). Destaca que tan sólo un 1% de los encuestados(as) manifiesta que no asiste porque no le interesan este tipo de funciones.

Gráfico 18. Si su respuesta fue no, ¿Cuál es el principal factor que impide que usted asista a salas de cine independiente?



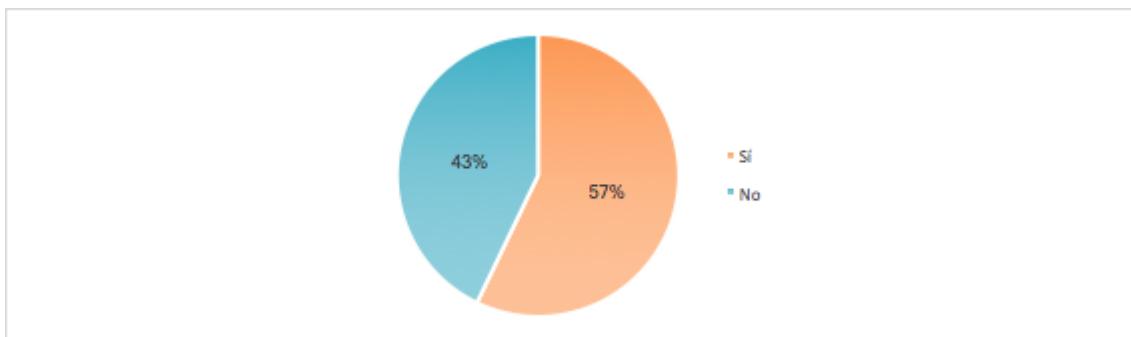
A esto, se suman otros factores mencionados por las y los encuestados, entre los que destacan: poca motivación, horarios y carteleras muy acotados, falta de información sobre medidas de seguridad por COVID-19 y dificultades de acceso por discapacidad.

4.3 Mapeo de iniciativas vinculadas al Campo Audiovisual en la Región Metropolitana

A continuación se presentan los resultados del Mapeo de iniciativas vinculadas al Campo Audiovisual en la Región Metropolitana, donde se obtuvo un total de 8 casos.

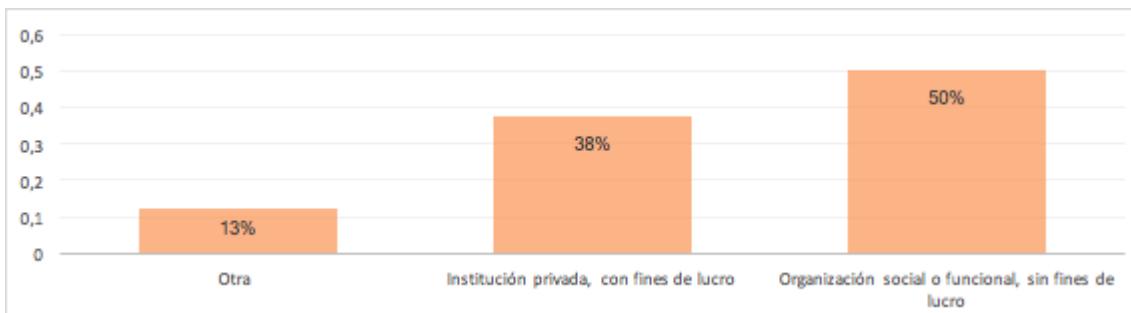
En primer lugar, al consultar a las y los encuestados si conocían previamente la existencia de la Red de Salas de Cine Chile, se identifica que un 57% si tenía previo conocimiento de existencia de la Red, mientras que un 43% no conocía la red.

Gráfica 19. ¿Conocía previamente la existencia de la Red de Salas de Cine Chile?



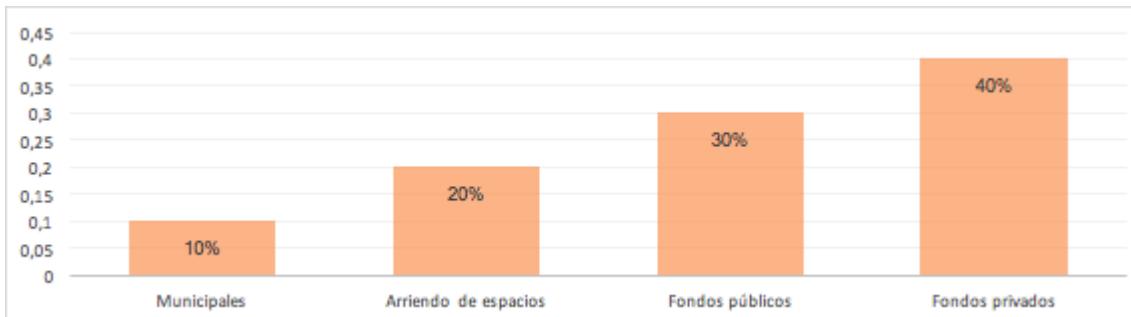
Por otro lado, al consultar por la dependencia de la institución u organización de las y los encuestados, se identifica que la mitad pertenece a organizaciones sociales funcionales sin fines de lucro, siguiéndole las instituciones privadas (38%) y otras instituciones (13%).

