



UNIVERSIDAD DE CHILE
FACULTAD DE ARTES
ESCUELA DE POSTGRADO
MAGÍSTER EN GESTIÓN CULTURAL

**DISEÑO DE ESTUDIO DE PÚBLICOS PARA LA CORPORACIÓN CULTURAL
MUNICIPAL DE LOS ÁNGELES (CCMLA)**

Actividad de Formación Equivalente para optar al grado de
Magíster en Gestión Cultural

Nombre estudiante: Javiera Nicolle Iturra Bastías

Nombre profesora guía: María Paz Peirano Olate

Marzo 2023

Los Ángeles, Chile

AGRADECIMIENTOS

La demostración de confianza y las acciones claras de apoyo por parte de nuestras redes son fundamentales para concretar una investigación y propuesta, como la que presento en esta AFE. Destaco de manera profunda y sincera la excelente guía de la Dra. María Paz Peirano Olate, quien, cual entrenadora personal, logró motivarme, inspirarme e impulsarme de manera muy solidaria a desplegar mis habilidades en este trabajo. Agradezco felizmente a la Corporación Cultural de Los Ángeles, por brindarme un espacio físico, temporal y emocional proporcionando de manera dedicada la información base para el desarrollo de esta propuesta. También quiero expresar mi agradecimiento a los amores de mi vida: mi madre, mi padre, mis hermanas y hermanos (de sangre y de vida), mis amigas y amigos, y mi pareja. Su compañía, fuerza y apoyo siempre son muy necesarios y más que bienvenidos. Finalmente, quiero reconocer el papel fundamental de los públicos en esta investigación-propuesta, ya que todo mi camino en el ámbito de la cultura y las artes comenzó desde ese lugar: como público.

RESUMEN

El texto presenta un proyecto para crear un Diseño de Estudio de Públicos (DEP) para la Corporación Cultural Municipal de Los Ángeles (CCMLA). El objetivo de este proyecto es proporcionar herramientas a la CCMLA para conocer a fondo a sus públicos y cumplir su misión y visión de manera más efectiva, destacando el papel de éstos en el ámbito cultural, para así fomentar la cohesión social y el desarrollo de la comunidad cultural de la provincia del Biobío.

La Corporación Cultural Municipal de Los Ángeles (CCMLA) se define como una entidad líder en el desarrollo artístico y cultural de la provincia del Biobío, y atrae a un gran número de personas de otras comunas, por lo tanto, es importante contar con una guía que permita conocer las inquietudes, intereses y modos de vida de las personas que participan en sus actividades.

Los resultados de la futura aplicación del estudio de públicos de la CCMLA serán utilizados para guiar las decisiones y estrategias comunicativas futuras de la institución, con el fin de maximizar la cohesión social y el desarrollo cultural de la provincia del Biobío. El diseño del estudio es valioso para profundizar la relación entre la comunidad cultural de la zona y la institución, permitiendo que los hitos artístico-culturales propuestos estén en concordancia con las principales motivaciones de los habitantes de la comunidad.

El diseño de estudio de públicos incluye consideraciones y recomendaciones para maximizar la utilidad de los resultados del análisis de datos y su aplicación en la toma de decisiones y estrategias comunicativas por parte de la CCMLA. Se espera que la aplicación del diseño de estudio de públicos fortalezca la comunidad cultural de la zona y aumente el impacto de la institución en ella.

En el siguiente documento se encuentran 5 capítulos, que comienzan con el planteamiento de la problemática, pasando por presentación de antecedentes, conceptos relevantes y un diagnóstico que fundamenta al final de esta AFE, en definitiva la propuesta de Diseño de Estudio de Públicos para la Corporación Cultural Municipal de Los Ángeles.

CONTENIDO

RESUMEN.....	3
CONTENIDO	4
INTRODUCCIÓN.....	6
CAPÍTULO 1. Problematización	10
1.1 Planteamiento del problema	10
1.2 Propuesta de intervención:	11
1.3 Justificación	12
1.4 Objetivo General.....	19
1.5 Objetivos Específicos	19
1.6 Pregunta guía del diagnóstico que fundamenta la propuesta:.....	19
CAPÍTULO 2. Antecedentes	20
2.1 Región del biobío.....	20
2.2 Geográficos ciudad de Los Ángeles	21
2.3 Socio Demográficos ciudad de Los Ángeles	22
2.4 Corporación Cultural Municipal de Los Ángeles.....	31
2.4.1 Misión y visión	32
2.4.2 Objetivos CCMLA	33
2.5 Infraestructura	34
2.6 Recursos	43
2.7 Actividades	44
2.7.1 Programación	44
2.7.2 Público Objetivo.....	45
2.8 Organización y modos de trabajo	46
2.8.1 Organigrama y equipo de trabajo.....	46
2.8.2 Modelo de gestión	47
2.9 Vinculación con territorio.....	48

2.10	Conocimientos y percepciones sobre públicos de la provincia del Biobío.....	48
CAPÍTULO 3. Marco conceptual		53
3.1	Democracia cultural y Derechos culturales: principios fundamentales de esta propuesta.....	54
3.2	Públicos.....	58
3.3	Barreras de acceso y oportunidades de valoración del arte.....	59
3.4	Participación ciudadana.....	62
3.5	Segmentación y estrategias de Desarrollo de públicos.....	63
3.6	Antecedentes de formación y publicaciones guía orientadoras a profesionales y a instituciones artístico – culturales.....	68
3.7	Estudios de públicos.....	69
CAPÍTULO 4. Diagnóstico.....		76
4.1	Enfoque metodológico	76
4.1.1	Estrategia para recolección de información	77
4.2	Análisis y principales hallazgos.....	84
4.2.1	Principales hallazgos y análisis cuantitativo.....	84
4.2.2	Principales hallazgos y análisis en método cualitativo	99
4.2.3	Conclusiones finales del diagnóstico	112
CAPÍTULO 5. Propuesta de diseño de estudio de públicos.....		116
5.1	Instrumento evento masivo 1	119
5.2	Instrumento evento masivo 2.....	121
5.3	Instrumento inscripciones generalizado	123
5.4	Instrumento niñas y niños	125
5.5	Instrumento instancia talleres 1	128
5.6	Instrumento instancia talleres 2	130
CONCLUSIONES		132
BIBLIOGRAFÍA.....		135
ANEXOS.....		139

INTRODUCCIÓN

La Corporación Cultural Municipal de Los Ángeles (CCMLA) es una corporación de derecho privado, sin fines de lucro y de carácter cultural ubicada en la región del Biobío, en la ciudad de Los Ángeles. Su trabajo ha ido creciendo exponencialmente desde su creación en el año 2013 hasta la actualidad. Tal crecimiento se ha extendido a todas las áreas: cantidad de personal, cantidad de infraestructura, cantidad de recursos, cantidad de programación, cantidad de alcance, cantidad de flujo de personas, de participantes y de público, etc.

En relación a este último factor, la autora de esta AFE identificó un problema abordable desde la gestión cultural, y que está relacionado con los públicos de la CCMLA. Como trabajadora actual de la institución, específicamente en el área formativa, y al estar en contacto diario con el centro cultural, surgieron preguntas sobre el comportamiento de las personas que participan en las actividades de la CCMLA. Entre ellas, ¿quiénes son los públicos de la CCMLA? ¿Cuánto conocen los trabajadores de la CCMLA a sus públicos? ¿Han identificado los diferentes segmentos? ¿La programación de la CCMLA responde a los principales intereses de la comunidad?

Estas preguntas evidenciaron la necesidad de profundizar en el conocimiento de los públicos de la CCMLA y de desarrollar herramientas que permitan a la institución adaptar su programación y estrategias comunicativas a las necesidades e intereses de sus diferentes segmentos. El diseño de estudio de públicos propuesto en esta AFE puede ser una herramienta útil para abordar estas preguntas y generar una mayor cohesión social y cultural en la provincia del Biobío.

Los Ángeles es la ciudad capital de la provincia del Biobío, que está compuesta por 14 comunas en las que se registran altos índices de ruralidad. Podría suponerse que las actividades de carácter patrimonial, como por ejemplo, ferias costumbristas o trabajo relacionado a artesanías tendrían la mayor participación. Sin embargo, desde el punto de vista de la autora de este informe, se puede afirmar que la danza, específicamente el ballet, es lo que más atrae a la población que frecuenta la CCMLA. Es sorprendente que la disciplina históricamente más elitista, segregadora y foránea tenga más convocatoria en una provincia en la que hay un alto porcentaje de personas indígenas y solo una comuna (Los Ángeles) es considerada urbana. Surgió la pregunta: ¿es la CCMLA realmente accesible para personas con todo tipo de capital cultural?

Estos hallazgos sugirieron la necesidad de analizar y evaluar en profundidad la oferta cultural de la CCMLA, así como los criterios y mecanismos que rigen la selección y programación de las actividades. Es necesario considerar la diversidad cultural y los intereses de los diferentes segmentos de la población para poder ofrecer una oferta cultural más inclusiva y representativa de la provincia del Biobío.

La investigación de los públicos se ha vuelto una cuestión urgente en el contexto post pandemia. El comportamiento de las personas en relación a los hechos culturales y artísticos ha sido modificado por nuevas tendencias y prioridades, como el uso de las redes sociales, el tiempo disponible y los vínculos emocionales con las actividades culturales. Jaume Colomer en (Colomer Villacrosa, 2019, pág. 6) menciona que el valor que los públicos le otorguen al producto cultural depende de tres diferentes dimensiones: la primera, la dimensión funcional, a propósito del beneficio que se puede obtener al consumir dicho producto cultural. La segunda, la dimensión simbólica, asociada al prestigio adquirido luego del consumo cultural y la tercera, la dimensión emocional, que tiene que ver con la carga emotiva asociada al evento o a las(os) expositores.

Los diferentes factores que inciden en el comportamiento de los públicos hacia el hecho cultural, desde el punto de vista de la autora de esta AFE, son importantes de conocer no sólo por cuestiones prácticas, sino que también por razones éticas. Los nuevos paradigmas de democracia cultural exigen que las instituciones encargadas de gestionar las artes y la cultura conozcan a su público y fomenten las expresiones culturales de cada miembro de la comunidad. De este modo, los públicos tendrán la consideración necesaria dentro del ecosistema cultural.

En esta AFE se plantea un diseño de estudio de públicos (DEP) que permitirá a la administración de la CCMLA establecer un relacionamiento más cercano con sus públicos, contribuyendo así a la construcción de espacios culturales cada vez más colaborativos y empoderando a la comunidad para el uso de sus derechos culturales. Esta es la principal motivación para realizar esta AFE sobre la temática de "públicos". Sin embargo, para lograr este objetivo, es necesario saber cómo comunicarse efectivamente con la comunidad. Por lo tanto, se propone la realización de un Diseño de Estudio de Públicos para la CCMLA, que permitirá conocer mejor a los públicos y establecer una comunicación más efectiva con ellos. El objetivo final es favorecer el completo y libre ejercicio de los derechos culturales de las personas.

En el primer capítulo se presenta la propuesta de intervención, que consiste en el diseño de un estudio de públicos para la Corporación Cultural Municipal de Los Ángeles. Se justificará la elección de esta problemática como un aspecto importante a resolver dentro de la gestión cultural. Además, se detallarán los objetivos que se pretenden alcanzar con la realización de esta propuesta y se incluirá la pregunta guía que inspira la realización del diagnóstico correspondiente.

En el capítulo II se presentan los antecedentes geográficos y sociodemográficos de la región del Biobío y de la ciudad de Los Ángeles. Posteriormente, se profundiza en la particularidad y especificidad de la CCMLA como institución, detallando aspectos como su infraestructura, captación y utilización de recursos económicos, actividades, programación, público objetivo, organización y modos de trabajo, vinculación con el territorio y su acercamiento a los públicos.

En el capítulo III se profundiza en el marco teórico que sustenta esta investigación. Se revisan conceptualizaciones acerca de los principios bajo los cuales se desarrolló esta AFE, tales como la democracia cultural y los derechos culturales. Además, se analizan conceptos como los públicos, la segmentación y las estrategias de desarrollo de públicos. Asimismo, se repasan algunas iniciativas de formación en este tema y publicaciones orientadoras para instituciones que deseen trabajar con un enfoque en los públicos, desde una mirada latinoamericana. Por último, se realiza una revisión actualizada de los estudios de públicos realizados en espacios culturales chilenos.

El capítulo IV consiste en la presentación de los resultados de un diagnóstico que sirvió de base para la construcción del diseño de estudio de públicos. Se buscó responder a la siguiente pregunta: "¿Qué y cuánto sabe la CCMLA acerca de sus públicos?". Para ello, se utilizaron diversas estrategias e instrumentos con el fin de profundizar en las percepciones que tienen los trabajadores de la CCMLA sobre sus públicos.

El capítulo V muestra el diseño final del estudio de públicos, el cual surge a partir de todo lo estudiado a lo largo del desarrollo de la AFE, incluyendo los resultados del diagnóstico elaborado. El diseño consta de cinco partes, cada una con una presentación y guía sintética que facilitará la ejecución del estudio de públicos en el futuro. Al finalizar este capítulo, se presentan las conclusiones finales de este proyecto AFE, en las que se sintetizan los hallazgos, se comparten detalles especialmente proyectando una replicación de esta experiencia para otros centros culturales de características similares. En la

conclusión además se incluye una reflexión personal de la escritora respecto del rol de los públicos en la sociedad y las realistas opciones de trabajo con la que cuenta actualmente la orgánica cultural chilena.

Finalmente, en los anexos se podrán encontrar todos respaldos de los instrumentos aplicados en las diferentes instancias de elaboración de esta AFE, además de tablas con resultados cuantitativos, matriz de organización y otras herramientas que permitieron el desarrollo de esta investigación.

Este AFE contiene un elemento muy especial: la posición de la escritora, tanto interna como externa al espacio estudiado, que le brinda una perspectiva única para el desarrollo de la investigación. Por un lado, su experiencia laboral le ha permitido abordar el problema con una objetividad a veces obstinada. Por otro lado, su involucramiento con la administración de la CCMLA y la observación participante ha permitido la inclusión de ciertos componentes determinados únicamente por su nivel de participación. Espero que este elemento, en conjunto con el profundo trabajo realizado contribuya a una lectura amena y nutritiva.

CAPÍTULO 1. PROBLEMATIZACIÓN

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

A partir del trabajo realizado en la CCMLA por parte de la autora de esta AFE, se puede enunciar que las estrategias de relación con los públicos de la CCMLA son a menudo insuficientes para establecer vínculos fuertes y de largo recorrido en el tiempo con las personas que participan en sus actividades. Al no contar con una fuerza laboral que se dedique con ahínco y exclusividad al área de “públicos” los medios de relación con la comunidad no son diferenciados entre las actividades, pues no consideran muchas veces la especificidad, tanto de la actividad a trabajar como de cada segmento de públicos. Lo anterior genera escaso vínculo de la comunidad con el objeto artístico – cultural.

En la actualidad, se observan variadas situaciones respecto al tema de los públicos (basta con rondar y observar con mirada crítica los espacios de la CCMLA durante un breve espacio de tiempo, como lo hizo la escritora de esta AFE, gracias a la ventaja de ser trabajadora del Centro Cultural): no hay una persona en informaciones explicando lo que sucede en ese espacio¹, hay baja permanencia en las actividades, es decir, altos índices de deserción, no se aprecia muchos miembros de la comunidad migrante ni indígena, etc.

Respecto de los públicos, las y los trabajadores de la CCMLA siempre han realizado una observación muy consciente durante el desarrollo de las actividades esporádicas², pues de esta manera es como ellas y ellos van recopilando experiencias y se brinda atención a lo que pueda mejorar para una próxima versión, sin embargo, aquel método carece de las etapas de sistematización, análisis y evaluación.

En la actualidad, los datos de contacto de las y los participantes se encuentran digitalizados sólo a partir del año 2020 cuando, por razones de pandemia, las actividades debieron trasladarse a formato virtual y se requería una inscripción para que las y los participantes pudieran recibir el mail con las instrucciones de conectividad. En los años previos, en las actividades de carácter presencial existía una lista que cada participante rellenaba de manera voluntaria en el ingreso a las actividades en la CCMLA. En esos

¹ Si bien en el acceso principal siempre hay una o un guardia que contestan las interrogantes de las personas que ingresan al Centro Cultural, no es alguien con especialización ni con dominio completo de las actividades que se desarrollan en la institución.

² En las actividades esporádicas no están consideradas las Escuelas de Ballet ni Teatro, ya que estas cuentan con un equipo de trabajo fijo que se dedica especialmente a este grupo de participantes.

formularios se solicitaba nombre y datos de contacto, sin embargo, hasta el momento esa información no se ha sistematizado ni analizado con finalidad de extraer datos relevantes de los públicos, sino que solo se ha ido utilizado para ir nutriendo la base de datos, a través de la cual se realiza el envío de información para la convocatoria en las diferentes actividades.

En general, la tendencia entre las personas que trabajan en la CCMLA es a creer que se conocen los públicos, pero en la práctica no es así, al menos no en profundidad. Por ejemplo, no se conocen estadísticamente las preferencias de artes escénicas, solo se puede hacer una somera predicción basándose en la respuesta del público observada en alguna actividad similar. Mismo ocurre con las profesiones o el tipo de carrera que cursan las y los universitarios, ¿a qué colegio van las niñas y niños?, las y los trabajadores de la CCMLA no saben claramente si sus usuarias y usuarios invitan a más gente a las actividades, se desconoce concretamente de cuantas actividades participan en simultáneo (más allá de reconocerles de vista en más de un evento). Tampoco saben, por ejemplo, si llevan mucho tiempo asistiendo al centro cultural o empezaron hace poco. ¿Hay más miembros de la familia participando de otras instancias culturales en la ciudad? Y un sinfín de detalles que, de conocerse, ciertamente potenciarían una gestión cultural pertinente y un desarrollo de programación consistente y aún más en coherencia con las particularidades del territorio y sus habitantes, favoreciendo así el desarrollo de los derechos culturales de la comunidad que frecuenta la institución.

Por lo anterior, se plantea un diseño de estudio de públicos, que permita a la CCMLA (en caso de aplicarlo) contar con información relevante acerca de la constitución de sus públicos.

1.2 PROPUESTA DE INTERVENCIÓN:

La siguiente AFE propone realizar un diseño de estudio de público (DEP) que se ajuste a las particularidades del territorio y al presente que enfrenta la CCMLA. Dicho instrumento, de ser aplicado en un futuro, permitirá a la fuerza laboral de la institución tener una idea clara y certera de los perfiles de las personas que se relacionan con las actividades que se presentan desde la CCMLA. Tener conocimiento de los públicos con los cuales se está trabajando, hará que las estrategias de trabajo favorezcan un acercamiento fructífero y pertinente con las personas según sus áreas de interés en la cual ellas y ellos sean

agentes activos y participativos del hecho cultural. La aplicación del DEP permitirá además identificar los segmentos de públicos con que cuenta la institución en cuanto a fidelización, lo cual ciertamente direccionará las futuras acciones de relacionamiento con la comunidad cultural.