Gráfica 20. ¿Cuál es la dependencia de la institución u organización a la que pertenece?



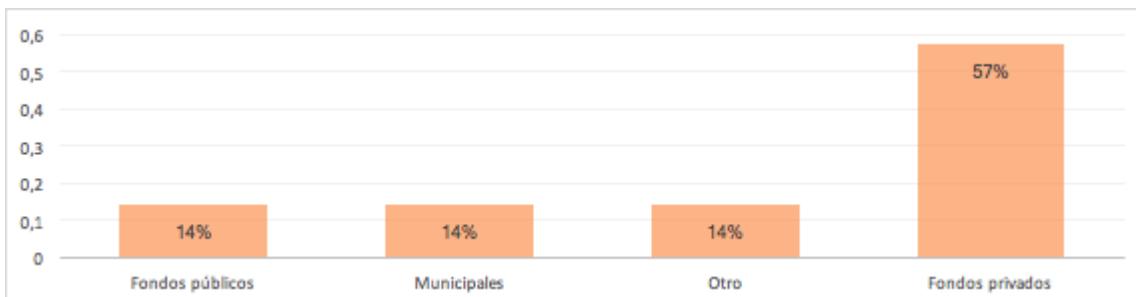
Respecto a los medios de financiamiento de las instituciones u organizaciones de las y los encuestados, se identifica que un 40% recibe financiamiento privado, un 30% recibe fondos públicos, un 20% arrienda espacios y un 10% recibe financiamiento municipal.

Gráfica 21. ¿Cuáles son los medios de financiamiento de su institución u organización?



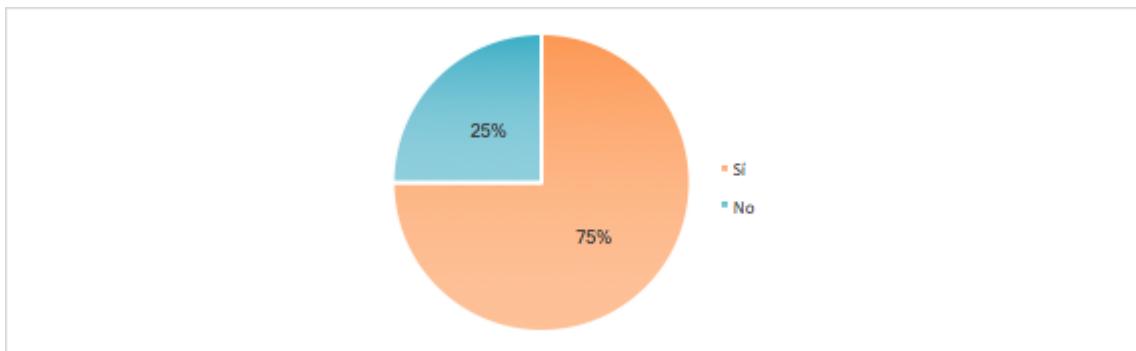
En esta misma línea, al consultar por el medio de financiamiento que representa un mayor porcentaje respecto al total, se identifica que un 57% se financia principalmente con fondos privados, mientras que los fondos públicos y municipales representan ambos un 14% cada uno.

Gráfica 22. De los medios de financiamiento que actualmente tiene su institución u organización, ¿Cuál representa el mayor porcentaje de Financiamiento?



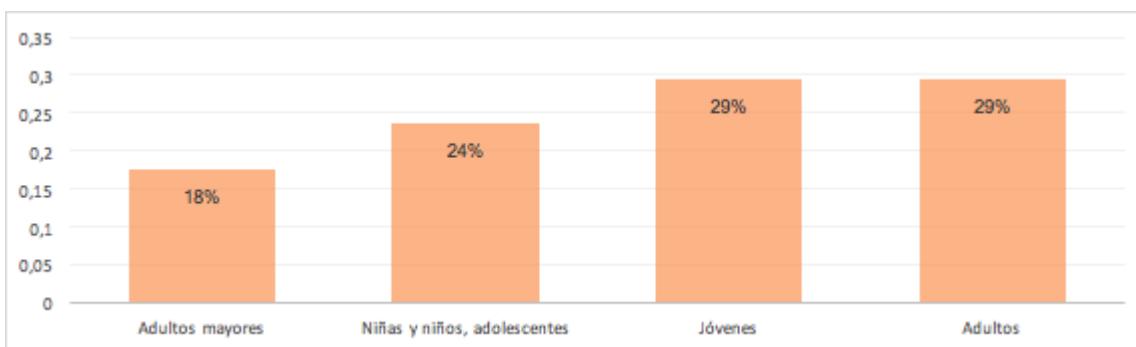
Por otro lado, al consultar por el desarrollo de actividades artístico culturales, un 75% de las y los encuestados manifiestan que en su institución u organización si realizan este tipo de actividades, mientras que un 25% indica que no desarrollan actividades.

Gráfica 23. ¿Su organización o institución realiza actividades artístico culturales durante el año con distintos públicos?



A su vez, se consulta con qué públicos las distintas instituciones u organizaciones encuestadas desarrollan actividades artístico culturales, y se identifica que un 29% realiza actividades para adultos, un 29% con jóvenes, un 24% con niños, niñas y adolescentes y un 18% con adultos mayores.

Gráfica 24. En caso que la respuesta sea sí ¿Con qué públicos?



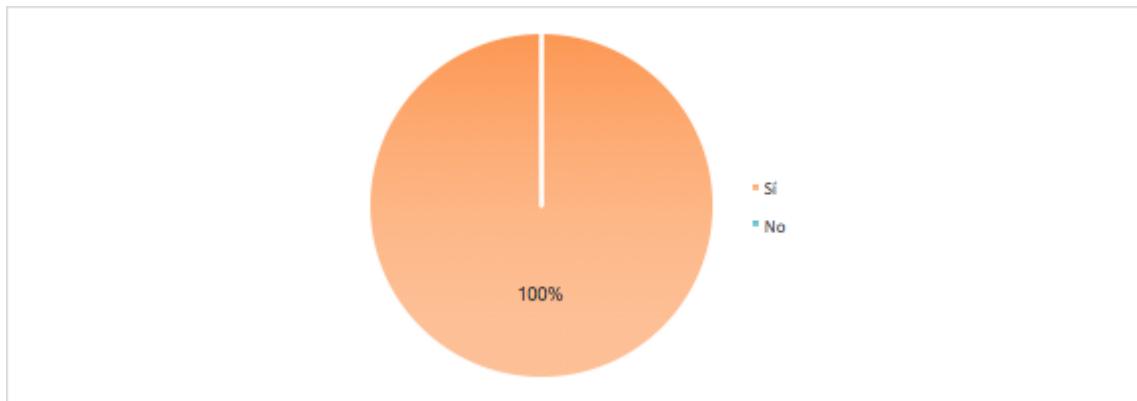
Por otro lado, en cuanto a los ámbitos artísticos en torno a los que las distintas instituciones u organizaciones encuestadas desarrollan actividades artístico culturales, se identifica que un 27% realiza actividades vinculadas al campo audiovisual, siguiéndole las artes escénicas (15%), patrimonio (12%), folclore (12%), artes visuales (12%), artesanía (8%) y diseño (4%).

Gráfica 25. ¿En qué ámbitos artísticos su organización o institución realiza actividades de programación cultural?



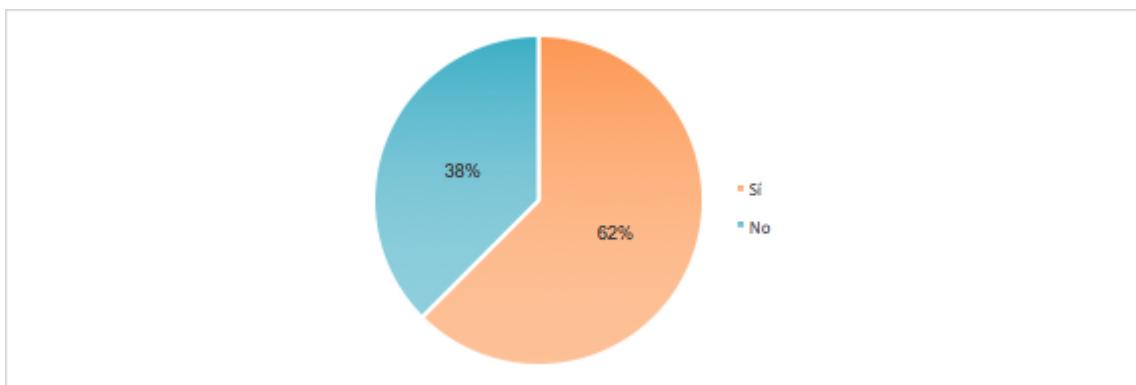
Por otra parte, se identifica que la totalidad de las instituciones u organizaciones encuestadas realizan actividades específicas relacionadas al campo audiovisual.