1.3 JUSTIFICACIÓN

La CCMLA genera diferentes actividades que incluyen formación, difusión, exhibición de artes de la visualidad y programación de música y artes escénicas. Para el desarrollo de todas las convocatorias, actividades y programación si bien se consideran algunos instrumentos de planificación³, la gran mayoría de las decisiones son tomadas en base a la experiencia de las y los trabajadores de la institución. Actualmente, la programación es determinada por gerencia y el área de producción, sin embargo, la institución carece de un documento con fundamento estadístico que ilustre con claridad los lineamientos a seguir en cuanto a, por ejemplo: criterios específicos para la generación de actividades pertinentes en cuanto al territorio, los mecanismos apropiados para potenciar la participación de la ciudadanía, identificación de públicos, las claves del manejo de datos de contacto de las y los participantes, las estrategias de difusión acorde al contenido y al segmento de públicos al que va dirigido, incluir a las comunidades en la planificación cultural, etc. En definitiva, acciones que vayan en orden direccionado con propiciar una fructífera y consolidada relación con los diferentes públicos.

Las estrategias de generación de público se basan principalmente en acciones instintivas, las que son indiscutiblemente efectivas, ya que se basan en el trabajo y experiencia de las personas a cargo de la CCMLA, sin embargo, aquella falta de sistematización respecto de la información que se tiene acerca de los públicos genera un exceso de trabajo mental y es potencial factor de pérdida de detalles que puedan ser importantes en cuanto a la gestión de públicos. Una de las maneras en que la fuerza laboral de la CCMLA toma conocimiento acerca de sus públicos es por ejemplo, en la realización de una determinada actividad, las y los trabajadores de la CCMLA toman nota mental sobre el volumen personas asistentes, elementos técnicos que funcionen (y los que no), algunas impresiones del público, retroalimentación de las y los facilitadores de la actividad, entre otros elementos; toda esa información es compartida de manera verbal en las reuniones semanales de equipo y se decide acerca de que elementos se tomarán en consideración

³ En el capítulo II, Antecedentes se profundiza en ellos.

para generar una nueva versión o no, considerarla con variaciones, o desecharla. Cabe mencionar que el trabajo generalmente está enfocado en el desarrollo de la actividad, más que en profundizar la relación con los públicos.

Si bien la CCMLA aún no cuenta con su estrategia para desarrollo de públicos, sí existen instancias en que los públicos generan un vínculo y un sentido de pertenencia participando de manera activa durante años inclusive en las actividades generadas por la Corporación. Debido al vínculo laboral existente entre la mencionada institución y quien escribe esta AFE, docente en la Escuela de Ballet Municipal⁴, es que es posible señalar que en el caso de ambas escuelas de formación (Teatro y Ballet) el interés por participar es muy grande y sostenido en el tiempo. Las inquietudes por formar parte de las escuelas se pueden palpar cada fin de año cuando aumentan las consultas sobre cómo es el mecanismo de inscripción e ingreso; a partir del mes de octubre constantemente se acercan personas a preguntar sobre las escuelas. Para garantizar un ingreso justo y democrático, se realizan audiciones, ya que los cupos disponibles cada año son menores en comparación al volumen de demanda existente. Cuando las y los participantes pasan a formar parte de las escuelas, el nivel de involucramiento es muy grande y sostenido: hay buena asistencia, disposición a colaborar por parte de apoderadas, incluso un vínculo sensible y afectuoso entre estudiantes y docentes, es decir, las actividades al estar insertas en un contexto formativo constante y exigente pasan a ser parte de la vida y la cultura de las y los participantes. Estas experiencias se enmarcan en la “Democracia Cultural” concepto explicado por el Dr. Steven Hadley en el seminario Internacional de Desarrollo de Públicos 2021, organizado por MINCAP: *“en la Democracia Cultural, el público es activo y se trata de la participación y de lograr que las personas se involucren en procesos en los que ellas se sientan dueñas de sí mismas para desmontar las nociones más conservadoras del sector cultural”* (Hadley, Desarrollo de públicos y política cultural, 2021); en la Democracia Cultural las personas eligen participar de la propuesta que se ofrece pasando esta experiencia a formar parte de su cotidiano, inserto en su modo de vida ya que es necesario para su rutina y bienestar. La actividad cultural sobrepasa el acto de participación circunstancial, convirtiéndose en una actividad

⁴ La Escuela de Ballet Municipal de Los Ángeles depende de la administración de la Corporación Cultural de la ciudad. El vínculo laboral se remonta al 2017 y entre las funciones está gran parte de la gestión asociada a las actividades de la Escuela, así como prestar eventualmente ayuda y participar en reuniones de coordinación con las diferentes áreas de la CCMLA. Entre los años 2020 y 2022 se desempeñó subrogando el cargo de dirección de la Escuela de Ballet.

permanente. Estos públicos están dispuestos a colaborar de la propuesta cultural, pues se sienten identificados con sus valores y objetivos. Lo anterior ha sido posible constatarlo en la experiencia de trabajar en la institución, es muy claro ver cómo las personas que participan en torno a la escuela de Teatro o de Ballet, presentan una voluntad y compromiso mayor con la propuesta, inclusive planteando desde sus posibilidades ideas de mejoras.

Parte de la intención de generar la presente AFE basada en el trabajo con públicos estuvo determinada principalmente por la experiencia de la escritora en el trabajo cultural con públicos fidelizados, comprometidos y entusiastas. Personas que se sienten orgullosas de su lugar dentro del ecosistema cultural. Desde la perspectiva de la escritora de esta AFE, conocerles es fundamental para generar (desde el lugar de trabajadora de las artes) instancias gratificantes y nutritivas para el desarrollo de las vidas de las y los integrantes de la comunidad. En el caso particular de la Escuela de Ballet, el conocer la situación de composición familiar, condiciones económicas, estilo de vida, medios de transporte de las estudiantes, gustos aparte de la danza, rendimiento escolar y muchos otros elementos; permiten realizar un trabajo mucho más pertinente y acorde a la realidad de las estudiantes, se amplía la posibilidad de que en efecto ellas sean sujetos de derechos culturales y vivan su capacidad creativa y de aprendizaje al máximo.

En la Política Cultural regional Biobío 2017 – 2022 (Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, 2017) se encuentran principios que mandatan desde la institucionalidad del ex CNCA y actual Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio a reconocer a la comunidad y su derecho de participar activamente en el desarrollo cultural del país; por ejemplo, el principio “Democracia y participación cultural” que indica que se debe: “Reconocer que las personas y comunidades son creadores de contenidos, prácticas y obras con representación simbólica, con derecho a participar activamente en el desarrollo cultural de país; y al acceso social y territorialmente equitativo a los bienes, manifestaciones y servicios culturales.” (Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, 2017, pág. 17)

En la misma hoja de ruta regional respecto de cultura encontramos ejes de acción, donde el primero refiere a la participación y el acceso a las artes y la cultura: señalando que desde las instituciones se debe:

“...Promover el desarrollo de audiencias y facilitar el acceso equitativo al conocimiento y valoración de obras, expresiones y bienes artísticos, culturales y patrimoniales, y fomentar, en el ámbito de sus competencias, el derecho a la igualdad de oportunidades de acceso y participación de las personas en situación de discapacidad. Como parte de las funciones ministeriales la ley llama también a la institucionalidad cultural a fomentar, colaborar y promover el fortalecimiento de las iniciativas, proyectos y expresiones comunitarias de las culturas y de las organizaciones sociales, territoriales y funcionales vinculadas a estas manifestaciones culturales...” (Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, 2017, pág. 19)

Para llevar a cabo Política Regional de Cultura del Biobío, se deben generar instancias acordes a las particularidades de cada territorio y grupo de personas específico. El estudio de públicos constituye un insumo con información clara respecto de los modos de vida de las personas con las cuales se buscan articular acciones de carácter artístico – cultural.

En el mismo documento individualizado anteriormente se encuentran mencionados algunos de los principales desafíos que enfrenta la región del Biobío en miras de un mejor desarrollo en lo que respecta artes y cultura, en uno de ellos se señala: “...Seguir fortaleciendo la participación ciudadana en la gestión cultural municipal, para el desarrollo de los ámbitos artístico y cultural...” (Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, 2017, pág. 30)

Reside aquí una razón por la cual desarrollar un diseño de estudios de públicos para la CCMLA es absolutamente pertinente en línea con los requerimientos y ordenanzas desde la institucionalidad, ya que mediante la aplicación de dicho instrumento se propiciará en el futuro el desarrollo de actividades que amplíen los índices de participación ciudadana, se desarrollará una gestión cultural pertinente en provincia del Biobío y se profundizará en la relación con los públicos a través de la consolidación de las estrategias de fidelización.

Fig. 1: Líneas de acción para participación y acceso a las artes y las culturas, Política Cultural Regional BioBío

PARTICIPACIÓN Y ACCESO A LAS ARTES Y LAS CULTURAS

Objetivos estratégicos	Líneas de acción
<p>Propiciar la incorporación de las comunidades locales en la planificación cultural, para profundizar el ejercicio democrático desde el quehacer cultural del territorio</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Incentivar la vinculación y las redes de trabajo entre los gobiernos locales y las organizaciones culturales comunitarias de su territorio, promoviendo instancias de intercambio de ideas y proyectos • Fortalecer a las organizaciones culturales comunitarias en su rol en los territorios, por medio de acciones de formación que fortalezcan las competencias y herramientas para la planificación y seguimiento de actividades culturales • Fortalecer los mecanismos de participación ciudadana en el seguimiento de la planificación cultural participativa y la promoción de los derechos culturales

Fuente: (Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, 2017, pág. 107)

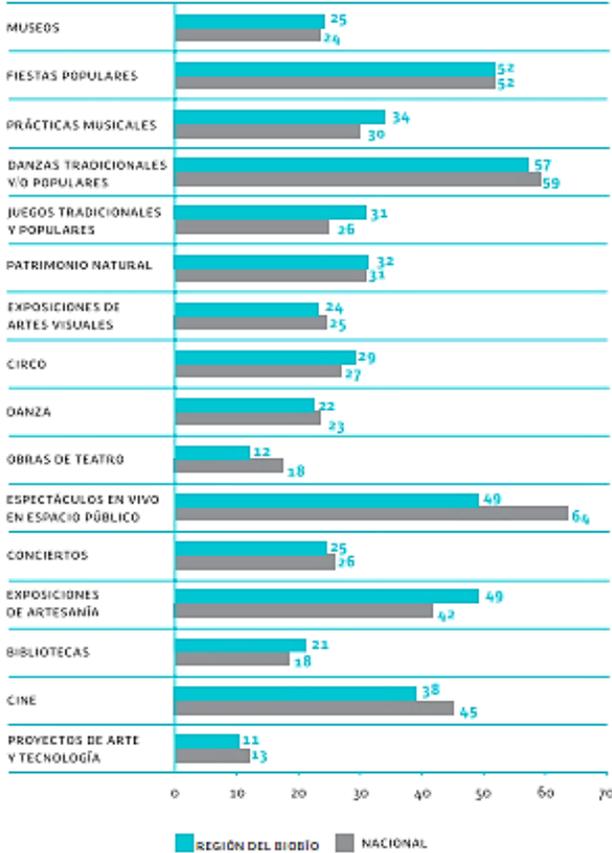
En el cuadro anterior Fig. 1, se encuentran las acciones que indica la Política Cultural Regional 2017-2022 se deben llevar a cabo para dar cumplimiento al (único) objetivo respecto del eje “Participación y acceso a las artes y las culturas”. Generar el diseño de estudio de públicos para la CCMLA será un aporte sustancial y colaborará con el cumplimiento del objetivo, específicamente en la línea de acción N°3, ya que esta estrategia apuntará directamente a fortalecer los mecanismos de participación ciudadana al tener más conocimiento y recursos para dirigirse más con precisión a la ciudadanía.

En el apartado “antecedentes” de la Política Cultural Regional 2017-2022 como primer punto se encuentra “Participación y acceso a las artes y las culturas”, se expone basándose en datos extraídos de la Encuesta nacional de participación cultural, (Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, 2012), que la región del Biobío presenta un porcentaje del 9,9% de personas que no ha participado alguna vez en prácticas culturales que son medidas periódicamente por el CNCA, esta cifra supera al 7,2% registrado en el país.

La realización de un estudio de públicos ciertamente permite contrastar los datos obtenidos en las encuestas de participación cultural (a nivel regional en este caso) con la realidad específica de una comunidad cultural (públicos de la CCMLA), es por ello que la realización del DEP que se propone en esta AFE, facilitará entre otras cosas una aproximación a la realidad de la comunidad de la ciudad de Los Ángeles y de la provincia del Biobío que hacen uso de las instalaciones del centro cultural.

En la actualidad, los únicos registros que están publicados respecto a participación ciudadana en actividades de carácter artístico cultural específicamente en la ciudad de los Ángeles son los del Plan Municipal Cultural (PMC), en palabras de Javiera Matus de la Parra, ex gerente de la CCMLA⁵ en entrevista realizada para este trabajo académico: “se han hecho focus group e instancias participativas, pero muchas veces son consultoras de otras partes de Chile y no tienen oído criterioso. En el anterior PMC hubo una mirada muy sesgada en los resultados, porque solo incluyeron a personas que se relacionan con el folcklore, tema que (por decisión institucional) lo ve el departamento de cultura de la municipalidad, no nosotros (CCMLA), entonces los datos no eran representativos” (J. Matus de la Parra, entrevista personal, 25 de noviembre de 2022)

Fig. 2: Porcentaje de participación cultural según distintas actividades artísticas culturales en la región del Biobío y en el país, 2012



Fuente: (Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, 2017, pág. 42)

⁵ Una semana previa a la entrega de esta AFE, luego de 8 años en el cargo, Javiera Matus de la Parra dejó la gerencia de la CCMLA.

Se desprende de la Fig. 2 que la mayor actividad de quienes sí declaran haber participado en hitos culturales en la región del Biobío ha sido en actividades de danzas tradicionales y/o populares. El tipo de actividades del orden fiestas populares, exposiciones de artesanía, manifestaciones de carácter tradicional y popular rondan todas cerca del 50% de participación de las y los entrevistados. Destaca la participación en bibliotecas, pues supera el promedio del país con un 21% regional frente a un 18% nacional. Esta cifra posiblemente esté determinada por el hecho de que la región del Biobío es la región con más bibliotecas suscritas a la Dibam.

Finalmente, una de las principales razones que justifican la realización de esta AFE, consiste en la valoración y apreciación por la iniciativa que brindan trabajadoras y trabajadores (de distintos rangos jerárquicos) de la institución. Durante la aplicación de las diferentes estrategias que permitieron la realización del diagnóstico de esta AFE, en reiteradas ocasiones fue mencionado el valor e importancia que tendría para el desarrollo de las actividades de carácter artístico – cultural en la zona el contar con los datos que brinda un estudio de público. La ex gerente de la CCMLA, Javiera Matus de la Parra señala: *“Sería un material muy valioso para nosotros, ciertamente sería considerado en las decisiones programáticas, los esquemas de comunicaciones, planes de difusión, etc.”* (J. Matus de la Parra, entrevista personal, 25 de noviembre de 2022)

1.4 OBJETIVO GENERAL

- 1) Conocer de manera certera los perfiles y cantidad de públicos activos en las convocatorias de la Corporación cultural Municipal de Los Ángeles, mediante la creación de un Diseño de Estudio de Públicos.

1.5 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Situar el estado actual del conocimiento respecto de los públicos de la CCMLA.
2. Determinar los instrumentos pertinentes de aplicación en un estudio de públicos, en relación a los hallazgos arrojados por el diagnóstico y considerando la especificidad del contexto diagnosticado.
3. Crear instrucciones de aplicación y contenido de los instrumentos a utilizar en el diseño de estudio de públicos.
4. Generar un diseño de estudio de públicos para la CCMLA de acuerdo con las particularidades del territorio, replicable a otras corporaciones culturales de similares características.

1.6 PREGUNTA GUÍA DEL DIAGNÓSTICO QUE FUNDAMENTA LA PROPUESTA:

¿Qué y cuánto saben las y los trabajadores de la CCMLA acerca de los públicos que se relacionan con la institución?

CAPÍTULO 2. ANTECEDENTES

2.1 REGIÓN DEL BIOBÍO

La región del Biobío es la VIII de 16 regiones que tiene el país. Según el último CENSO realizado (2017), la región cuenta con una población de 1.55 millones de personas, siendo la tercera región más poblada del país. Se encuentra en la zona central del territorio continental chileno y limita al norte con la región de Ñuble, al sur con la región de la Araucanía, al oeste con la provincia de Neuquén (Argentina) y al este con el Océano Pacífico. La región del Biobío está conformada por tres provincias: La provincia de Concepción, Biobío y Arauco. La capital regional es la ciudad de Concepción. La región, es una de las principales del país en cuanto a actividad económica, destacándose la industria siderúrgica (industria del acero), industria celulosa y forestal, generación de energía hidroeléctrica, etc.

En la Encuesta Nacional de Empleo, desarrollada por el INE en septiembre del año 2022, se revelan datos respecto del año 2021 sobre la población indígena total de la región y la población indígena presente en la fuerza laboral. En dicho informe se constata que 114.803 personas mayores a 15 años se identifican como pertenecientes a un pueblo indígena, es decir, el 6,9% de la población de la región del Biobío. De esas personas, el 51,8% corresponden a mujeres y el 48,2% corresponden a hombres. Acerca de las edades, el 23,6% tiene entre 15 y 29 años, un 44,7% tiene entre 30 y 64 años de edad, mientras que el 11,3% tiene entre 65 y más años. La fuerza laboral perteneciente a pueblos indígenas de la región del Biobío se estima en 46.863 personas, quienes representan al 6,8% de la fuerza laboral total de la región. De ese porcentaje, el 42,3% son mujeres y el 57,7% corresponde a hombres. (Instituto Nacional de Estadísticas, 2022, págs. 1 -5)

La comisión interministerial de Ciudad, Vivienda y Territorio a través de su Oficina de Estudios y Políticas Agrarias (ODEPA), específicamente el Departamento Rural, publican posterior a la realización del último CENSO realizado en Chile (2017) la Ficha Regional Biobío en la cual se informa que: “La población que se identifica como parte de algún pueblo indígena, si bien se encuentra por debajo del promedio nacional, es más alta en aquellas comunas rurales, destacando los casos de Tirúa y Alto Biobío, con 70,5% y 82,0% respectivamente”. (Oficina de Estudios y Políticas Agrarias ODEPA, 2018, pág. 2)

En el mismo documento, se indica información acerca de las comunas urbanas, mixtas y rurales. En las comunas urbanas reside cerca del 70% de la población, principalmente en las comunas de Concepción (capital regional) y Los Ángeles. Las comunas mixtas alcanzan un 18,4% de la población y las comunas rurales un 13,6%. Lo anterior es muy relevante para esta investigación, puesto que la provincia del Biobío, en la cual se emplaza el objeto de estudio de la presente AFE, tiene solo una comuna que cumple los criterios de urbanidad; Los Ángeles, 4 comunas que son denominadas mixtas y 9 comunas rurales. La participación cultural se ve ampliamente afectada por las condiciones de ruralidad de sus habitantes, factores como las distancias y las gestiones respecto de transporte, los tiempos de preparación y las diferencias en cuanto a capital cultural, ciertamente inciden en la cantidad y en la calidad de la participación cultural de las personas que viven en ruralidad.

2.2 GEOGRÁFICOS CIUDAD DE LOS ÁNGELES

La comuna de Los Ángeles es la capital de la provincia del Biobío, siendo la segunda comuna más poblada en la región después de la capital regional, Concepción. La importancia de esta comuna para la región del Biobío cambia en el año 2018 con la reconfiguración de la distribución territorial regional, al constituirse la provincia de Ñuble como región, de este modo toma mucha más relevancia la comuna de Los Ángeles como centro neurálgico de muchas comunas de la zona central – cordillerana.

“Los Ángeles cuenta con una localización privilegiada al estar ubicada en la Ruta 5 y equidistante entre Santiago y Puerto Montt. Dentro de la región del Biobío, se encuentra a 130 km de la capital regional, Concepción, lo que permite mantener una conectividad, a través de la nueva Ruta 146. A su vez, se encuentra localizada, a 111 km. al sur de Chillán, capital de la nueva región de Ñuble y a 165 km al norte de Temuco, capital de la región de la Araucanía. Por lo tanto, su localización entre las capitales regionales de Ñuble y Araucanía le otorga un rol de ciudad intermedia y de paso inter-regiones.” (Municipalidad de Los Ángeles, 2019, pág. 16)

2.3 SOCIO DEMOGRÁFICOS CIUDAD DE LOS ÁNGELES

Al Censo⁶ del año 2017 la población de la comuna de Los Ángeles era de 202.331 habitantes (Instituto nacional de estadísticas, 2018, pág. 6) donde el 52% corresponde a mujeres y un 48% hombres. Cabe señalar además en la caracterización de la población de la comuna de Los Ángeles que la población de personas mayores, es decir, personas con edad superior a 65 años ha aumentado considerablemente; al año 2017 la cantidad de población de personas mayores es el doble (12,8%) respecto del CENSO de 1998 (6,4%).

En los datos oficiales entregados por la web de la Biblioteca del Congreso Nacional de Chile (constituida con información que brinda el INE, Instituto Nacional de Estadísticas y las diferentes institucionalidades del país) se encuentran datos relevantes para los antecedentes de la presente AFE en relación a las personas mayores:

Fig. 3: Índice de adultos mayores (IMA)



Fuente: (Biblioteca del Congreso Nacional de Chile BCN, 2018)

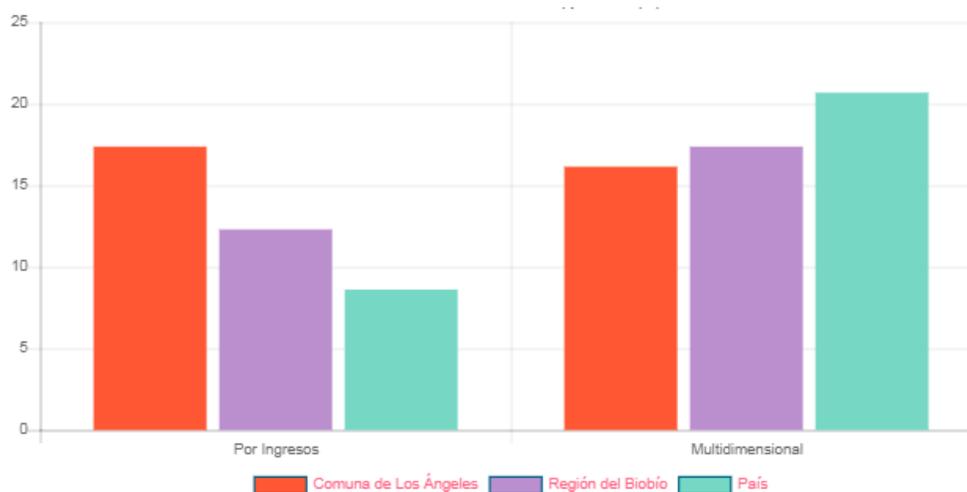
Como se puede observar en el gráfico anterior Fig. 3, en relación a lo proyectado para la región y para el país respecto del CENSO 2017, la población de personas mayores

⁶ El censo de población y vivienda es la operación estadística más importante que realiza el Instituto Nacional de Estadísticas y en la cual participan todos los habitantes del país, ya que este es un insumo esencial para elaborar estimaciones y proyecciones de población tanto para el país, las regiones y las comunas. El censo permite contar con información esencial para el adecuado diseño de políticas públicas y toma de decisiones privadas y públicas.

aumenta y con gran celeridad, incluso, en la ciudad de Los Ángeles, la población de personas mayores aumenta en una proporción mayor que en la región y que en el país.

De igual manera lo informa en la Ficha Regional Biobío el Departamento Rural de la Oficina de Estudios y Políticas Agrarias (ODEPA), perteneciente a la Comisión interministerial de Ciudad, Vivienda y Territorio, en la cual señala: “Respecto a la distribución por grupos de edad, el promedio regional es similar al nacional, sin embargo, las comunas rurales muestran, en general, una estructura poblacional más envejecida, con algunas excepciones como Alto Biobío.” (Oficina de Estudios y Políticas Agrarias ODEPA, 2018, pág. 2) Por lo tanto, así como en el área de las artes y la cultura, debiese constituir un llamado de atención a las entidades que trabajan con públicos a direccionar el foco en la experiencia de las personas mayores al menos los conceptos de: tipo de programación y estrategias de difusión, accesibilidad de la infraestructura y claridad en la entrega de información.

Fig. 4: Tasa de pobreza por ingresos y multidimensional



Fuente: (Biblioteca del Congreso Nacional de Chile BCN, 2018)

Como se puede observar en la Fig. 4 Según información divulgada en la web de la Biblioteca del Congreso Nacional, (Biblioteca del Congreso Nacional de Chile BCN, 2018) a la fecha del último CENSO realizado en Chile (2017), la población en situación de pobreza por razón de ingresos en la ciudad de Los Ángeles superaba en 15%, lo cual casi duplica al porcentaje de personas en situación de pobreza por la misma razón en el país. Lo anterior es clave, pues es altamente probable que el dinero sea un factor determinante

en la cantidad de participación cultural de la población (Una de las principales barreras de acceso identificadas en la mesa de la provincia del Biobío en el análisis sobre la “Encuesta ciudadana de públicos y su contexto territorial en la región del Biobío”). La falta de dinero es causal además de barreras de orden perceptual y escasez de capital cultural. La pobreza multidimensional está medida en cinco dimensiones: Educación, Salud, Trabajo y Seguridad Social, Vivienda y Entorno, y Redes y Cohesión Social y en ese sentido, la ciudad de Los Ángeles está mejor ubicada que la región o el país.

Fig 5. Personas en hogares carentes de servicios básicos e índice de hacinamiento
Totales a diciembre de 2020, personas (%)

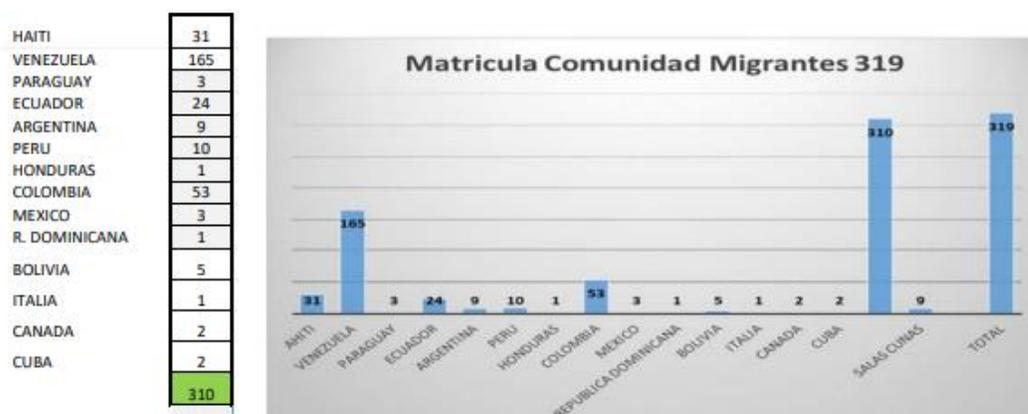


Fuente: (Biblioteca del Congreso Nacional de Chile BCN, 2018)

En el mismo estudio señalado anteriormente, se encuentra información respecto del porcentaje de personas carentes de servicios básicos (agua potable, electricidad y gas domiciliario) y hogares que viven en situación de hacinamiento. Se puede observar en la Fig 5, que el porcentaje de personas que no cuentan con los servicios básicos supera casi en un 30% a la realidad de la región y del país. Respecto de los hogares hacinados, la cantidad es levemente superior respecto de la región del Biobío, sin embargo, es menor que en el país.

Para efectos de profundizar en la contextualización social de la ciudad de Los Ángeles se realizó una búsqueda de indicadores respecto de la población migrante que habita la zona, sin embargo, esta no se halló ni en la Biblioteca del Congreso Nacional (la tabla con la categoría está, aunque la sección de datos se encuentra desierta) ni en el PLADECO de la ciudad de Los Ángeles (2019 – 2024) (Municipalidad de Los Ángeles, 2019), en este último solo hay un texto que indica la importancia de conocer a la población migrante a modo de intención, sin datos informativos. Sin embargo, en el Plan Anual Desarrollo Educación Municipal (PADEM) de la ciudad de Los Ángeles en (Municipalidad de Los Ángeles, 2021), se encontró una referencia a la cantidad de estudiantes inmigrantes matriculados en el año 2020, tal como se muestra en la Fig. 6Fig. 7.

Fig. 6: Matrícula comunidad migrantes ciudad de Los Ángeles



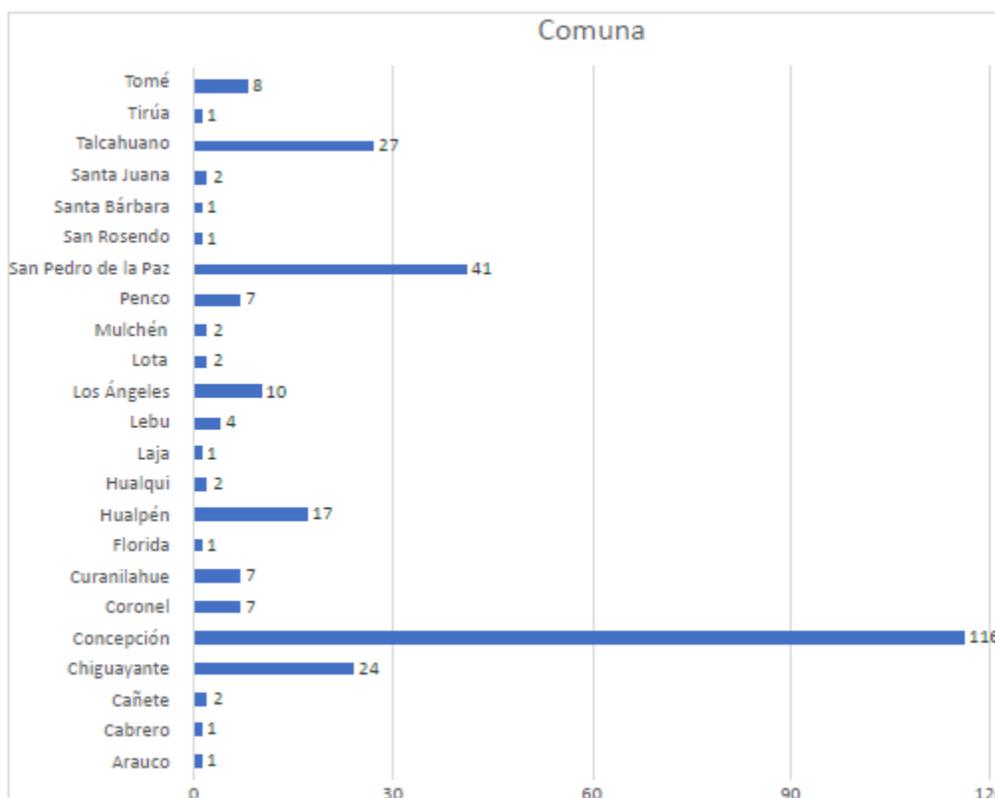
Fuente: (Municipalidad de Los Ángeles, 2021)

La matrícula total de estudiantes inmigrantes en el año 2020 fue de 319 personas, de las cuales destacan las nacionalidades venezolana y haitiana. Las personas inmigrantes son en su mayoría de países latinoamericanos, de otros lugares del mundo, solo 2. Lo anterior es relevante en términos de la gestión cultural y en estricto sentido de esta AFE, pues el porcentaje de participación de niñas y niños extranjeros aumenta considerablemente en las actividades de la CCMLA (no documentado, solo según lo observado por la escritora de esta AFE).

En septiembre de 2021, la Secretaría Regional Ministerial del Ministerio de las Culturas las Artes y el Patrimonio, publicó los resultados de la “Encuesta ciudadana de públicos y su contexto territorial en la región del Biobío”. En aquel informe se revelaron tres productos, el primero consiste en información y propuestas entregadas por las personas

que contestaron la encuesta.⁷ La información recogida responde a una representatividad regional, tal como lo indica la Fig. 7.

Fig. 7: Comuna de residencia de las personas que contestaron la “Encuesta ciudadana de públicos y su contexto territorial en la región del Biobío”

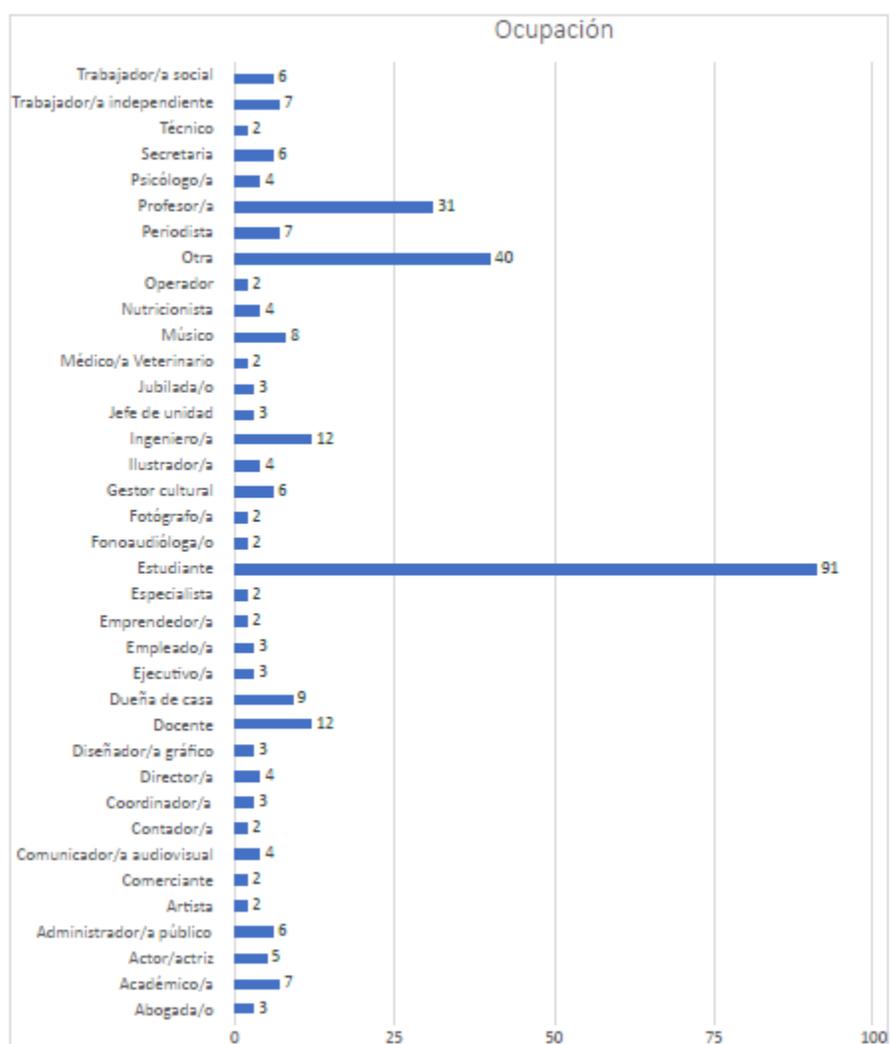


Fuente: (Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio, 2021, pág. 6)

La provincia del Biobío está constituida por las comunas de: Los Ángeles, Santa Bárbara, Mulchén, Alto Biobío, Antuco, Laja, Nacimiento, Negrete, Quilaco, Quilleco, San Rosendo, Tucapel, Cabrero y Yumbel. La “Encuesta ciudadana de públicos y su contexto territorial en la región del Biobío” solo contó con la participación de personas de las comunas de: Los Ángeles (10), Santa Bárbara (1), San Rosendo (1), Mulchén (2), Laja (1) y Cabrero (1). En total, la encuesta fue contestada por 16 personas de la provincia del Biobío.

⁷ Esa información tiene que ver en la región, no específicamente con la Ciudad de Los Ángeles, ni con la CCMLA.

Fig. 8: Ocupación de las personas que participaron en la encuesta



Fuente: (Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio, 2021, pág. 7)

Las personas que contestaron la encuesta, señalaron además su ocupación como se muestra en la Fig. 8, donde destaca la cantidad de estudiantes.

En la instancia, se realizaron cuatro preguntas cerradas que brindan mucha información a ser considerada por las instituciones que trabajan desarrollando el arte y la cultura de los distintos territorios de la ciudad ya que brinda valiosos antecedentes sobre sus públicos.

La última pregunta tiene relación con los elementos post pandémicos, que no son relevantes para esta AFE, por ello no se considera esa información⁸.

1. ¿Cuáles de los siguientes elementos te han limitado para participar de actividades culturales?

Tabla 1: Motivos de limitación en la participación en actividades culturales

Criterio	Cantidad de votos
Condiciones sanitarias (evitar contagios)	123
No existe una "cultura" de participación	80
No Sé dónde ver la cartelera de actividades	159
La actividad no está enfocada para mí	62
Horario	156
Traslado/locomoción	111
Precio (económico)	112

Fuente. Elaboración propia a partir del informe final: "Encuesta ciudadana de públicos y su contexto territorial en la región del Biobío, 2021"

La información presentada en la Tabla 1 muy clave, pues tener en cuenta el motivo por el cual las personas no asisten a eventos artísticos – culturales brinda luces sobre las mejores estrategias a aplicar para mejorar la participación cultural. Esa información será solicitada sin dudas en el diseño de estudio que se propone en esta AFE. En la tabla anterior se puede observar que "No sé dónde ver la cartelera de actividades" en conjunto con la variable "Horario" con las que más votos tienen. Aquello apunta directamente a las áreas de comunicaciones y a la capacidad de realizar alianzas para difusión que tengan las entidades culturales de la región.