Gráfica 26. ¿Su institución u organización desarrolla actividades específicas en relación a temáticas audiovisuales?



Finalmente, de estas, tan solo un 62% desarrolla actividades específicas de exhibición cinematográfica, mientras que un 38% no realiza exhibiciones.

Gráfica 27. ¿Su institución u organización desarrolla actividades específicas de exhibición cinematográfica?



5. Planificación estratégica

La Red de Salas de cine independiente es un colectivo donde participan 18 salas a nivel nacional, de diferentes características, desde su infraestructura, gestión y emplazamientos territoriales. A través de la asociación se busca un trabajo colaborativo, valorando y respetando el trabajo autónomo de cada sala, trabajando en conjunto por fines comunes.

Para la actualización del plan de gestión, se mantienen los principales focos para lo cual fue desarrollada la Red de salas de Cine, estableciendo como misión y visión lo siguiente:

Misión: “Consolidar una red de salas de cine independiente posicionándose como figura relevante en la discusión y formulación de políticas audiovisuales y referente en la formación de audiencias.”

Visión: “Red asociativa y descentralizada en el territorio nacional que promueve la circulación de producciones audiovisuales nacionales y extranjeras, similares en su alto contenido de calidad que fomente la formación a través de la mediación con audiencias reflexivas.”

Se establecen 4 objetivos estratégicos para la gestión en la región Metropolitana, que pueden ser extendidos a todas las regiones donde esté presente la Red de Salas de Cine Chile y constituirse como los lineamientos de gestión de la red a nivel nacional.

Objetivos estratégicos:

1. **Fortalecer vínculos con el territorio.**
2. **Desarrollar y formar públicos para el consumo audiovisual.**
3. **Fortalecer la formación de públicos a nivel escolar.**
4. **Fortalecer la organización interna de la RED**

5.1 Programa de actividades e indicadores de gestión

1. Fortalecer vínculos con el territorio

Programa	Acciones	Metas	Indicadores
Expansión cobertura de acción de la RED en RM	Mapeo de experiencias vinculadas al audiovisual	Consulta en línea nov 2022	Listado de instituciones con acciones vinculadas al audiovisual: Sí/No

	Establecer vínculos con quienes cuenten con espacios de exhibición y generar estrategias de colaboración.	<p>-Vincularse con 1 territorio sin cobertura por parte de la Red a nivel regional el 2023.</p> <p>- 2026: dar cobertura a 4 comunas de la región.</p>	<p>-Vínculos de colaboración establecidos: sí/no</p> <p>-Nº de actividades realizadas</p>
	Vincularse con quienes cuenten con experiencias de formación de públicos para facilitar salas.	<p>Cada sala facilita su espacio 1 vez al año con nuevas organizaciones.</p> <p>2026: 16 facilitaciones de espacio</p>	<p>Nº de instituciones vinculadas:</p> <p>Cantidad de facilitaciones</p>
Asesorías para habilitación de salas de exhibición	Apoyar a espacios que quieran habilitar salas de cine	Dar respuesta a las asesorías solicitadas.	Cantidad de asesorías entregadas

2. Desarrollar y formar públicos para el consumo audiovisual

Programa	Acciones	Metas	Indicadores
Diagnóstico de cambios de comportamiento consumo audiovisual	Levantamiento de consumo audiovisual encuesta online	1 encuesta anual	<p>-Encuesta realizada: Sí/no</p> <p>-Cantidad de respuestas: N°</p> <p>-sistematización de resultados: sí/no</p>

Estrategias de valor agregado a la experiencia cinematográfica	Compartir experiencias de mediación. Otras acciones: Ofertas 2x1. Tarjeta de fidelización con beneficios.	Diseñar estrategias en 2024	Diseño de estrategias: Sí/No Nº de acciones realizadas:
Formación de en espacios no formales	-Taller de apreciación cinematográfica - Mediación	Diseño de estrategias en 2024 Ejecución 2025- 2026	-Realización de taller:Sí/no - Cantidad de actividades de mediación: -cantidad de participantes:

3. Fortalecer la Formación de públicos a nivel escolar

Programa	Acciones	Metas	Indicadores
Vinculación con Sistema escolar	Establecer vínculos con los municipios que realizan o quieren realizar acciones en EE de sus comunas.	- Generar vínculo con 1 municipio fuera de las 3 comunas actuales con salas en RM en 2023. - 2026: vínculo con 4 comunas fuera de cobertura actual. - Mínimo 1 EE por año - Estudiantes a dar cobertura: mínimo 60 anual (2 cursos)	- Cantidad de comunas vinculadas (fuera de la cobertura actual): - N° de EE con cobertura -Cantidad de estudiantes

	Establecer vínculos con MINEDUC o SLEP.	<ul style="list-style-type: none"> -Planificar estrategias de vinculación durante 2024. -1 reunión al 2024 -ejecución 2025-2026 	Reunión sostenida entre Red de Salas de Cine y Mineduc: Sí/No
Cine para escolares	Disponer las salas para las visitas de estudiantes en coordinación con EE y profesor guía de la actividad	<p>Cantidad de Cursos o visitas de EE al año por sala</p> <p>EE fuera de la comuna de la sala al año 2023</p>	<p>-cantidad de EE</p> <p>-Cantidad de estudiantes</p>
	Exhibir audiovisuales en EE de comunas sin cobertura	<ul style="list-style-type: none"> -Ejecución 2024 -2025 - 4 EE anual - 60 Estudiantes a dar cobertura anualmente 	<p>-cantidad de EE</p> <p>-Cantidad de estudiantes</p>
	Disponer de una guía de apoyo o protocolo para el trabajo con estudiantes.	<ul style="list-style-type: none"> -Elaboración o disposición de material para 2023. (puede replicarse algún instrumento elaborado por 1 de las Salas) 	-Documento elaborado: Sí/no

4. Fortalecer la organización interna de la Red de Salas de Cine

Programa	Acciones	Metas	Indicadores
Visibilidad como agente del campo audiovisual	<ul style="list-style-type: none"> -Tomar posición pública como RED con respecto a políticas o eventos relevantes del sector. -Vinculación con instituciones públicas (Mincap, Corfo) 	<ul style="list-style-type: none"> -Tomar contacto con las actuales autoridades dentro de MINCAP 2023 -Participación en mesa técnicas 	-Cantidad de reuniones establecidas.
Evaluación de funcionamiento actual	<ul style="list-style-type: none"> -Revisar organigrama actual -Revisión de protocolos -Estrategias de sistematización de información: cartelera, asistencias mensuales. 	-Sistema de registro RED 2023	-Sistema de registro en línea RED en funcionamiento: Sí/No
Comunicaciones	Mejoramiento de página web: Cartelera disponible de todas las salas de la RED	Disponer de la cartelera de las salas a fines 2023.	-Página Web actualizada: Sí/No
Fuentes de financiamiento	<ul style="list-style-type: none"> -Postular a Fondo público como RED. -Ley de donaciones 	Generar 1 proyecto como Red para búsqueda de financiamiento en 2024.	<ul style="list-style-type: none"> -Nº de Proyectos postulados -Nº de Proyectos adjudicados

5.2 Cronograma

Objetivo Estratégico	Programa	Acciones	2023	2024	2025	2026
1. Fortalecer Vínculo con el Territorio	Expansión cobertura de acción de la RED en RM	Mapeo de experiencias vinculadas al audiovisual	X			
		Establecer vínculos con quienes cuenten con espacios de exhibición y generar estrategias de colaboración	X	X	X	X
		Vincularse con quienes cuenten con experiencias de formación de públicos para facilitar salas.	X	X	X	X
	Asesorías para habilitación de salas de exhibición	Apoyar a espacios que quieran habilitar salas de cine	X			
2. Desarrollar y formar públicos para el consumo audiovisual	Diagnóstico de cambios de comportamiento consumo audiovisual	Levantamiento de consumo audiovisual encuesta online	X	X	X	X
	Estrategias de valor agregado a la experiencia cinematográfica	Compartir experiencias de mediación. Otras acciones: Ofertas 2x1. Tarjeta de fidelización con beneficios.		X	X	X
	Formación de públicos en espacios no formales	-Taller de apreciación cinematográfica - Mediación		X	X	X

	Vinculación con Sistema escolar	Establecer vínculos con los municipios que realizan o quieren realizar acciones en EE de sus comunas.	X	X	X	X
		Establecer vínculos con MINEDUC o SLEP.		X	X	X
	Cine para escolares	Disponer las salas para las visitas de estudiantes en coordinación con EE y profesor guía de la actividad	X			
		Exhibir audiovisuales en EE de comunas sin cobertura		X	X	X
		Disponer de una guía de apoyo o protocolo para el trabajo con estudiantes.	X			
4.Fortalecer la gestión interna de la Red de Salas de Cine	Visibilidad como agente del campo audiovisual	-Tomar posición pública como RED con respecto a políticas o eventos relevantes del sector. -Vinculación con instituciones públicas (Mincap, Corfo)	X	X		
	Evaluación de funcionamiento actual	-Revisar organigrama actual -Revisión de protocolos -Estrategias de sistematización de información: cartelera, asistencias mensuales.	X			
	Comunicaciones	Mejoramiento de página web: Cartelera disponible de todas las salas de la RED	X			

	Fuentes de financiamiento	-Postular a Fondo público como RED. -Ley de donaciones	X	X	
--	---------------------------	---	---	---	--