⁸ La cuarta pregunta realizada en la encuesta fue: ¿Qué tan importante son los siguientes elementos para ti en eventos culturales post-pandemia? Y las opciones referían a medidas de cuidado por posibles contagios por Covid -19

2. En los últimos meses, ¿En qué tipo de actividades has participado?

Tabla 2: Tipo de participación en actividades culturales

Tipo de actividades	Cantidad de votos
Ninguna	77
Otra	36
Audiovisuales (cine, etc)	104
Espectáculos musicales	117
Patrimoniales (ferias, artesanía, etc)	117
Artes visuales, nuevos medios, etc)	87
Artes escénicas (ópera, titiriteros, danza, etc)	70

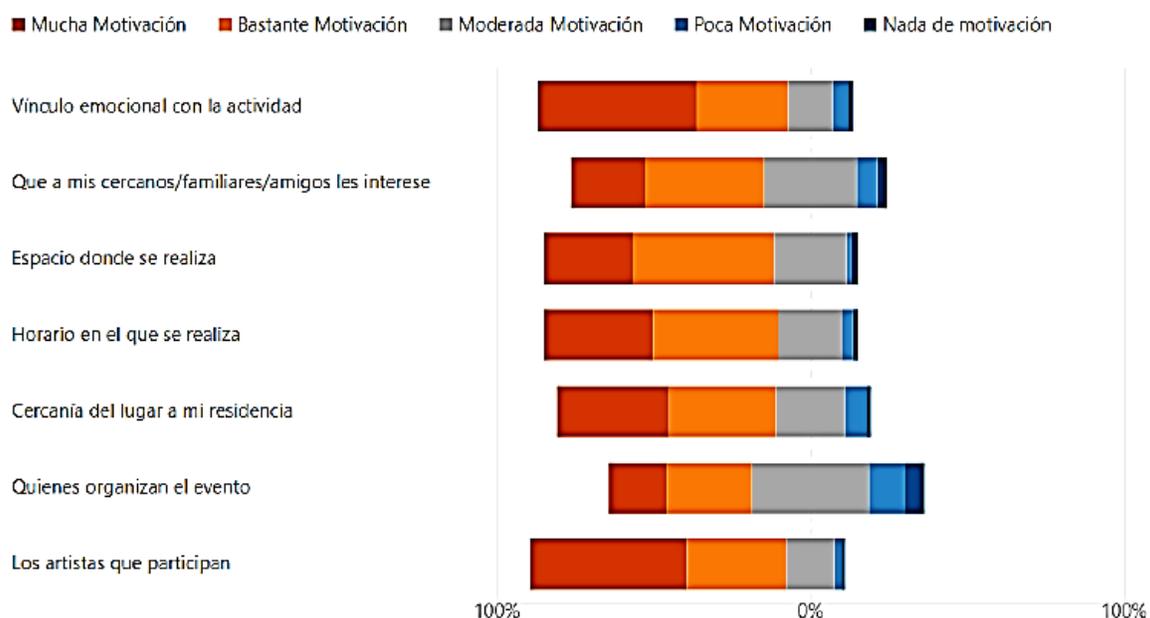
Fuente: elaboración propia a partir del informe final: “Encuesta ciudadana de públicos y su contexto territorial en la región del Biobío, 2021”

Los tipos de actividades señalados, son los dominios artísticos definidos desde el MINCAP. Las actividades que cuentan con más participación están lideradas por eventos del tipo “Patrimoniales”, seguidas de preferencias “Musicales”, y luego “Audiovisuales”. Destaca de la información presentada en esta pregunta, el hecho de que los datos arrojados por esta evaluación, 8 años más tarde que lo indicado por la Fig. 2 siguen indicando que las actividades de carácter patrimonial y espectáculos son los que más cuentan con participación de la ciudadanía. Relevante también si se ponen en contexto estos indicadores con las actividades propuestas por la CCMLA.⁹

⁹ Ver anexo N°1: Programación CCMLA

3. ¿Qué tanto te motivan estos elementos para participar de actividades artístico-culturales?

Fig. 9: Elementos de motivación para participar de actividades artístico –culturales



Fuente: (Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio, 2021, pág. 10)

Como se puede apreciar en la Fig. 9, las personas que contestaron afirman que el vínculo emocional con la actividad en conjunto con las y los artistas que participan cuentan con el 50% en la escala motivacional. El elemento que continúa en la escala de preferencias es “cercanía con mi lugar de residencia” (35.8%), luego le sigue el elemento “horario de realización” con un 34% de las preferencias, lo que se condice con las respuestas de la primera pregunta, en la cual el horario de realización representa una gran barrera de acceso.

Los datos presentados anteriormente son relevantes para esta propuesta en dos sentidos: el primero, es que se constituye como una fuente de información muy útil a ser considerada en la planificación y definición de los ejes programáticos de la CCMLA y por otro lado, brinda información que se podrá contrastar con los intereses de los públicos de la CCMLA.

2.4 CORPORACIÓN CULTURAL MUNICIPAL DE LOS ÁNGELES

En dicha comuna se emplaza la Corporación Cultural Municipal de Los Ángeles, que es una corporación de derecho privado, sin fines de lucro y de carácter cultural. Fundada en julio del 2013, hoy año 2023 opera bajo la dirección de su presidente, el actual alcalde la ciudad, Sr. Estaban Krause Salazar y su ex gerente Srta. Javiera Matus de la Parra Torres. La CCMLA se crea con el objeto (presente en los estatutos) de:

“Crear, estudiar, estimular, promover, coordinar y difundir iniciativas y actividades destinadas al fomento del arte y la cultura, en sus diferentes manifestaciones, tales como la literatura, la lírica, la música, el baile, el teatro, las artes plásticas, la artesanía u otras manifestaciones o expresiones similares, como asimismo la conservación, promoción, estudio y difusión del patrimonio histórico, artístico y cultural, a través de la educación, extensión, enseñanza e investigación, tanto en su parte organizativa como promocional o de patrimonio” (CCMLA, 2022)

Como señala la ex gerente de la CCMLA, Javiera Matus de la Parra en una entrevista realizada para esta AFE *“La conformación de la CCMLA fue al revés de la mayoría de los centros culturales en Chile. Se comenzó con una institucionalidad incipiente que tenía un directorio y una gerencia. Muy poca infraestructura y deficientes condiciones de trabajo, es decir, primero estuvo el equipo y las ideas, después la infraestructura”*. (J. Matus de la Parra, entrevista personal, 25 de noviembre de 2022)

Las labores se realizaban en el sector utilizable del ex Liceo de Hombres, mientras que en paralelo se reacondicionaba otro sector del internado para la futura operatividad del Centro Cultural¹⁰.

¹⁰ El Centro Cultural aún se encuentra sin recepción municipal ni ha sido inaugurado oficialmente, sin embargo, la utilización del espacio ya está siendo realizada.

2.4.1 Misión y visión

A continuación, la misión y visión de esta institución extraídas desde su página web www.ccmla.cl

a. Misión

“Nuestra misión como Corporación Cultural Municipal de Los Ángeles (CCMLA) es impulsar un desarrollo cultural formativo, armónico e incluyente para la comuna, estimulando el desarrollo y apreciación de las diversas manifestaciones artísticas tanto en su creación, fomento, difusión, gestión y participación, articulando los objetivos propios de la corporación con las necesidades culturales de comuna, la provincia y la región, mediante la adecuada administración de la infraestructura cultural presente en Los Ángeles, además de la correcta investigación, conservación y promoción de sus bienes patrimoniales ” (CCMLA, 2022)

b. Visión

“La Corporación Cultural Municipal de Los Ángeles pretende ser la principal administradora de la infraestructura cultural de la comuna extendiendo el alcance de sus lineamientos y objetivos a la provincia y la región, con una propuesta enfocada a la formación de audiencias y promoción de las manifestaciones artísticas, siendo a su vez la propulsora de la creación artística cultural local y regional, mediante espacios de apoyo y asesoría a los cultores y agentes culturales, promoviendo así una administración participativa que atiende correctamente las necesidades del territorio.” (CCMLA, 2022)

Al analizar los elementos misión y visión de la CCMLA, se observa el interés por el trabajo con los públicos está, sin embargo, no llega a ser completamente primordial. Demuestra que hasta el momento, el foco ha estado en el desarrollo artístico, desde una mirada más bien focalizada en las y los artistas, cultoras y cultores, y elementos patrimoniales, se enfatiza el contenido que se pueda brindar a la comunidad sin una bajada concreta por desarrollar estrategias de fidelización o mayor ensamblaje con la realidad de la comunidad para la que se trabaja. La visión, sin embargo, finaliza con una concreta intención de atender a las necesidades del territorio, lo cual ciertamente justifica el propósito de esta AFE: Desarrollar un diseño para estudiar a sus públicos.

2.4.2 Objetivos CCMLA

Los objetivos de la CCMLA se han construido sobre los tres ejes programáticos de la Política Regional de Cultura 2017 – 2022:

<p><i>Eje 1. Creación y difusión de las artes</i></p> <ul style="list-style-type: none">• Generar un espacio óptimo para la creación y formación artística mediante talleres específicos que apunten tanto a generar nuevos cultores locales y audiencias culturales.• Desarrollar una plataforma para difusión y apreciación de las actividades culturales tanto locales como nacionales.• Establecer un plan de difusión mediante una estrategia de comunicación pertinente a las necesidades y requerimientos de la provincia y la región.• Articular un plan de asociación y cooperación con la empresa privada presente en la comuna y organizaciones afines con el propósito de generar fondos y financiamiento para el desarrollo de productos y bienes culturales.
<p><i>Eje 2. Conservación y difusión del patrimonio</i></p> <ul style="list-style-type: none">• Establecer instancias de desarrollo para la investigación, conservación y promoción del patrimonio cultural de la comuna.• Difundir mediante estrategias de conservación y promoción el carácter patrimonial e identitario de los bienes culturales de la comuna.
<p><i>Eje 3. Gestión cultural y participación ciudadana:</i></p> <ul style="list-style-type: none">• Apoyar la promoción y desarrollo de actividades culturales de carácter extra programáticas en los distintos planteles educacionales.• Capacitar constantemente al equipo de trabajo de la Corporación en metodologías y áreas pertinentes a la realidad cultural local y nacional logrando con ello la actualización permanente de aptitudes en el equipo de trabajo.• Administrar adecuadamente los bienes y fondos de la Corporación que permitan el cumplimiento adecuado de la misión, visión y objetivos de la institución.• Generar instancias de diálogo, apreciación y debate entre los discursos artísticos culturales y la comunidad en general.• Establecer estrategias de formación de audiencia culturales con enfoque especial en la educación artística y mediación cultural.

La realización de esta AFE pretende contribuir al eje 3: Gestión cultural y participación ciudadana. Para desarrollar y cumplir con éxito los objetivos asociados a este eje, es fundamental tener conocimiento acerca de los públicos.

2.5 INFRAESTRUCTURA

En la actualidad la CCMLA cuenta con la mayor infraestructura con destino cultural de la ciudad de Los Ángeles, ejecutando sus principales acciones desde el reacondicionado Ex Liceo de Hombres donde opera el Centro Cultural, el cual cuenta instalaciones como: Salas de danza, salas de teatro, auditorio, galería de exhibición para artistas visuales, estudio audiovisual, etc. Entre sus actividades formativas constantes destacan la Escuela de Ballet y la Escuela de Teatro. La CCMLA está además a cargo de la gestión del Teatro Municipal, lo cual brinda a la institución la responsabilidad administrativa de la oferta de consumo artístico itinerante, generando a través de esta infraestructura cartelera para la ciudadanía.

Como se mencionó anteriormente, desde su fundación en el año 2013 la CCMLA operó en un espacio utilizable del ex liceo de hombres. En esa ubicación estaban las oficinas administrativas, gerencia, escuela de teatro y salón de ensayo. La escuela de ballet siempre funcionó en un espacio externo, por falta de capacidad en la infraestructura.

Aquella edificación comenzó a desarrollarse en una primera etapa en el año 1909, para ser terminada finalmente en el año 1923, por lo tanto, a nivel nacional y local, representa un gran patrimonio arquitectónico. Actualmente ha sido remodelada de tal manera que se conserva toda la arquitectura basal a la vez que se reacondicionó en función de poder brindar a la comunidad diferentes espacios que faciliten el desarrollo de las artes y la cultura. El objetivo principal de tal remodelación giró en torno a apoyar en el desarrollo de iniciativas de divulgación de las artes y de expresiones culturales propias de la comuna de manera de integrarlas a la oferta de difusión de programación del Centro Cultural, posicionando a la cultura y las artes en el centro de la oferta de uso del tiempo y del ocio en la comuna de Los Ángeles.

El día 4 de enero de 2016 se concretó el proyecto de construcción del Centro Cultural de la ciudad de Los Ángeles, en la instancia, el alcalde Sr. Esteban Krause Salazar en conjunto con el otrora ministro de Bienes Nacionales firmaron el traspaso de la propiedad desde el ministerio a la municipalidad. La construcción fue financiada por el ex CNCA y el Fondo de Desarrollo Regional 2013.

La restauración corresponde a los inmuebles ubicados en calle Lautaro N°445 y N°463, con una superficie total de más de 4.800 metros cuadrados, que fue transferido desde el fisco al municipio mediante los Decreto Exento N°1760 y Decreto supremo N°514 con fechas 23 de diciembre de 2014 y 20 de agosto de 1999 respectivamente. De esta manera y con aprobación de SEREMI, el destino del inmueble cambió de servicios educacionales al de construcción del Centro Cultural.

A continuación, se presentarán los espacios que constituyen a la nueva edificación. La información fue extraída del recorrido 360° que se ofrece en la web de la CCMLA¹¹ <https://ccmla.cl/>

- a. Hall principal, lugar de ingreso y desde el cual se accede a las oficinas de gerencia, administración, producción y comunicaciones.



Fuente: imagen extraída de <https://ccmla.cl/>

- b. Plaza o patio: en este lugar el centro cultural se interconecta con otros dos espacios de desarrollo artístico – cultural: El museo Artequín y el Teatro Municipal de Los Ángeles (el cual depende de la administración de la CCMLA). La plaza o patio es un espacio abierto que alberga actividades que ameritan condiciones especiales de desplazamiento (por escenografía o por dimensiones necesarias de espacio de trabajo para las y los artistas), también se realizan actividades de motivación estival, siempre que las especiales condiciones climáticas lo permitan.

¹¹ La distribución presentada corresponde a la planificación inicial de funcionamiento, en la práctica, el destino de los espacios ha variado. Aquello se profundizará en el Capítulo 4, diagnóstico.



Fuente: imagen extraída de <https://ccmla.cl/>

- c. Espacio multifuncional: Este lugar de la CCMLA se utiliza de diversas maneras: es el principal lugar de exhibición de artes visuales (galería), también se celebran las ceremonias, vinos de honor, lanzamientos de libro, encuentro de artistas, etc.



Fuente: imagen extraída de <https://ccmla.cl/>



Fuente: imagen extraída de <https://ccmla.cl/>

- d. Sala Feria Libre o sala de reuniones: Este espacio del Centro Cultural, alberga un imponente patrimonio nacional el paño pintado en 1952 llamado Feria Libre, por el artista angelino y ex profesor del Liceo de Hombres, Anarkos Bermedo. La obra está en proceso de una restauración en el corto plazo. Aquí se realizan actividades como conferencias, reuniones, lanzamientos de libros, seminarios de pequeño formato, entre otras.



Fuente: imagen extraída de <https://ccmla.cl/>

- e. Sala Audiovisual: Este espacio fue diseñado para albergar una sala integral de grabación, edición y postproducción, contando entre otras cosas con una caseta de

audio. Se desea desarrollar en este espacio grabación de programas de radio y vídeo y realización de cápsulas culturales.



Fuente: imagen extraída de <https://ccmla.cl/>

- f. Auditorio: En este espacio se recibe a distintas manifestaciones de la comunidad tales como: ceremonias, licenciaturas, cursos, clases maestras, conciertos de cámara y espectáculos de mediano formato. En el paño sur del espacio se encuentra el mural “Ayer, hoy y mañana” (1952) del artista Anarkos Bermedo.



Fuente: imagen extraída de <https://ccmla.cl/>

- g. Escuela de Ballet Municipal de Los Ángeles: En sus más de 20 años de existencia, la EMBLA cuenta con un espacio dentro de las mismas instalaciones donde operan todas las actividades del Centro Cultural. Las nuevas instalaciones cuentan con una sala especialmente acondicionada, piso de danza, barras y espejos. Además de dos camarines, bodega y oficina para el equipo de trabajo.



Fuente: imagen extraída de <https://ccmla.cl/>

- h. Sala de danza: Espacio destinado al ensayo, práctica y formación de variados estilos de danza.



Fuente: imagen extraída de <https://ccmla.cl/>

- i. Sala de orquesta y coro: Lugar para la creación musical y práctica de los distintos ensambles, grupos y coros de la comunidad.



Fuente: imagen extraída de <https://ccmla.cl/>

- j. Salón CECREA: Espacio destinado para realización de las actividades del programa Centros de Creación del MINEDUC.



Fuente: imagen extraída de <https://ccmla.cl/>

- k. Sala Escuela de Teatro Municipal de Los Ángeles: Los distintos niveles de la Escuela de Teatro tienen en este espacio un lugar para desarrollar sus actividades formativas, seminarios y workshop. En este sitio además se realizan los ensayos para las funciones.



Fuente: imagen extraída de <https://ccmla.cl/>

- I. Salón de Artes Visuales: Espacio con gran luminosidad natural y amplitud, especial para el desarrollo de talleres de pintura y gráfica. Cuenta con lavadero y estanterías incorporadas.