Bibliografía

- Carvalho, J. (2019) *Políticas Audiovisuales del MERCOSUR: la Red de Salas Digitales y sus elementos constitutivos*, IMAGOFAGIA, Revista de la Asociación Argentina de Estudios de Cine y Audiovisual, www.asaeca.org/imagofagia, Nº 19
- Cordero, M. (2015) *Red de microcines - Bolivia*. Cinémas d'Amérique latine [En línea], 19 / 2011, Publicado el 21 de mayo 2015, URL: <http://journals.openedition.org/cinelatino/1153>; DOI: 10.4000/cinelatino.1153
- Corporación Cultural de La Reina (2028) Plan de gestión, a cargo de asesores Javier Ibacache y Paula Vergara
- Documento de postulación PAOCC Sala K. agosto de 2022.
- Fábrica de Cultura (2018) *Plan de Negocios Red de salas de Cine Chile 2018-2019*. Diagnósticos asociados al desarrollo del Plan
- Kaspar, S. (2011) *Red de microcines - Perú*, Cinémas d'Amérique latine [En línea], p. 139-142, <https://doi.org/10.4000/cinelatino.1166>, URL: <https://journals.openedition.org/cinelatino/1166>
- Santiago Creativo Centro Arte Alameda (2020) *Informe Final diagnóstico Plan de Gestión*

Anexos

Pauta Encuentro presencial equipo EGE

Pauta Focus Group

Equipo de gestión Sala Nemesio

Funcionamiento interno

- Dependencia administrativas y fuentes de financiamiento
- ¿Existe plan de gestión propio de la Sala o programa anual?
- ¿Existe una línea curatorial determinada?
- ¿Los miembros del equipo realizan otras funciones?
- ¿Hay funcionarias/os dedicados solamente a la gestión de la sala?
- Fortalezas del equipo de gestión y debilidades.

Oferta programática

- ¿Cuáles son las principales actividades de la Sala?
- ¿Existen instancias de formación de audiencias?
- Actividades desarrolladas con organizaciones locales
- Vinculación con el medio

Principales problemáticas

- ¿Cuáles son las limitantes para el trabajo en la sala?
- ¿Cómo es su relación con los proveedores?
- ¿Cómo es su relación con los públicos? ¿Existe levantamiento de información, encargados de las audiencias?
- ¿qué sabe de la experiencia del usuario en la sala?

Aspiraciones del trabajo en red

- ¿Por qué deciden incorporarse este año a la red de salas de Chile?
- ¿Qué saben del funcionamiento de la red?
- Expectativas de la participación en la Red de salas de Chile
- ¿Qué objetivos piensan lograr en el trabajo en red?

Instrumentos cuantitativos

1. Mapeo de iniciativas vinculadas al Campo Audiovisual en la región Metropolitana

La Red de salas de Cine Chile se encuentra realizando un sondeo de experiencias vinculadas al trabajo con el audiovisual dentro de la región Metropolitana, esto incluye exhibición de películas, documentales, cortometrajes entre otros, de forma permanente, ocasional, en un lugar estable o itinerante. Interesa conocer especialmente aquellas que desarrollen acciones de formación de públicos en el audiovisual y/o realizan actividades en espacios educativos formales y no formales con niños, niñas, jóvenes y personas adultas que se vinculen con el cine o los formatos audiovisuales.

Este catastro servirá para la elaboración del Plan de Gestión de la Red, el que tendrá un enfoque regional elaborando estrategias de vinculación con el territorio, formación, posicionamiento y fortalecimiento de las 4 salas de cine independiente de la RM que actualmente participan de la Red de Cine Chile. Esta red es de carácter nacional y descentralizada, y reúne actualmente 18 salas en 13 regiones. Se espera que la propuesta estratégica desarrollada se convierta en un modelo replicable a las otras regiones donde se encuentra presente la Red.

Le invitamos a contestar esta breve consulta en línea, y participar de este proyecto impulsado por Red Cultura del Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio, y desarrollado por Consultora Asides.

1. ¿Conocía previamente la existencia de la Red de Salas de Cine Chile?

Sí

No

2. Para comenzar, por favor indique el nombre de la institución u organización a la que pertenece

3. ¿Cuál es su cargo dentro de la institución u organización?

4. ¿Cuál es la dependencia de la institución u organización a la que pertenece?

Organización social o funcional, sin fines de lucro

Corporación / Fundación privada

Institución pública

Municipal

Institución privada, con fines de lucro

Otra ¿Cuál?

5. ¿En qué comuna de la Región Metropolitana se encuentra?

6. ¿Cuáles son los medios de financiamiento de su institución u organización? Por favor, marque todos los que corresponda.