Fuente: imagen extraída de <https://ccmla.cl/>

Muchas veces estos espacios no están siendo utilizados, por ello es que se dispone de ellos para que la comunidad haga uso de las instalaciones. La razón por la que no se utilizan es por falta de implementación de las salas (debido a que el edificio a la fecha de entrega de esta AFE aún no cuenta con recepción municipal), también por escasez de personal que pueda gestionar la realización simultánea de actividades en todas las salas del centro cultural. La solicitud de espacio se gestiona mediante secretaría y debe cumplir

ciertos criterios para ser facilitado, con liberación de costo. Para el caso del uso de la galería, según palabras de Daniela Corvalán, ex Coordinadora y Productora de la CCMLA¹² en una entrevista realizada por la autora de esta AFE: *“no hay curatoría para el uso de este espacio, las y los artistas solicitan el espacio y los filtros son: primero, que sea un contenido de carácter artístico – cultural; segundo, que sea sin fines de lucro; tercero que exista disponibilidad de fechas (generalmente son solicitudes a través de cartas de compromiso para fondos concursables que los artistas se han adjudicado). Por supuesto que hay lectura previa de las obras porque acá viene mucho público infantil, pero no hay muchos límites ya que hay un compromiso con la libertad de creación”*. (D. Corvalán, entrevista personal, 7 de diciembre de 2022)

Finalmente, desde la CCMLA se determinan ciertos objetivos de la infraestructura:

1. Aportar a la construcción de una comuna intercultural, inclusiva, democrática, con equidad en el acceso a los bienes y espacios culturales y con mayores índices de participación comunitaria.
2. Facilitar el acceso de la comunidad de Los Ángeles al mayor número posible de expresiones artísticas disciplinarias de calidad, superando las inequidades para su acceso y consumo de manera sistemática, habitual y artísticamente coherente.
3. Generar las condiciones de infraestructura necesarias para el ejercicio de la expresividad de las personas y colectivos, así como también contribuir a los procesos de reconocimiento de las manifestaciones que sientan como propias y que reafirmen su sentido de identidad cultural.

Reside en los 3 objetivos anteriores uno de los principales elementos diferenciadores de la CCMLA respecto de las otras edificaciones para desarrollo de artes y cultura de la región. Además de ser el Centro Cultural más robusto arquitectónicamente en la provincia, es el más nuevo y con una intención clara y determinada de servir a la comunidad, deseando con el mayor de los ímpetus acortar la brecha del acceso y poner en práctica el ejercicio de los derechos culturales para los habitantes de la provincia del Biobío. Una muestra de ello es el uso de espacio que realizan organizaciones de la sociedad civil, como lo son grupos de k-pop, juntas de vecinos, directivas de colegios, entre otros.

¹² Una semana previa a la entrega de esta AFE, Daniela Corvalán fue nombrada gerente de la CCMLA.

2.6 RECURSOS

El financiamiento de la CCMLA se obtiene de recursos de diversa procedencia: fondos concursables (GOREBIOBIO, FONDART, FNDR, etc.), asignación de presupuesto de la Ilustre Municipalidad de Los Ángeles (proyecto subvención), arriendo a privados del Teatro Municipal, etc. Cabe señalar que todas las actividades y convocatorias que surgen desde la CCMLA para la ciudadanía son liberadas de costo. Las actividades que sí tienen costo mediante ticketera, son gestionadas por privados que arriendan el Teatro Municipal (espacio que es administrado por la CCMLA) para dichas actividades, aunque son las que ocurren en menor proporción durante un año. Estos arriendos de espacio son gestionados por una persona del área de producción en conjunto con la tramitación a cargo del área administrativa de la CCMLA. Los criterios para utilización de espacio son los mismos que para las actividades que se desarrollan en el Centro Cultural.

El mayor ingreso de la CCMLA corresponde a lo otorgado por subvención municipal, lo cual es destinado a gastos fijos del TMLA y honorarios del personal de la CCMLA¹³. Todos los recursos destinados al plan de gestión (en el orden de \$200.000.000 anuales) se han estado levantando en los últimos años a través de postulaciones a los fondos del Gobierno Regional y fondos concursables, gestión a cargo de parte del personal de la CCMLA, especialmente gerencia y producción.

De forma constante se reciben ingresos del programa Corredor Biobío que viene desde la SEREMI, aunque es valioso, es poco significativo ya que logra cubrir económicamente escasas actividades.

Acerca de la distribución de los recursos, esta es principalmente en educación (actividades formativas) pues, a pesar de ser una acción a largo plazo, se considera que es la estrategia que más fuerza tiene en la generación de públicos e impacto tanto en la comunidad como en los hogares de las personas de la ciudad.

Finalmente, desde gerencia, en una entrevista realizada por la autora de esta AFE, se realiza un llamado claro y rotundo a la institucionalidad chilena en artes y cultura, MINCAP, a no abandonar a la Corporaciones Culturales (más de 80 en el país) ya que *“somos los que estamos en primera línea en el trabajo con la comunidad”* (J. Matus de la

¹³ La suma asciende a un aproximado de \$300.000.000, lo que representa menos del 25% del presupuesto que el Teatro Regional del Biobío obtiene gracias a asignación directa del Gobierno Regional; \$1.397.125.250.

Parra, entrevista personal, 25 de noviembre de 2022) , solo por el hecho de contar con esa figura legal, cada vez quedan más y más fuera de bases para poder concursar por fondos que financieramente posibiliten el desarrollo de su plan de gestión. La descentralización y distribución de los recursos es una realidad que azota a las comunas que no son capital regional. El hecho de tener una subvención municipal, no es suficiente ni seguro en el largo plazo (debido a los cambios de administración), por ello, es muy riesgoso para la gestión y el trabajo con las comunidades quedar exentos del financiamiento sectorial y ministerial.

El tema de los recursos es uno de los que más frecuentemente aparece nombrado en cuanto a las limitaciones para fortalecer la relación con los públicos, se profundiza en ello en el capítulo 4, Diagnóstico.

2.7 ACTIVIDADES

2.7.1 Programación

La programación 2022 de la CCMLA incluyó actividades pensadas para potenciar el trabajo colaborativo entre los distintos espacios artísticos de la Provincia del Biobío. También busca ofrecer a los habitantes de la provincia del Biobío una programación variada, contribuyendo a la difusión y apreciación artística a través de la generación de una oferta de actividades formativas que permita el acceso a las artes a los habitantes de la provincia del Biobío. También, busca entregar posibilidades laborales formales a las y los artistas de la provincia y de la región del Biobío. Finalmente, pretende promocionar y difundir creaciones en artes escénicas de la provincia de Arauco y Biobío.

Entre las principales actividades destacan:

1. Ciclo de talleres de temporada
2. Talleres anuales
3. Ciclo de seminarios
4. Programa de actividades Personas Mayores
5. Programa de actividades 1° infancia
6. Programación artes escénicas Teatro Municipal de Los Ángeles
7. Programa Galas 2022
8. Programa de formación de audiencias y mediación cultural en artes escénicas en espacios públicos y/o comunitarios.
9. Programa celebración de efemérides culturales

10. Encuentro regional de artistas visuales y acción creativa 2022
11. VIII Festival Internacional de títeres
12. Escuela de formación técnica para artistas escénicos: ETAE VII
13. Preuniversitario de Artes Visuales
14. Temporada de Teatro Provincial región del Biobío (Se desarrolló en Concepción)
15. Investigación histórica biográfica de Roberto Bolaño: “Los Ángeles de Bolaño”
16. Creación y montaje, elenco ciudadano obra “Antes de partir”
17. Visitas guiadas a colegios¹⁴

Las actividades anuales que se desarrollan en la CCMLA corresponden a las Escuelas de Ballet y Teatro. En el caso de la primera, se desarrollan 8 niveles con estudiantes de 5 a 15 años, las actividades se desarrollan de lunes a viernes entre los meses de abril y diciembre. En el caso de la Escuela de Teatro, hay 3 niveles y está dirigida a personas adultas. Las clases también suceden diariamente entre los meses de abril y diciembre. Las escuelas de formación son la vía escogida para generar formación de públicos, se considera una inversión de trabajo a largo plazo, sin embargo, la vía más eficiente para crear hábito de participación cultural. En palabras de la directora de la Escuela de Ballet Municipal de Los Ángeles, Elizabeth Torres: *“Las niñas están durante todo el año, semana a semana en una actividad artística, la constancia les genera un hábito comprobable, por ejemplo, es recurrente que cuando se presentan obras de danza en el Teatro, las ex estudiantes siempre asisten. Ellas son un público habitual”* (E. Torres, entrevista personal, 10 de diciembre de 2022)

2.7.2 Público Objetivo

La CCMLA es administradora de los principales espacios culturales de la provincia: El Centro cultural ubicado en Lautaro 445, frente a la plaza de armas de la ciudad y el Teatro Municipal de los Ángeles, ubicado en calle Colo Colo 484, en pleno centro de la ciudad. Por ello se ha definido como público objetivo a los habitantes de las 14 comunas de la provincia del Biobío. Por otra parte, la CCMLA se vincula también frecuentemente con otras comunas de la región, como por ejemplo, ciudades ubicadas en la provincia de Concepción y provincia de Arauco con actividades como las presentadas en la sección

¹⁴ Ver anexo N°1 donde se puede apreciar más detalle de cada línea programática.

anterior. En el año 2022, la totalidad de personas directamente beneficiadas por las actividades de la CCMLA corresponde a 6.000, por lo cual la cifra de las y los beneficiados indirectos asciende a 24.000. El detalle de las personas a las cuales se pretende llegar con las actividades propuestas es:

Estudiantes: con 115 escuelas urbanas, y 97 rurales, la provincia del Biobío cuenta con un vasto público escolar, que vinculan su formación con actividades culturales y artísticas que la CCMLA tiene para ofrecer, además se realizan funciones y exposiciones orientadas a sus intereses y a su edad.

Personas Mayores: cuentan con espacios de formación de los mismos campos artísticos y culturales, pero con un nivel de mayor especialidad, así como espacios de tipo seminario, foros o charlas.

Gestores, cultores, artistas y creadores: existe interés de entregar especialización, mediante capacitaciones, clínicas y workshops a este grupo comprendido como público y como colaborador al mismo tiempo, dando oportunidades de uso de espacios y promoviendo desde la CCMLA, su trabajo con el resto de la comunidad.

Barrios: La CCMLA ha realizado el ejercicio de atraer a personas a los espacios culturales, así como de reconocer la cultura fuera de ellos. Es por esto que han existido proyectos, iniciativas, actividades e intervenciones dedicadas en especial al trabajo en barrios, mediante las artes de la visualidad y artes escénicas, entre otros. Estas actividades también permiten el desarrollo de una legitimidad de la Corporación en nuevos espacios.

2.8 ORGANIZACIÓN Y MODOS DE TRABAJO

2.8.1 Organigrama y equipo de trabajo

La CCMLA cuenta con un directorio compuesto por nueve personas representantes de todos los ámbitos de la comunidad local, presididos por el alcalde de la ciudad, actualmente el Sr. Esteban Krause Salazar.

Fig.10: Organigrama CCMLA



Fuente: (CCMLA, 2022)

Como se puede observar en la imagen anterior (Fig.10), las áreas que componen a la CCMLA son: área técnica, área de coordinación y producción, área de administración y finanzas, escuelas de formación y elenco de ballet. Hasta la fecha no hay profesional dedicado a público ni formación de audiencias. Si bien se desarrollan actividades de mediación y educación artística principalmente, no existe un área específica ni especializada para ello. Cada área está formada por 3 a 4 personas, las cuales todas residen en la ciudad de Los Ángeles o en las comunas aledañas. En total, la Corporación Cultural municipal de Los Ángeles cuenta con una fuerza de trabajo que supera las 25 personas, con perfiles profesionales especializados en su ámbito de trabajo, especialmente las personas encargadas y las profesionales de las escuelas de formación. Quienes no cuentan con un perfil profesional en el área de las artes y la cultura, cuentan con comprobable experiencia de oficio en el área.

2.8.2 Modelo de gestión

El actual plan de gestión fue realizado mediante una consultora, quien desarrolló un proceso participativo a través del cual se obtuvo información para generar un plan. Sin embargo, como se menciona en otras secciones de esta AFE, aquel proceso participativo no fue completamente representativo, ya que las personas incluidas, si bien eran públicos de artes y cultura, no eran usuarias de la CCMLA, por lo tanto, desconocían la realidad de la institución. La presente AFE, pretende entre otras cosas, subsanar ese punto y contar con información realmente representativa de la comunidad para la que se trabaja. En la actualidad, se trabaja en la CCMLA en base a aquel instrumento, pero también en base a la experiencia, no se sigue el plan de gestión al pie de la letra. Como menciona su ex

gerente Javiera Matus de la Parra *“El modelo de gestión no responde a una estrategia probada ni planificada anteriormente, sino que ha sido modificado en virtud de lo que presenta con los públicos de la zona, que no son fáciles”* (J. Matus de la Parra, entrevista personal, 25 de noviembre de 2022). El modelo de gestión sufre constantes cambios según lo que se observa en el territorio y en la respuesta de los públicos.

2.9 VINCULACIÓN CON TERRITORIO

La CCMLA genera un amplio despliegue en el desarrollo de actividades artísticas, culturales y de rescate patrimonial en la ciudad de Los Ángeles, sin perjuicio de aquello sus beneficiarias (os) se extienden a distintas comunas de la provincia del Biobío, ya que como se mencionó en secciones anteriores, se realiza un esfuerzo por desarrollar las actividades programáticas en comunas distintas de la capital provincial. Se trabaja con la intención de, a pesar de los siempre limitados recursos económicos y de capital humano, apoyar a las comunas de la provincia en el desarrollo de actividades para sus habitantes.

En relación a otras comunas, la CCMLA tiene una visión solidaria. Existe un centralismo en la provincia que tiende a replicarse, al ser víctima del centralismo nacional y regional (el que se genera desde Santiago a Concepción y desde Concepción a los Ángeles en cuanto a la oferta artístico – cultural disponible). Es por ello que se ha decidido tomar acciones y tratar de evitar que el centralismo se replique dentro de la provincia, en palabras de la ex gerente de la CCMLA *“A través de acciones de vinculación con los departamentos de cultura que tienen una administración menos robusta y profesionalizada que la de Los Ángeles. Actualmente se está extendiendo, una intención genuina desde la CCMLA por colaborar, solidarizar y apoyar el quehacer cultural hacia la provincia de Arauco, que cuenta con menos musculatura institucional que Los Ángeles”*. (J. Matus de la Parra, 25 de noviembre de 2022).

2.10 CONOCIMIENTOS Y PERCEPCIONES SOBRE PÚBLICOS DE LA PROVINCIA DEL BIOBÍO

En los resultados publicados en septiembre de 2021, por la Secretaria Regional Ministerial del Ministerio de las culturas las artes y el patrimonio, sobre la “Encuesta ciudadana de públicos y su contexto territorial en la región del Biobío” (Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio, 2021, págs. 24 - 28), se revelaron dos productos, el primero consiste en información entregada por las personas que contestaron la encuesta (presentados en el capítulo 2, Antecedentes). El segundo producto consta de la

sistematización de información obtenida en mesas provinciales, constituidas por gestoras y gestores culturales de las tres provincias de la región del Biobío. En la mesa de la provincia del Biobío, participó Edita Ramos, quien se desarrolla como profesional del área de producción de la CCMLA.

El encargo desde la institucionalidad fue analizar y proponer soluciones respecto a la siguiente premisa: *“Baja participación cultural de la ciudadanía y las barreras de acceso que la condicionan y que se expresan en el bajo involucramiento de las personas con el Ecosistema Cultural”*.

La mesa de la provincia del Biobío tuvo consenso en que efectivamente existe una baja participación en las actividades artístico-culturales, se concluye que aquello es atribuible a las siguientes brechas:

a. Brecha económica

Fue la barrera en la que se presentó mayor consenso. Los gestores culturales reconocieron que en sus zonas existen brechas económicas a nivel estructural e individual que limitan el acceso de la ciudadanía a las actividades. Coincidieron en que la distribución de presupuesto es desigual, lo que limita el alcance considerando que algunos territorios cuentan con mucha población rural; lo que dificulta aún más el acceso. Mientras que, desde el punto de vista individual, los gestores reconocieron que las personas no cuentan con los recursos para asistir a actividades programáticas.

b. Vinculación con actividades culturales

En general, los participantes apuntaron a que la ciudadanía no siente un vínculo con las actividades que se programan; lo que crea una falsa sensación de que las actividades artístico-culturales son elitistas. La falta de vinculación del público con este tipo de actividades los gestores la atribuyen a desigualdades educativas, que afectarían el consumo de actividades artístico-culturales.

Hubo consenso en que hay ciertas actividades que tienen una mayor asistencia, como las relacionadas con música popular, como rancheras, cumbias y reggaetón; mientras que en actividades de otras disciplinas, como las artes escénicas, convocan a menos público, porque no se sienten identificados o no cuentan con un vínculo emocional previo.

c. Territorios

En los sectores urbanos organizar las actividades es un poco más fácil y requiere menos recursos a criterio de los participantes; mientras que en sectores rurales esta misión se torna más difícil, por las características de estos sectores: las distancias físicas son mayores, y la movilidad se ve reducida.

d. Difusión

Principalmente relacionado con la falta de recursos para realizar la difusión, tanto económicos como de capital humano; y las características propias de los territorios desde donde se programan estas actividades: en los sectores rurales es mucho más difícil con pocos recursos económicos realizar una difusión apropiada.

e. Oferta programática

La falta de recursos económicos y humanos genera que la oferta programática que se ofrece a las comunidades rurales se vea reducida. Por otro lado, también se reconoce que existen equipos municipales pequeños (en muchos casos hay solo una persona a cargo), que se limitan solo a gestionar “eventos masivos”; es decir, eventos musicales que apuntan a un público general.

La Encuesta Ciudadana de Públicos y su Contexto Territorial en la Región del Biobío arrojó resultados que hablan más bien de una generalidad de la ciudad y la provincia. Sin embargo, para esta AFE fue necesario realizar un diagnóstico propio (capítulo 4) que revele de manera aún más específica la relación entre la fuerza laboral de la CCMLA y sus públicos, con un énfasis detallado en cuanto al comportamiento de los públicos y las percepciones del equipo de trabajo.

El Centro Cultural Municipal de los Ángeles enfrentó el proceso de retorno a las actividades presenciales post pandemia covid-19 de manera simultánea con la habilitación de la nueva infraestructura, con lo cual ha aumentado la participación ciudadana, debido a que actualmente se encuentra mucho más visible, tiene una gran entrada y estéticamente desde el exterior es mucho más amigable, sin embargo, desde la gerencia no se cierra a la idea de que la nueva infraestructura, que es imponente, pueda generar también algún tipo de barrera perceptual a la comunidad que reside más lejos del centro o con menos capital cultural.

Los públicos artístico – culturales de la ciudad de Los Ángeles responden bien a las actividades propuestas, sin embargo, los procesos simultáneos de comenzar a operar en el nuevo Centro Cultural en conjunto con la vuelta a la presencialidad post pandemia está en la actualidad significando un retroceso, en palabras de la ex gerente de la CCMLA: *“La oferta artístico – cultural de buen nivel ha aumentado (lo sé, porque nosotros mismos la generamos), pero en este tipo de ciudades medianas, donde la gente lamentablemente tiene poco acceso y mucha barrera simbólica, que asistan a veces es complejo”* (J. Matus de la Parra, entrevista personal, 25 de diciembre de 2022). La participación existe, pero muchas veces no es la deseada.