- Municipales
- Fondos públicos
- Fondos privados
- Ley de donaciones culturales
- Cobro de entrada
- Arriendo de espacios
- Otro ¿Cuál?

7. De los medios de financiamiento que actualmente tiene su institución u organización, ¿Cuál representa el mayor porcentaje de Financiamiento?

- Municipales
- Fondos públicos
- Fondos privados
- Ley de donaciones culturales
- Cobro de entrada
- Arriendo de espacios
- Otro ¿Cuál?

8. ¿Qué porcentaje representa este medio de Financiamiento?

9. ¿Su organización o institución realiza actividades artístico culturales durante el año con distintos públicos?

- Sí
- No

10. En caso que la respuesta sea sí ¿Con qué públicos? Marque todas las que correspondan

- Niñas y niños, adolescentes
- Jóvenes
- Adultos
- Adultos mayores

11. ¿En qué ámbitos artísticos su organización o institución realiza actividades o programación cultural? Por favor, marque todas las que correspondan

Campo audiovisual
Artes escénicas
Artes visuales
Diseño
Artesanía
Folclore
Patrimonio
Otro ¿Cuál?

12. ¿Su institución u organización desarrolla actividades específicas en relación a temáticas audiovisuales?

Sí
No

13. ¿Su institución u organización desarrolla actividades específicas de exhibición cinematográfica?

Sí
No

14. ¿Su institución u organización paga por los derechos de exhibición de los films?

Sí
No

15. ¿Cómo financia su institución u organización el pago de los derechos de exhibición de los films?

16. ¿Cómo obtienen los films o productos audiovisuales?

Sólo en Línea
Sólo Presencial
Ambas modalidades

18. Si tu respuesta fue en línea, ¿A través de qué plataforma?

19. ¿Cuál es la tipología de su espacio de exhibición audiovisual?

- Centro de extensión
- Centro cultural
- Espacio municipal
- Universidad
- Espacios privados
- Itinerante
- Sala Multiuso
- Otro ¿Cuál?

20. En el caso de ser itinerantes, su espacio de exhibición audiovisual...

- Possee equipos técnicos propios
- Contratan servicios externos

21. En el caso de contar con una Sala multiuso, ¿Qué otro tipo de actividades se realizan?

- Eventos
- Talleres
- Actividades comunitarias
- Actividades deportivas
- Otra ¿Cuál?

22. Con respecto a la calidad técnica de la sala de exhibición audiovisual,

¿Cuál es el modo de reproducción en su espacio de exhibición audiovisual?

- Digital archivo de datos
- Digital DVD
- Blu Ray
- DCP
- Fílmico

23. ¿Cuál es la calidad técnica del sistema de proyección?

- Full HD
- 2k
- Otra ¿Cuál?

24. ¿Cuál es la característica del Telón para la proyección?

Mecano
Pared
Fabricado
Microperforado
Profesional de proyección

25. ¿Cuál es el tipo de sonido que posee en su espacio de exhibición audiovisual?

7.1 Dolby Digital
5.1 Dolby Digital
2.1
Otro ¿Cuál?

26. ¿Cuántas butacas tiene su espacio de exhibición audiovisual?

27. Con respecto a su programación ¿Su espacio de exhibición cuenta con una cartelera audiovisual permanente durante el año?

Sí
No

28. En caso de que su respuesta sea sí, ¿su espacio de exhibición cuenta con un cargo de programador(a)?

Sí
No

29. ¿Con qué frecuencia se proyectan films o formatos audiovisuales en su espacio cultural?

A diario
4 a 6 días a la semana
1 a 3 días a la semana
Algunos días al mes

30. En caso de que la respuesta sea no, ¿con qué frecuencia proyectan films en su espacio cultural?

1 vez al mes
Entre 6 a 11 veces en el año

3 a 5 veces en el año
Menos de 3 veces al año

31. ¿Su espacio de exhibición o institución cuenta con actividades de mediación cultural?

Sí
No

32. ¿Qué actividades de formación realiza su espacio de exhibición? Marque todas las que correspondan

Muestra de cine a comunidades sin acceso
Conversatorio
CineClub
Actividades en Establecimientos Educacionales
Talleres de apreciación cinematográfica
Talleres de realización audiovisual
Otro ¿Cuál?

33. Su institución u organización ¿tiene interés de fortalecer el trabajo en el área audiovisual?

Sí
No

34. ¿Cuáles son las áreas de interés de su institución u organización?

Cartelera permanente
Formación de audiencias
Relación con establecimientos educacionales
Mejoramiento de la infraestructura
Otra ¿Cuál?

35. ¿Cuáles son las principales necesidades para desarrollar su gestión vinculada al audiovisual?

Conocimientos técnicos del área
Ausencia de una sala de exhibición
Ausencia de equipos técnicos
Financiamiento
Fortalecimiento del equipo de trabajo
Otro ¿Cuál?