Respecto a cómo funcionaba la vinculación con públicos en contexto pre pandemia, se menciona en (Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio, 2021, pág. 43) en la CCMLA se utilizaban redes sociales para la difusión de sus actividades; y funcionaban con su propia organización para la programación de los proyectos. De hecho, mencionan que esta organización es reconocida en el ámbito cultural; por lo que gran parte de la vinculación con el público se realiza desde la marca. También, contaban con una fuerte vinculación con el medio, a través de organizaciones funcionales y territoriales. Usaban el canal de televisión para transmitir información sobre las actividades del centro cultural.

Sobre el proceso de apertura a actividades post pandemia (en espacios físicos), Edita Ramos menciona en (Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio, 2021, pág. 46) la importancia de que en las actividades presenciales estén sujetas al protocolo sanitario COVID. Lo que implica desde la parte del equipo, aprender a realizar las actividades de una manera distinta, lo que no ha sido fácil. Porque presentan dificultades para atraer nuevamente al público. Por otro lado, han visto el inconveniente de no poder contar con artistas o docentes porque no tienen completo el plan de vacunación. En cuanto a las actividades virtuales, menciona que han contado con una buena recepción del público, por ejemplo, en sus obras en que se transmiten mediante streaming, tienen alta cantidad de visitas en redes sociales.

En la *Encuesta Ciudadana de Públicos y su Contexto Territorial en la Región del Biobío* una de las preguntas respecto al comportamiento del público post pandemia, fue: ¿Han notado cambios en la audiencia? ¿Cuáles? Desde la CCMLA se comenta que no encuentran un cambio de público en cuanto a rango etario, pero sí en las cantidades porque se han incorporado nuevas audiencias. (Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio, 2021, pág. 49)

CAPÍTULO 3. MARCO CONCEPTUAL

El siguiente marco conceptual, se refiere a aquellas aproximaciones que apuntan hacia la valoración de los públicos en el hecho artístico – cultural, así como lo significativo de tener conocimientos acerca de ellos para instituciones como la CCMLA. Estas aproximaciones corresponden al sustento teórico de la propuesta de esta AFE.

Como primeros elementos a considerar, se encuentran los conceptos de “Democracia cultural” y “Derechos culturales”, ya que son los principios fundamentales de este trabajo en el cual se propone un DEP como parte de la construcción del trabajo con públicos. El sub capítulo incluye miradas nacionales, a través de definiciones otorgadas desde la institucionalidad chilena y opiniones desde la actual autoridad y una mirada internacional a través del análisis de parte de la Declaración de Friburgo, 2007.

En segundo lugar, se otorgarán definiciones y reflexiones acerca elemento central de estudio de esta AFE, los públicos, presentando definiciones y algunas informaciones claves para esta investigación por parte de investigadoras e investigadores que reflexionan acerca del rol de los públicos en el ecosistema cultural.

En tercer lugar, en el subcapítulo: Barreras de acceso y oportunidades de valoración del arte, se presentan las causas indicadas desde la institucionalidad chilena que generan la problemática de los públicos. Además la mirada de autores acerca del poder del capital cultural y cómo influye en las decisiones de consumo cultural por parte de la ciudadanía.

En cuarto lugar, la importancia y la consideración dentro del aparato institucional a la participación ciudadana y en específico a las consideraciones sobre participación cultural y el beneficio que esta pueda brindar a las personas.

Luego, en el quinto subcapítulo, se realiza un breve repaso acerca del dónde surge el trabajo de desarrollo de públicos y en la posibilidad de generar cambios en su comportamiento a través de una gestión con esa finalidad.

Posteriormente, en el sexto subcapítulo, se reúnen algunas publicaciones que orientan el trabajo con públicos a nivel internacional.

En séptimo lugar, se realiza una presentación al tema de los estudios de públicos, una reflexión por parte de la autora sobre el porqué la poca presencia de la aplicación de esta

herramienta en los espacios culturales de Chile y algunos enfoques sobre los cuales desarrollarlo, compartiendo dos experiencias de trabajo: una chilena y una argentina.

Finalizando este marco teórico, se comparten los puntos extraídos del “Estudio de espacios culturales de Chile y sus públicos” que reúne resultados de análisis de diferentes públicos y su relación con los espacios culturales de diversos territorios de país, evidenciando los aspectos comunes que estos espacios tienen acerca de los elementos que limitan la participación cultural.

3.1 DEMOCRACIA CULTURAL Y DERECHOS CULTURALES: PRINCIPIOS FUNDAMENTALES DE ESTA PROPUESTA

La democracia cultural como forma de hacer y trabajar en cultura es el principio que en Chile se intenta aplicar, al menos en los documentos y en los esfuerzos de las instituciones y trabajadores de las artes y la cultura. Refiere a la idea de que hombres y mujeres son entes culturales, que pueden formarse de manera autónoma y libre, motivadas y motivados por sus intereses, manifestando de manera libre las pulsaciones culturales propias, sin limitaciones impuestas. Los aspectos culturales de los cuales se desea ser parte pueden y deben ser elegidos por cada individuo, sin imposiciones sociales, gubernamentales o empresariales.

En la Encuesta Nacional de Participación Cultural del año 2017, se definen los dos principios que serán los mismos que guiarán el Diseño de Estudio de Públicos (DEP) de la CCMLA: Derechos culturales y democracia cultural.

Respecto a los derechos culturales señala sintéticamente que: “Todas las personas tienen derecho a participar en la vida cultural y a expresar sus propias visiones de mundo.” (Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, 2017, pág. 29)

En el mismo documento se encuentra un claro resumen de la misión que asume el Estado al adoptar la democracia cultural como forma de trabajar la materia: “El estado debe luchar contra la asimetría de dignidades, reconociendo la diversidad cultural, renovando el diálogo con los ciudadanos como sujetos activos y generando espacios que permitan la expresión de todas las culturas.” (Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, 2017, pág. 29)

Actualmente y por el modelo de manejo institucional de las culturas y las artes en Chile, no puede hablarse de que se practique completamente la democracia cultural, debido a

que la lógica del acceso es la que prima en las organizaciones culturales. Aquella forma de trabajar el sector es propia de los paradigmas asociados a la democratización de la cultura: las instituciones ofrecen a la comunidad programación e incentivan la lógica del acceso. Frases como “llevar cultura”, en el entendido de que existen artes y formas de cultura de un valor superior. Es una construcción que se refiere a una “verdad”, en cuanto a difusión de la alta cultura o cultura reconocida. Steven Hadley en (Hadley, Audience Development and Cultural Policy, 2021) resume:

“La democratización de la cultura es el proceso en el que se amplía el acceso a una cultura reconocida como oficial y representada por varias instituciones a comunidades que no participan de ella... Las estrategias de este paradigma tienen una visión normativa y civilizatoria de las artes y la cultura y velan por democratizar el acceso a ellas”.

Al modo de ver de la escritora de esta AFE, las organizaciones culturales en Chile se encuentran comprometidas con el trabajo de una transición en la que, si bien la oferta cultural sigue estando disponible mediante una selección de programación, generando acciones que amplíen la posibilidad de acceso, al mismo tiempo, se impulsan gestiones y acciones en las que se potencian las expresiones culturales propias de los sujetos y las comunidades, priorizando la capacidad de elección de las personas y su autonomía en el uso de sus derechos culturales.

Andrea Gutiérrez, actual Subsecretaria de las Culturas y las Artes del gobierno del Presidente Gabriel Boric señala la importancia de la democracia cultural: *“El concepto de democracia cultural tiene que ver, más allá del acceso y de la idea de un Estado que provee, en que las personas puedan decidir si quieren o no participar culturalmente de la forma que se les quiere imponer... El derecho a decidir es tremendamente importante.”* (Gutiérrez, 2021)

Los derechos culturales son el tema que convoca a personas e instituciones que publicaron conjuntamente La Declaración de Friburgo en mayo de 2007. Esta declaración cuenta con el respaldo de la UNESCO, más de 50 profesionales expertos en derechos humanos, diversas ONG y estados. La declaración es importante ya que reúne y aclara derechos que están dispersos en diferentes tratados y acuerdos internacionales, lo que permite reconocer la importancia del respeto por estos derechos y considerarlos como los demás derechos humanos.

En la declaración se invita a los tres actores (público, civil y privado) a identificar y tomar conciencia acerca de la dimensión de cada derecho cultural, considerado como derecho humano. La finalidad es que tanto individuos como colectividades los hagan propios ya que propician, al igual que los otros derechos humanos, la expresión y exigencia de la dignidad humana. Además, se destaca que las violaciones de los derechos culturales pueden provocar tensiones y conflictos de identidad, lo que son causas principales de la violencia, las guerras y el terrorismo. (Friburgo, 2007, pág. 3)

En el artículo 5 de la Declaración de Friburgo sobre: “Acceso y participación en la vida cultural” (Friburgo, 2007, pág. 6) se expone:

a. Toda persona, individual y colectivamente, tiene el derecho de acceder y participar libremente, sin consideración de fronteras, en la vida cultural a través de las actividades que libremente elija.

b. Este derecho comprende en particular:

- La libertad de expresarse, en público o en privado, en el o los idiomas de su elección;
- La libertad de ejercer, de acuerdo con los derechos reconocidos en la presente Declaración, las propias prácticas culturales, y de seguir un modo de vida asociado a la valorización de sus recursos culturales, en particular en lo que atañe a la utilización, la producción y la difusión de bienes y servicios;
- La libertad de desarrollar y compartir conocimientos, expresiones culturales, emprender investigaciones y participar en las diferentes formas de creación y sus beneficios;
- El derecho a la protección de los intereses morales y materiales relacionados con las obras que sean fruto de su actividad cultural.

De los 12 artículos que contiene el documento, es el número 5 el que se señala en esta AFE pues es el que habla directamente acerca de la participación cultural y el derecho de las personas tanto a participar, como a manifestarse libremente en acciones en torno a las artes y la cultura. Lo anterior ciertamente es posible desde la individualidad, cada persona podría adoptar conscientemente estos artículos e incorporarlos en su modo de vida, sin embargo, para que los derechos culturales sean efectivamente hechos válidos para una numerosa cantidad de personas, estos deben ser tratados como principio por las

instituciones.¹⁵ Es por ello que se ha decidido utilizar esta declaración como base en la realización de esta AFE, esperando que al considerar estos preceptos en la elaboración del DEP, los derechos culturales cada vez sean más parte de la comunidad angelina y alrededores.

En la Encuesta Nacional de Participación Cultural 2017 son motivo de análisis elementos que también son relevantes para este proyecto AFE, tal como la definición subyacente a cultura como “modos de vida, valores” en la cual básicamente todas las personas están habilitadas para manifestarse y construir modos de expresión de sus culturas. Al instante surge la interrogante sobre la posibilidad real de generar expresividad y construir esos modos de expresión de las culturas es posibilitado desde la política pública, emerge acá la identificación de esta problemática y es la: “asimetría de poderes entre grupos/comunidades, que implica la existencia de culturas cuyas expresiones están legitimadas, y otras que se encuentran supeditadas. “Hay desigualdades en la significación de estas culturas y en su valoración social.” (Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, 2017, pág. 29)

Cada expresión cultural es relevante para quien tiene la posibilidad de expresarla. Sin embargo, el nivel de consideración por parte del resto de personas que puedan provenir de otras culturas (o incluso de la misma), estará determinado por la legitimidad que les otorgan a ellas o no. La legitimación es un asunto que viene desde siempre en la sociedad, donde unas expresiones artísticas tienen mayor valor social que otras y así también con las expresiones culturales territoriales.

La realización de un DEP permitirá a la CCMLA aproximarse a comprender los mundos internos de la comunidad para la que trabaja, y con ello conocer qué prácticas son las de su preferencia, qué modos de fomentar la participación son los más adecuados en consideración a la particularidad del territorio y sus habitantes. Para que las instituciones que trabajan en las artes y las culturas puedan efectivamente operar desde la democracia cultural y los derechos culturales, fomentando la pertinencia territorial y la participación ciudadana, el conocer a sus públicos es un punto de partida indiscutible.

¹⁵ Educativas, del área de la salud, de desarrollo social, cultural, etc.

3.2 PÚBLICOS

Jaume Colomer refresca en (Colomer Vallicrosa, 2014, pág. 2) que el término “públicos” se usa para expresar a las comunidades de seguidores. El término proviene del latín “populicus” que evolucionó a “publicus”, y que significa “perteneciente al pueblo”. Es la sustantivación de un adjetivo, y por lo tanto, un concepto abstracto. Lo que se conoce como lo público, no es más que aquello que es común y pertenece a todas y todos: el espacio público, las playas públicas, las obras públicas, la salud pública, la educación pública, etc. Se entiende que son espacios, servicios, experiencias o saberes que no son privados sino que son para todas las personas, e independientemente de factores que les distinguen, son aceptadas y tienen derecho a hacer uso y estar presente en dichos lugares. Expresiones como “de conocimiento público” también explican que se trata de un tipo de contenido sin privaciones ni restricciones.

Al utilizar la preposición “de” luego de la palabra público, el significado cambia, ya que se reduce el grupo común para asociar una preferencia o un tipo de participación en alguna actividad o momento: el público de ayer, el público del cine, público del show, etc.

La conversación sobre públicos de cultura que se realiza desde hace años en el mundo, Latinoamérica y recientemente Chile, cuenta con un importante repertorio de estudiosas y estudiosos que entregan sus definiciones acerca de qué es el público. La discusión va sobre el rol del público en el ecosistema cultural, lo que influye en la participación (o no), qué características comparten, quiénes son, etc.

Lo que tienen en común los públicos de una determinada práctica cultural, es su interés por participar en ella y por tener información sobre los factores y procesos que la hacen posible, y compartirla con los demás interesados. “El interés es una actitud residente, basada en valores y estéticas. El interés, que Pierre Bourdieu denominaba necesidad se transforma en demanda cuando hay una propuesta de valor disponible y accesible. La demanda comporta la búsqueda activa de la manera de satisfacer los intereses y la disposición a asumir sus costes (tiempo, dinero, coste de oportunidad, etc.)”. (Colomer Vallicrosa, 2014, pág. 2)

Los públicos que ya están consolidados en artes y cultura, mayoritariamente tienen interés en participar en las etapas del proyecto cultural, no sólo en percibir sus beneficios, es decir, identifican potencialidades o problemáticas, piensan en aprovechar las oportunidades, proponen contenido, soluciones, ideas e incluso colaboran con la

ejecución de las mismas, en consecuencia son parte activa del ecosistema cultural. Sin embargo, también están los públicos que si bien participan, puede ser de manera menos involucrada y cumplir un rol de espectador pasivo.

Por otro lado, la palabra audiencia empleada indistintamente como sinónimo de públicos hasta mediados de la década de 2010, ha comenzado a usarse de preferencia en los últimos años para identificar a quienes realizan consumos culturales no presenciales a través de medios o plataformas. (Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio, 2021, pág. 31)

Ana Rosas Mantecón (Rosas Mantecón, 2009) en *¿Qué es el público?* También se refiere a las personas que no eligen ser parte de algún tipo de reunión en torno a las artes y la cultura:

“Muchos no llegan y de hecho, ni lo intentan. No son, ni se sienten convidados. Son los no públicos de la cultura. Pareciera que eligen no relacionarse con estas ofertas porque no les gustan, cuando en realidad, como ha mostrado Pierre Bourdieu, el gusto representa “maneras de elegir que no son elegidas”. (Rosas Mantecón, 2009, pág. 15)

Finalmente, el público es un eslabón indispensable en el ecosistema artístico - cultural. Su presencia determina el hecho de la actividad artística y cultural, da sentido a la existencia de una obra y justifica el trabajo de la institucionalidad.

A través de conocer a las personas que sí son públicos, se puede identificar los perfiles de las personas que no asisten ni se interesan por las propuestas de carácter artístico – cultural, lo cual es muy relevante pues, una vez identificados, se puede comenzar a generar estrategias que les permitan hacer uso de sus derechos culturales e insertarse en el ecosistema cultural.

3.3 BARRERAS DE ACCESO Y OPORTUNIDADES DE VALORACIÓN DEL ARTE

La problemática de los públicos en Chile ha sido abordada en la primera versión del *Plan Nacional de Desarrollo de Públicos 2021 - 2024*, elaborada por la Unidad de programación y públicos del MINCAP (Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio, 2021). En ella se exponen las causas del bajo involucramiento de las personas en el ecosistema cultural. Las causas se agrupan en 3 grandes nichos (Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio, 2021, págs. 39 - 51):

- 1) Causas asociadas al ecosistema cultural
 - a. Visiones parceladas sobre desarrollo de públicos
 - b. Oferta programática centralizada
 - c. Brecha territorial de conectividad
 - d. Oferta formativa limitada
- 2) Causas asociadas con las organizaciones culturales y agentes intermediarios
 - a. Desconocimiento de los públicos
 - b. Liderazgo sin enfoque en desarrollo de públicos
 - c. Falta de implicación de toda la organización
 - d. Organizaciones culturales centradas en el producto
 - e. Escasa variedad de estrategias implementadas
 - f. Diseño de oferta programática sin pensar en los públicos
- 3) Causas asociadas a las personas
 - a. Barreras prácticas
 - b. Barreras perceptuales
 - c. Barreras simbólicas
 - d. Brecha digital

En la presente AFE se propone la elaboración de un DEP que viene a insumar una herramienta con la cual palear las causas asociadas a la instituciones culturales, como se podrá evidenciar más adelante.

Las oportunidades de valoración del arte por parte de los públicos está determinada por factores que han sido objeto de muchos análisis y discusiones teóricas. El solo hecho de que una persona pueda acceder físicamente a una actividad de carácter artístico – cultural, aún habiendo pasado todas las demás barreras (física, perceptual y digital si corresponde), no implica necesariamente que la persona logre gozar de la experiencia en plenitud, ya que esta posibilidad está determinada por el acceso intelectual a las creaciones artísticas y bienes culturales:

“La posibilidad de uso o apropiación efectiva del producto cultural... la posibilidad de aprehender un producto cultural en todas sus dimensiones, y de transformarlo en materia prima para elaborar interpretaciones de vida y mundo” (Coelho, 2009) extraído de (Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio, 2021, pág. 70)

El capital cultural, que es ampliamente mencionado como condición que habilita o limita en gran medida la participación cultural, por ende, el hecho de ser público. Ana Rosas Mantecón en (Rosas Mantecón, 2009, pág. 17) *¿Qué es el público?* señala que las personas que llegan a ser público de un espacio cultural:

“Adquirieron en su familia y/o en la escuela un determinado capital cultural que les permitió acceder y disfrutar en diversas medidas de lo que ofrecen (los espacios culturales); recorrieron la distancia simbólica que aleja a muchos del patrimonio sacralizado, producto de su construcción social jerarquizada. Los públicos se constituyen en el largo plazo de la vida cotidiana familiar, grupal y la formación educativa. La familia, las comunidades de pertenencia y la escuela contribuyen a este proceso a través de la transmisión del capital cultural necesario para identificar y disfrutar las ofertas culturales; se trata de un conjunto de disposiciones incorporadas que permiten distinguir, evaluar y degustar las prácticas y ofertas culturales; son ellas las que producen la certeza de sentirse convidado.”

En definitiva, las oportunidades de acceso y valoración del arte están condicionadas por el capital cultural, el cual se va adquiriendo según las oportunidades sociales, económicas y educativas de las personas.

Tener estos conceptos claros ha sido fundamental para poder desarrollar un contenido pertinente en la presente AFE, ya que como se presentó en los antecedentes, la provincia del Biobío no se caracteriza precisamente por contar con ciudadanos que en su mayoría cuenten con un capital cultural muy alto (lo anterior se puede aseverar basándose en las estadísticas de pobreza, escolaridad, nivel de hacinamiento, ruralidad, entre otros factores), lo cual según la perspectiva de la escritora de esta AFE, no debería ir en desmedro del completo ejercicio de la democracia cultural y la efectiva vivencia desde los derechos culturales por parte de la ciudadanía. Con el desarrollo de un DEP, la institución cultural CCMLA podrá formar una noción acerca del capital cultural con el que cuentan sus usuarios y desde ahí, idealmente, proponer acciones y estrategias para continuar el trabajo de fidelización y aumento de la sensación de pertenencia al ecosistema cultural de la provincia del Biobío.

3.4 PARTICIPACIÓN CIUDADANA

Aumentar la participación ciudadana ha sido uno de los principales focos de trabajo de la institucionalidad chilena en los últimos años, en diversas áreas: salud, vivienda, educación y por supuesto, cultura. El sitio web del Instituto Nacional de Estadísticas señala:

“Entendemos por participación ciudadana, el involucramiento activo de los ciudadanos y las ciudadanas en aquellos procesos de toma de decisiones públicas que tienen repercusión en sus vidas. Esto recibió reconocimiento legal en nuestro país con la entrada en vigencia de la Ley sobre Asociaciones y Participación Ciudadana en la Gestión Pública, que incorporó en nuestra legislación la afirmación de que “el Estado reconoce a las personas el derecho de participar en sus políticas, planes, programas y acciones”. Lo anterior se materializa a través de los mecanismos de participación establecidos por cada órgano de la Administración del Estado.” (INE, 2022)

Los mecanismos de participación ciudadana en el país se aplican a través de diversas plataformas y métodos. Ejemplos de ello son las consultas ciudadanas, las mesas de trabajo para la redacción de los Planes de Desarrollo Comunal (PLADECO, el instrumento rector en la gestión municipal en Chile), los plenarios para la formulación de políticas culturales, y las consultas ciudadanas para la elaboración de planes de regulación municipal, entre otros. En esencia, estos instrumentos buscan considerar y recoger las impresiones de la ciudadanía de manera voluntaria, para incluirlas en los planes futuros en diversas áreas.

Respecto a la participación en cultura, el significado del concepto sobrepasa lo acotado y literal de la definición (participar de manera implicada)

“Cuando hablamos de participación no nos referimos únicamente a comprar una entrada o presenciar una experiencia: participar es ejercer las propias prácticas culturales, las de cada uno/a, pero también es buscar y desarrollar con otros sus conocimientos y sus expresiones, es decir, no en una forma estática sino en una interacción permanente con otros, con la diversidad. Y además, es hacerlo en la lengua de su elección. También este sentido de participación en la vida cultural significa actuar con creatividad y tomar parte en las actividades culturales, y ello incluye al arte, la ciencia, la tecnología y todo aquello que implique una ampliación de nuestros horizontes.” (Ibacache Villalobos, 2019, págs. 38 - 39)

El tema de la participación ciudadana en la vida cultural tiene repercusiones significativas tanto para la persona que vive la experiencia como para la comunidad que le rodea, según (Pérez Castellanos L. , 2020, pág. 34): “Mejora la calidad de vida y el bienestar; amplía el repertorio de experiencias, desarrolla la imaginación, incide en el desarrollo de pertenencia a una comunidad y promueve la cohesión social”.

El sentido de pertenencia es un elemento basal e importante de considerar en acciones que pretendan aumentar desarrollo de los individuos en sociedad. En esta AFE, específicamente en la presentación del DEP, el aumentar la participación ciudadana y por consecuencia el sentido de pertenencia por parte de los miembros de una comunidad, es una de las principales influencias y motivaciones del contenido de la propuesta.

3.5 SEGMENTACIÓN Y ESTRATEGIAS DE DESARROLLO DE PÚBLICOS

El interés por los públicos y el desarrollo de éstos ha tenido una gran relevancia a partir de las últimas décadas, para el mundo de las artes y la cultura, a nivel mundial debido a los preocupantes resultados que han emergido de los instrumentos públicos que evalúan la participación cultural. No tan solo en Chile (Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, 2017) se constata una baja en los porcentajes de participación cultura de las personas, sino que es un fenómeno que se repite en diferentes partes del mundo. Ello ha llamado la atención de las y los agentes culturales levantando la pregunta sobre el comportamiento de las personas en cuanto a su relación con los espacios y/o hechos culturales.

“...En años recientes, se constata un estancamiento e incluso un descenso en algunos países de la población que accede a prácticas culturales. Las razones de este descenso están relacionadas con la competencia por el tiempo libre de las personas: además de disponer de menos tiempo, encuentran una oferta cada vez más amplia de actividades, tanto culturales como otras propuestas de ocio no culturales. Por otra parte, las posibilidades de la comunicación digital han cambiado la forma de los ciudadanos de acercarse a cualquier práctica e integrarla en la vida cotidiana.” (Vergara, 2019, pág. 77)

La antropóloga mexicana Ana Rosas Mantecón en (Rosas Mantecón, 2009, pág. 7) señala que: *“El rol de público se genera en el encuentro con las ofertas culturales, no preexiste a ellas. Se trata de una posición en un contrato cultural...”* Debido a la relación que deviene entre el espectador y el objeto cultural, el rol se vuelve un:

“...Referente identitario y de adscripción (brinda respuestas a las inquietudes sobre quiénes somos y a dónde pertenecemos) a partir del cual los públicos se relacionan con lo que se produce en el campo, con otros agentes del campo (artistas, críticos, otros públicos, etc.) y al exterior del campo, trascendiendo a la relación con las ofertas culturales e impactando otras dimensiones de la vida social”. (Rosas Mantecón, 2009, pág. 7)

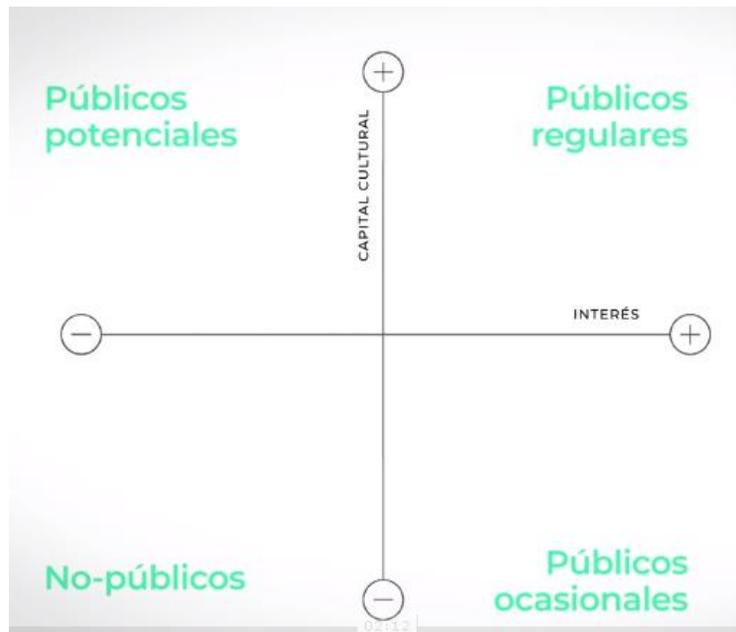
La noción de públicos, es acuñada también por José Texeira Coelho y habla de públicos, con el plural de la palabra pues se ha convenido que en la diversidad de ellos es donde está la riqueza, y es en la heterogeneidad de ellos que hay que investigar y sobre ello decidir los lineamientos de las políticas públicas en cultura que orienten el desarrollo de los mismos, todo con la finalidad de poner a las personas en el centro de las acciones de las instituciones culturales.

“La noción de públicos refiere a quienes participan de manera presencial en la oferta de actividades de organizaciones y espacios culturales, con diferentes grados de involucramiento, desde la recepción pasiva hasta la implicación colaborativa. Se caracterizan por su heterogeneidad y diversidad; por ello se ha optado por hablar de públicos y no de público” (Coelho, 2009) extraído de (Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio, 2021, pág. 16)

El trabajo consciente y determinado en desarrollo de públicos es lo que desde hace un tiempo, pensadoras(es) e investigadoras(es) del tema han impulsado como modo de trabajo para las instituciones culturales. Los públicos tienen la potencialidad de ser modificables, pues como se mencionó anteriormente, depende de muchos factores que sí son modificables, el hecho de que aumente la participación ciudadana en cultura (los públicos) y esta participación sea de manera más implicada.

Según información extraída de la página web del área de programación y públicos del Ministerio de las Culturas las Artes y el Patrimonio, los públicos se definen “Según el capital cultural que posean y por el interés y participación de las personas en la oferta programática.” (Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio, 2021). Según el cruce que se dé entre esas variables, proponen 4 segmentos de públicos, tal como se puede observar en la Fig. 11: Relación entre capital cultural e interés.

Fig. 11: Relación entre capital cultural e interés



Fuente: (Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio, 2021)

Jaume Colomer Vallicrosa especialista en análisis y gestión de públicos de la cultura, presenta cinco estrategias de desarrollo de públicos en (Colomer Vallicrosa, 2014), las cuales tienen diferentes modos de abordaje dependiendo de la segmentación y categorización en las que las personas se encuentren. Las cinco estrategias son:

- Creación de valor e intereses culturales en personas con demandas inexistentes a través de primeras experiencias.
- Eliminación de barreras e incremento de accesibilidad en personas con demanda latente para facilitar su participación en prácticas culturales.
- Creación de hábitos culturales en públicos ocasionales o reactivos.
- Ampliación de intereses e incremento de capital cultural en públicos regulares proactivos.
- Implicación y fomento de la participación de públicos dispuestos a colaborar.

Las instituciones podrán elegir una de estas estrategias, según sea la necesidad diagnosticada en sus públicos y la misión que tengan como institución. Al conocer estos 5 focos estratégicos para guiar el trabajo de desarrollo de públicos, aparece una vez más un valor especial en la creación y aplicación de un DEP para la CCMLA, ya que será a través

de los resultados que emerjan de ese análisis, que se ilustrará a las y los trabajadores a elegir un norte común sobre el cual dirigir las futuras acciones de trabajo con la comunidad.

Otra manera de realizar el desarrollo de público por parte de los espacios culturales, es la que se propone desde la Unidad de públicos y territorios del MINCAP, en la cual proponen: primero, identificar (mediante un estudio de públicos) los segmentos a los que pertenecen sus públicos; luego, el objetivo sobre el cual focalizar el trabajo de desarrollo de públicos, que puede ser: Ampliación de públicos, Fidelización de públicos, Creación de públicos y Formación de públicos. Dependiendo del objetivo sobre el cual se realizará la estrategia de desarrollo de públicos, es el segmento de públicos con el cual se trabajará, tal como lo muestra la Fig. 12: Sistema de desarrollo de públicos y políticas públicas

Fig. 12: Sistema de desarrollo de públicos y políticas públicas



Fuente: Elaborado por Javier Ibacache y Daniela Campos, en base a los planteamientos de Bordieu, Peterson, García Canclini, Rosas Mantecón, Colomer y Wiggins. Extraído de (Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio, 2021)

Otra forma de categorizar a las personas que participan en una propuesta cultural es la presentada por Jaume Colomer (Colomer Vallicrosa, 2014), en tanto su intensidad de participación e implicación en el hecho cultural. Se definen 6 estadios:

- a. Públicos con demanda inexistente o negativa: Personas que no tienen interés por determinadas prácticas culturales. Son públicos indiferentes a las propuestas culturales.
- b. Públicos con demanda latente: Tienen interés por participar, pero no han podido hacerlo por determinadas barreras o resistencias. Hay un interés no satisfecho, por ello se consideran latentes.
- c. Públicos primerizos: Han tenido una o varias primeras experiencias, sin embargo, no tienen preferencias definidas ni intereses consolidados.
- d. Públicos ocasionales: Públicos con cierto grado de consumo cultural (independiente de la intensidad). A medida que aumentan la participación, van consolidando sus intereses.
- e. Públicos regulares: Públicos que tienen un cierto patrón o pauta de participación. Tienen una demanda endógena y se comprometen con la participación.
- f. Públicos amigos o colaboradores: Son públicos dispuestos a colaborar con el desarrollo de una propuesta cultural. Se identifican con los valores, objetivos o estéticas. Su colaboración puede ser monetaria, ideológica, de gestión, etc.

El modelo de desarrollo integral de públicos, propuesto por el mismo autor, considera los 6 estadios en los cuales se encuentran los públicos. El modelo establece dos macro categorías: públicos activos e inactivos. En los públicos activos se encuentran los estadios de los públicos primerizos, ocasionales, regulares y colaboradores. En tanto en los públicos inactivos se encuentran los públicos inexistentes y los latentes. Este modelo de desarrollo de públicos propone diversas estrategias en las que, dependiendo del estadio de públicos con el que se desea trabajar, se deben llevar a cabo con la finalidad de que los públicos vayan “subiendo” y pasen a tener un rol más activo, en el siguiente estadio.

Nuevamente, la creación y aplicación de un DEP brindará un material que aporte a la CCMLA herramientas para encaminarse en el modo de trabajo basado en el desarrollo de públicos, como vía para aumentar la participación ciudadana y por ende, el desarrollo de la comunidad.

3.6 ANTECEDENTES DE FORMACIÓN Y PUBLICACIONES GUÍA ORIENTADORAS A PROFESIONALES Y A INSTITUCIONES ARTÍSTICO – CULTURALES

En Latinoamérica se han impulsado interesantes programas de formación que apuntan al desarrollo de públicos, como por ejemplo: el Programa de Formación de Públicos impulsado desde el Gran Teatro Nacional en Perú (2017); el Programa de Formación de Públicos organizado desde la Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura, en Uruguay (2022); o el caso las dos versiones de la Escuela de Desarrollo de Públicos y Comunidades Culturales del Ministerio de la Cultura, las Artes y el Patrimonio, en Chile (2021 y 2022)

En la misma línea de trabajo con los públicos, escritores y organizaciones españolas principalmente han desarrollado guías y manuales que sirvan a las instituciones para ubicar a sus públicos en el centro de su gestión.

Estos textos surgen principalmente con la finalidad de brindar herramientas de planificación, metodologías prácticas y rutas estratégicas para implementar el trabajo de desarrollo de públicos (una vez decido optar por ese modo de trabajo). Una mirada transversal en las publicaciones y documentos orientadores hacia las instituciones tiene que ver con el ánimo de reinterpretar la relación entre las instituciones culturales y sus públicos, profundizándolas y haciéndolas más duraderas en el tiempo.

Algunas publicaciones al respecto son:

- Manual de desarrollo de audiencias. Desde la proximidad. Del autor Ferrán López, 2020
- Cómo situar al público en el centro de tu gestión. Guía para implantar un enfoque de desarrollo de audiencias en organizaciones culturales. De las autoras Macarena Cuenca – Amigo y Amaia Makua, 2018
- Cómo poner a los públicos al centro de las organizaciones culturales. De las y los autores Alessandro Bollo, Cristina Da Milano, Alessandra Gariboldi y Chris Torch, 2017.

Por supuesto para el caso chileno, es necesario mencionar el vigente Plan Nacional de desarrollo y formación de públicos 2021 – 2024, que surge desde MINCAP, en el cual se aborda el problema del bajo involucramiento de las personas en el circuito cultural identificando problemáticas y presentando objetivos específicos que giran en torno a: el

ecosistema cultural, las instituciones culturales y los intermediarios (las personas), delimitando acciones para trabajar con los tres agentes involucrados. Si bien no hay teoría de autoras o autores chilenos que ahonden en el tema de los públicos, hay publicaciones como las de María Inés Silva en (Silva Barraza, 2017) o Tomás Peters en (Peters, 2019) en las que a través del análisis de estrategias como la mediación cultural, proponen un trabajo con públicos pertinente y acorde a la realidad del país.

El trabajo en el territorio nacional respecto al estudio de los públicos y posterior trabajo de desarrollo de los mismos es más bien incipiente, del mismo modo en la ciudad de Los Ángeles, el DEP presentado en esta AFE pretende ser vanguardia en cuanto a la teorización y análisis al respecto en el sector artístico y cultural.

3.7 ESTUDIOS DE PÚBLICOS

Los estudios de público son un instrumento que ha surgido como elemento importante a considerar por parte de las instituciones del mundo cultural, aunque, como bien señala Leticia Pérez en (Pérez Castellanos L. , 2016, pág. 20) *“Es una utilidad que se encuentra más en la teoría que en la práctica: pocos museos dedican recursos concretos — humanos y financieros—al conocimiento de sus visitantes”*.

Lo anterior puede deberse a lo incipiente de la problemática identificada, que si bien lleva un par de décadas en la conversación (al menos en Latinoamérica), aún hay múltiples factores que deben ir modificándose para impulsar que el uso de recursos (económicos y humanos) vayan directamente al trabajo enfocado en los públicos más que en el objeto artístico - cultural. También, puede deberse al momento aún de transición que como continente en general se vive, entre el modelo de democratización de la cultura (foco en el acceso al bien cultural legitimado) y los nuevos preceptos de democracia cultural (que sí tiene el foco en las individualidades). Al no estar implantada la democracia cultural con fuerza y determinación (conceptual, ideológicamente y concretamente) en las personas que lideran las instituciones culturales, la aparición y aplicación de instrumentos que estudien en definitiva las características de los públicos son escasas. Finalmente, ante la recurrente escases de recursos económicos que caracteriza a gran parte del sector cultural (al menos en Chile, los esfuerzos se destinan a cubrir las áreas que son indispensables para que las actividades continúen ocurriendo (producción, docentes, equipamiento, etc.), la destinación de recursos económicos para la realización de estudios

de públicos no forma parte de los aspectos prioritarios en la gestión de los distintos espacios culturales.

“Los estudios de públicos pretenden ocuparse de toda la gama de comportamientos y actitudes, hábitos culturales y construcciones imaginarias ligados al modo en que la gente utiliza su tiempo libre en los espacios concebidos para la recreación y la información.” (Schmilchuk, 2012, pág. 25)

La argentina Sabrina Cassini en (Cassini, 2022) presenta en sus conferencias la importancia de conseguir datos de los públicos (de índole cuantitativo y cualitativo) ya que ello brindará luces sobre qué es lo que les interesa a los públicos, permite conocer un perfil respecto de ellas y ellos, lo cual hará que el proceso de crear una estrategia de desarrollo de públicos sea un proceso basado en certezas sobre los intereses de las y los destinatarios. Los datos se pueden obtener a través de diferentes herramientas como son: Entrevistas, encuestas, cuestionarios, grupos focales, etc. A través de diferentes medios y plataformas, las redes sociales han presentado una gran posibilidad a través de los recursos interactivos, sin embargo, siempre están disponibles los formularios al momento de comprar ticket o las invitaciones a participar a través del mailing y todas las herramientas que se conocen desde el marketing cultural.