36. ¿Le gustaría conocer más sobre el trabajo de la Red de Salas y posibles estrategias de trabajo colaborativo?

Sí

No

37. ¿Le gustaría dejar sus datos de contacto?

Sí

No

38. Por favor, deje a continuación sus datos de contacto

Nombre

Dirección de correo electrónico

Número de teléfono

2. Consulta en línea de participación y consumo Audiovisual

La presente consulta tiene como objetivo conocer el comportamiento de consumo de formatos audiovisuales y preferencias de los públicos. Esta información servirá como insumo para el trabajo de la Red de Salas de Cine independiente en la región Metropolitana, replicable en otras regiones del país, impulsado por Red Cultura del Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio.

1. ¿Cuál es su edad?

2. ¿Cuál es su género?

Femenino

Masculino

No binario

3. ¿Cuál es su comuna de residencia?

Alhué

Buin

Calera de Tango

Cerrillos

Cerro Navia

Colina

Conchalí
Curacaví
El Bosque
Estación Central
Huechuraba
Independencia
La Cisterna
La Florida
La Granja
La Pintana
La Reina
Las Condes
Lampa
Lo Barnechea
Lo Espejo
Lo Prado
Macul
Maipú
María Pinto
Melipilla
Ñuñoa
Paine
Pedro Aguirre Cerda
Peñalolén
Pirque
Providencia
Puente Alto
Pudahuel
Quilicura
Quinta Normal

Recoleta
Renca
San Bernardo
San Joaquín
San José de Maipo
San Miguel
San Pedro
San Ramón
Santiago
Talagante
Til-Til
Vitacura

4. ¿Cuál es su nivel de estudios?

Escolar completa
Escolar incompleta
Universitaria completa
Universitaria incompleta
Posgrado

5. ¿Cuál es su ocupación principal?

Estudiante
Trabajador dependiente institución pública
Trabajador dependiente empresa privada
Trabajador independiente
Cesante
Empresario y/o microempresario
Trabajo doméstico y/o de cuidados, no remunerado

6. ¿Ha asistido presencialmente a actividades artístico culturales durante el último año?

Sí
No

7. Si su respuesta fue sí, ¿Cuántas veces ha asistido a actividades artístico culturales durante el último año?

- De 1 a 3 veces en el año
- De 3 a 6 veces en el año
- De 6 a 12 veces en el año
- Más de 12 veces en el año

8. Si su respuesta fue no, ¿Por qué no ha asistido a actividades artístico culturales durante el último año?

- Por temor a contagiarme de COVID-19
- Por dificultades para conseguir entradas a causa de las restricciones sanitarias
- Por el valor de las entradas
- Prefiero acceder a actividades culturales desde el computador o televisor (streaming)
- Otra ¿Cuál?

9. ¿Ha asistido a salas de cine o a instancias de exhibición de formatos audiovisuales en el último año?

- Sí
- No

10. ¿A qué tipo de salas de cine ha asistido en el último año? Marque todas las que correspondan

- Multisala : Cineholys, Cinemark, Cinepolis, Cineplanet
- Sala de cine independiente
- Festival de cine al aire libre
- Otra ¿Cuál?

11. ¿Cuál es su preferencia en términos de formatos audiovisuales? Marque todas las que correspondan

- Largometrajes
- Cortometrajes
- Series

12. ¿Cuál es su preferencia en términos de géneros audiovisuales? Marque todas las que correspondan

- Acción
- Animación

Aventura
Catástrofe
Ciencia Ficción
Comedia
Documental
Drama
Fantasía
Musical
Suspense
Terror
Otra ¿Cuál?

13. ¿Es usuario de plataformas de streaming?

Sí
No

14. ¿Cuántas plataformas de streaming de pago tienes en tu casa?

15. ¿Cuál es su preferencia en términos de acceso a contenidos audiovisuales?

Prefiero acceder a contenidos audiovisuales por medios digitales (streaming)
Prefiero asistir presencialmente a salas de exhibición
No tengo preferencia, disfruto ambas modalidades

16. ¿Conoce las salas de cine independiente de la Región Metropolitana?

Sí
No

17. ¿Ha asistido salas de cine independiente en el último año?

Sí
No

18. Si su respuesta fue no, ¿Cuál es el principal factor que impide que usted asista a salas de cine independiente?

Falta de tiempo
Falta de dinero
Falta de información sobre las carteleras de exhibición
Lejanía de las salas de cine independiente
No me interesa
Otra ¿Cuál?

19. Por favor déjanos tu datos para contactarte en caso de que seas el/la ganador/a de entradas de cine:

Nombre

Dirección de correo electrónico

Número de teléfono