Otro tipo de estudio de públicos es el tipo de estudio que ha realizado la doctora en antropología chilena María Paz Peirano, que utiliza la etnografía y observación participante como principales metodologías para sus investigaciones sobre el comportamiento de los públicos, particularmente en el mundo del cine. En sus estudios profundiza sobre la identidad local y la relación de las personas con la geografía del lugar en el cual se ubica el objeto de estudio fílmico, por ejemplo, en el artículo *Between industry labs and audience formation: Film festivals and the transformation of the field of film production in Chile* (Peirano, 2021, págs. 47 - 65);, publicado en la revista *Loisir et Société / Society and Leisure*, Peirano relata una manera de enfrentar la investigación sobre festivales de cine chilenos: Se utilizó la observación participante y entrevistas en profundidad con organizadores y participantes de festivales, además de la compilación y análisis de materiales de archivo relacionados con festivales chilenos.

Interesa mencionar que recientemente en diferentes partes del mundo se han desarrollado investigaciones respecto del comportamiento de los públicos en pandemia. Con la rápida adaptación que el mundo de las artes y la cultura debió efectuar hacia lo digital, el comportamiento de los públicos pasó a ser una incógnita que fue despejada con premura a través de diversos estudios. En Chile, la Unidad de Públicos y Territorios del MINCAP llevó a cabo el Estudio de Públicos en Confinamiento (2020). Por su parte, la Fundación Teatro a Mil realizó en conjunto con la agencia de comunicación estratégica e investigación, EKHOS el Estudio de Públicos y Audiencias post Covid-19, también en el año 2020.

En Chile durante diciembre de 2019, el Ministerio de las Culturas las Artes y el Patrimonio a través su Unidad de públicos y territorios, publica el informe final del “Estudio de espacios culturales de Chile y sus públicos” (Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio, 2019) que reúne resultados de análisis de diferentes públicos y su relación con los espacios culturales de diversos territorios de país, refiriéndose de manera muy clara al uso que le dan los distintos espacios culturales a los datos con los que cuentan de sus públicos: en los espacios pagados, los sistemas de ticketing no son empleados adecuadamente como sistemas de información sobre sus públicos y en los espacios de acceso gratuito, no cuentan con sistemas tecnológicos de registro de sus públicos. Se demuestra además que en la mayoría de los espacios no cuentan con estudios constantes o con metodologías que aseguren la representatividad de sus públicos, incluso si han aplicado encuestas de caracterización y/o satisfacción en experiencias puntuales. Asimismo, las indagaciones cualitativas son prácticamente inexistentes

Finalmente, respecto de los pocos casos de análisis que destacan positivamente en estas materias, el estudio concluye que "la gestión de públicos se facilita al tener conocimiento acabado de las distintas tipologías de públicos del espacio, las motivaciones para participar en las actividades y las barreras que enfrentan estos públicos". (Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio, 2019, pág. 128)

El objetivo de realización del mencionado estudio consistió en:

“Desarrollar un estudio de 10 casos de espacios culturales de distintas regiones de Chile, que aporte una batería de evidencias acerca de su inserción en los entornos territoriales donde se encuentran emplazados, especialmente en lo

referido a su relación con la ciudadanía, los públicos que asisten a ellos y a sus estrategias de fidelización y búsqueda de nuevos públicos”. (Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio, 2019, pág. 1)

En el estudio se profundizó, mediante diferentes estrategias, en tres dimensiones de análisis:

- 1) Caracterización del entorno del espacio cultural.
- 2) Caracterización de la gestión interna del espacio cultural.
- 3) Caracterización de la gestión de públicos y del vínculo con el entorno.

Los espacios estudiados fueron los siguientes: Centro Cultural Alto Hospicio, Teatro Municipal de Ovalle, Centro Cultural San Antonio, Centro Cultural Leopoldo Silva Reynoard de Quillota, Museo de Historia Natural de Valparaíso, Centro Nacional de Arte Contemporáneo Cerrillos, Teatro Municipal de La Pintana, Teatro Municipal de Chillán, Teatro Regional del Biobío y Teatro del Lago.

Luego de la recolección de datos respecto de las dimensiones consideradas en cada espacio cultural, el informe brinda un detallado resumen acerca de los hallazgos en cuanto a las variables que influyen en el vínculo con el público y el territorio, estas son (Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio, 2019, págs. 106 - 126):

1. Características de entorno territorial: escala geográfica del territorio, ruralidad de la comuna, lugar de emplazamiento del espacio cultural en la comuna y la presencia de otros espacios recreativos son consideradas variables que afectan la relación de los públicos con el espacio cultural en cuestión.
2. Las barreras asociadas al nivel socioeconómico: “El nivel socioeconómico de la población de los territorios —que a su vez sintetiza otras variables como el poder adquisitivo, el nivel educacional y el capital cultural— impone barreras tanto prácticas como perceptuales para la participación en los espacios culturales.” (Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio, 2019). En este sentido destaca la barrera perceptual que se identifica tanto en los espacios culturales que realizan cobro de entrada por parte de las personas con menos capital económico, y por otro lado la misma barrera que se identifica en personas que cuentan con un capital económico más alto en relación a los espacios culturales que son liberados de costo.

3. Barrera asociada al ciclo vital de las personas: Los públicos de los espacios culturales son adultos sin hijos o sin hijos pequeños. Los adultos con hijos pequeños son identificados como públicos potenciales, ya que existe la barrera de no poder asistir con ellas y ellos debido al contenido programático o por la imposibilidad de delegar el rol cuidador durante la asistencia al evento artístico – cultural.
4. Variables de normalización del espacio cultural: se refiere a muchos factores que se identificaron débiles en varios de los espacios estudiados que tienen que ver con la administración, por ejemplo: el destino que se le da a la infraestructura, el estado de los servicios y la infraestructura, equipo de trabajo capacitado, certeza en el manejo de presupuesto y autonomía para programar.
5. Historia y memoria en relación al edificio: este elemento ha sido considerado como relevante ya que la historia y memoria del edificio en el cual se emplaza el espacio cultural influye de manera sustancial en la comunidad en tanto el vínculo que se genera con la institución. Destaca el caso del Teatro municipal de Ovalle, en el cual “esa memoria se constituye en un factor facilitador de la gestión de públicos”. (Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio, 2019)
6. Planificación de la gestión de público por parte de los espacios culturales: Al momento de la realización del estudio todos los espacios culturales contaban con un modelo de gestión de públicos, destacan los espacios: Centro Cultural Alto Hospicio, Centro Cultural de San Antonio, Centro Cultural Leopoldo Silva de Quillota, Teatro Municipal de Chillán y Teatro Regional del Biobío ya que además incorporan a los artistas y agentes culturales del territorio en la planificación. Sin embargo, es el Teatro Municipal de Ovalle el único que incluye además del equipo de trabajo, los artistas y agentes culturales locales, a la comunidad en la planificación de la gestión del trabajo con públicos.
7. Variables asociadas a la programación: el nivel de definición de la línea programática es muy interesante de considerar ya que “Entre más específica es la declaración de la línea programática, más fácil resulta para los espacios culturales identificar a sus públicos objetivos y, por ende, planificar estrategias de gestión de públicos.” (Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio, 2019). Por otro lado, la estructura de la programación artística es un factor que determina la relación de los públicos con el espacio cultural, ya que tener claridad y una programación regular facilita y promueve la participación cultural.

8. Presencia de áreas o trabajadores dedicados a la gestión de públicos y vinculación con el entorno: La capacitación y profesionalización del trabajo en artes y culturas está presente en casi todos los espacios estudiados. Destaca el Centro Cultural Alto Hospicio, el cual carece de profesionales con especialización en el área.
9. Conocimiento de los públicos: “La mayoría de los espacios no cuenta con estudios constantes y metodológicamente representativos de sus públicos, aun cuando han aplicado en experiencias puntuales encuestas de caracterización y/o satisfacción. Así, a pesar de estos esfuerzos, estos espacios encuentran dificultades para poder caracterizar a sus públicos.” (Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio, 2019). Destacan los espacios Teatro Regional del Biobío que cuenta con una Analista de Audiencias y el Teatro Municipal de Ovalle que cuenta con una Encargada de Estudios, al interior de sus equipos de trabajo.
10. Fidelización de los públicos: El sistema de ticketing se presenta como una valiosa herramienta de obtención y manejo de información de los públicos en la misión de fidelizarlos. Sin embargo, son solo dos espacios los que hacen uso completo y eficiente del sistema: Teatro regional del Biobío y Teatro del Lago. En el caso del Teatro Municipal de Ovalle, hay un sistema, pero es ineficiente hasta el momento. El resto de los espacios no cuenta ni se plantea contar en el corto plazo con sistemas de *ticketing*. Experiencia del usuario y trato hacia los públicos también son herramientas que potencian la fidelización. “Una de las principales y más efectivas estrategias utilizadas para fidelizar al público, corresponde al trato amable y personalizado. En este sentido, si bien en general se trata de un aspecto bien evaluado en todos los espacios, existen dos que destacan en cuanto a su trato hacia los públicos: Teatro Municipal de Ovalle y Teatro Municipal de La Pintana.” (Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio, 2019)
11. Actividades de formación de públicos: Actividades para grupos escolares, recorridos mediados, conversatorios post función, talleres de apreciación artística, talleres de formación disciplinar, son algunas de las vías que los espacios estudiados emplean para formar públicos.
12. Planificación de la gestión de públicos: Según lo estudiado, la mayoría de los espacios tienen una finalidad más bien basada en un enfoque cuantitativo buscando aumentar los números de asistentes, “Se proponen principalmente propiciar una primera experiencia y alcanzar grandes cifras de beneficiarios.” (Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio, 2019, pág. 122)

De las variables presentadas por el estudio, hay algunas que son de especial interés para esta investigación y por cierto serán elementos considerados en el DEP, entre ellas: Características de entorno territorial, debido a la población rural de la provincia que se involucra en las actividades de la CCMLA. La barrera asociada al ciclo vital de las personas es considerable también debido a la cantidad de niñas y niños que participan de los talleres formativos de la CCMLA. Las variables: conocimiento de públicos y fidelización de públicos son clave. Para apuntar a fortalecer desde la CCMLA este aspecto (conocer a los públicos), es que se plantea la presente AFE. Estas variables determinarán en gran medida el contenido del DEP.

CAPÍTULO 4. DIAGNÓSTICO

4.1 ENFOQUE METODOLÓGICO

Para obtener la información requerida para el desarrollo de esta AFE, que permitiera la elaboración de un diseño de estudio de públicos pertinente a las características del Centro Cultural y del territorio, se utilizó una metodología mixta, es decir, incluyó una bajada de información del tipo cuantitativa y cualitativa.

Por una parte, la información cuantitativa fue muy relevante, ya que brindó información considerable para comprender qué es lo que se sabe y que es lo que no se sabe de las personas que asisten al Centro Cultural; lo que sin duda será considerado en el diseño de estudio de públicos. Por ejemplo, si en el levantamiento de datos se encuentra que la institución no tiene claro el sector territorial en el cual residen sus públicos, el dato de dirección será ciertamente considerado en el diseño que se propone desde esta AFE. Para este tipo de análisis, se consideraron dos insumos, uno proveniente desde el área de producción de la CCMLA, y otro desde el área de comunicaciones. En el próximo sub capítulo, se aborda en mayor profundidad cada uno.

Por otro lado, es interesante para esta investigación profundizar también en los datos cualitativos, ya que permite comprender la visión y percepción de la fuerza laboral de la CCMLA respecto del trabajo realizado y el cómo eso llega a los diferentes públicos, porque del análisis de esas visiones y percepciones se profundizó y reconoció el real foco de trabajo de las personas que trabajan en la institución. Además, emergieron conclusiones y elementos claves que permitieron iniciar de manera documentada la conversación sobre los públicos de la CCMLA. Para el análisis cualitativo se tomó en consideración a cuatro de los seis instrumentos. Toda la información de carácter cualitativo fue analizada mediante una matriz de análisis¹⁶. Al igual que en el caso del análisis cuantitativo, en el siguiente subcapítulo se profundizará en cada uno.

La construcción de este diagnóstico tuvo una inspiración participativa. Si bien el análisis y hallazgos no fueron realizados colectivamente con más personas (solo quien desarrolla

¹⁶ Ver anexo N°2: Matriz referencial de estrategias para recabar información en entrevistas

esta AFE), sí se tomó en consideración para la recolección de datos, las opiniones y perspectivas de muchas personas que trabajan en la institución, pertenecientes a diversas áreas y en todos los niveles de jerarquía, incluyendo siempre, en la medida de lo posible, sus sugerencias y propuestas para el desarrollo de esta investigación.

4.1.1 Estrategia para recolección de información

Para el primer objetivo específico de esta AFE, “*Situar el estado actual del conocimiento respecto de los públicos de la CCMLA*”, se utilizaron diferentes técnicas de investigación mediante las que se recogió la información necesaria para construir un diagnóstico que responde a la pregunta ¿Qué y cuánto saben las y los trabajadores de la CCMLA acerca de los públicos que se relacionan con la institución?

Los públicos de la CCMLA son variados, gracias a la nueva infraestructura la agenda se ha diversificado mucho más y la cantidad de personas que participa de las actividades, también. Por ello es que para pesquisar los datos necesarios en la construcción de este diagnóstico se debió recurrir a diversas estrategias, pues además de la construcción del diagnóstico, en los instrumentos aplicados a las diferentes personas que trabajan en la CCMLA, se recogió mucha información que sirvió para nutrir la justificación y antecedentes de esta AFE.

Para recabar la información necesaria, se consideraron tres fuentes: La primera, es el equipo de trabajo de la CCMLA, incluyendo a personas de distintas áreas y jerarquías. La segunda y tercera fuentes de información corresponden a insumos generados desde las áreas de producción y comunicaciones de la CCMLA. Para la recogida de datos se utilizaron diversas técnicas que permitieran acercarse mejor a los participantes del equipo de la CCMLA, dependiendo de sus roles y funciones: un cuestionario y un FODA a profesionales de la CCMLA; entrevistas semiestructuradas a informantes clave; y una encuesta al personal de seguridad y auxiliares de aseo. Asimismo, se utilizaron dos técnicas para el análisis de la documentación de las áreas de producción y comunicaciones: el análisis de un caso de actividad representativa de la CCMLA, y el análisis de la agenda de la CCMLA.

Se decidió utilizar diferentes fuentes de información y estrategias de investigación complementarias debido a la complejidad y particularidad del caso, frente a la construcción del edificio nuevo y la vuelta a la presencialidad post pandemia. Además, considerando que en la CCMLA no existe una sistematización de la información acerca de los públicos las y los trabajadores, se consideró necesario utilizar otros elementos para poner en contexto la situación de los públicos, por ejemplo: infraestructura, programación, uso de espacio, comunicaciones. Por otro lado, la realización de este diagnóstico también consideró diferentes estrategias para optimizar los tiempos tanto de las y los informantes, como de quien realiza la investigación, que eran acotados.

Se decidió por uno u otro instrumento, además, en base a la naturaleza de la información que se deseaba recabar y a la cantidad de fuentes de información involucradas. Por ejemplo, en el caso del FODA, como el número deseable de respuestas era alto, lo más eficiente fue realizar un cuestionario de manera virtual, aunque de igual modo no se obtuvo la cantidad de respuestas esperadas (la totalidad de las y los trabajadores de la CCMLA). En el caso de la información de interés que pudiera brindar la ex gerente de la CCMLA, lo mejor fue plantear una entrevista abierta en la cual ella pudiera libremente comentar sobre aspectos de importancia para esta investigación. En el punto de recabar información proveniente del personal de seguridad y aseo, se optó por una encuesta con opciones de respuestas establecidas, para facilitar el acceso a sus apreciaciones y no generar incomodidad o negativa a la aplicación del instrumento.

En un principio, se planeó solamente realizar entrevistas y un formulario en línea que pudiera ser contestado por el personal administrativo de la CCMLA. Sin embargo, con el paso del tiempo, se fueron sofisticando y especificando los requerimientos de información, lo que generó la necesidad de obtener materia investigativa de más fuentes y de diferente naturaleza. Por lo tanto, algunas estrategias fueron añadidas a medida que avanzó la investigación.

4.1.1.1 Cuestionario a profesionales de la CCMLA

La primera estrategia para recabar información consistió en la aplicación de un cuestionario vía Google Forms.¹⁷ La principal pretensión respecto de la aplicación de este instrumento fue armar un panorama general sobre lo que las y los trabajadores piensan de la actual relación de la CCMLA con los diferentes públicos. La información de carácter cualitativo que se recogió a través de este instrumento de investigación será muy útil una vez que (idealmente) se aplique el estudio, para poder contrastar los datos con lo que se conocerá sobre la comunidad. Además, este cuestionario, permitió tener una aproximación a la caracterización de los públicos de la CCMLA y generar un panorama inicial sobre el cual trabajar para la construcción del DEP.

El formulario comenzó a aplicarse a principios del mes de noviembre de 2022 y estuvo abierto el espacio para su llenado hasta la segunda semana de diciembre de 2022. Se aplicó a la gran mayoría de los funcionarios (quienes están contratados por la CCMLA) y la invitación estuvo abierta a todas las personas, sin embargo, en los plazos establecidos solo contestaron 5 personas. Las y los profesionales que trabajan por proyectos en la CCMLA no fueron considerados para este cuestionario, ya que, al estar transitoriamente desarrollando funciones en la institución, su conocimiento acerca del funcionamiento y perspectiva respecto del trabajo con públicos es bastante limitado y breve en el tiempo.

4.1.1.2 Estudio de caso de actividad de CCMLA

La segunda estrategia consistió en el estudio en profundidad y análisis crítico del formulario de inscripción a un taller y de la foto final publicada en la red social Instagram, en la cual se ve la cantidad de personas que concluyeron el ciclo formativo. El análisis del formulario permitió tabular y graficar los diferentes datos solicitados en el registro de inscripción, lo cual permitió generar una aproximación (actualizada) de una caracterización, basada en datos concretos y no solo en percepciones. La aplicación de esta estrategia responde a la necesidad de conocer a nivel estadístico cómo es el comportamiento del público en cuanto a asistencia y permanencia, es decir, qué tan alta es la participación de la comunidad en las actividades de la CCMLA.

¹⁷ Revisar Anexo N°3: Cuestionario para colegas

Se eligió un caso representativo¹⁸ de lo que sucede con mayor frecuencia en las actividades que se realizan en el Centro Cultural en cuanto a la intención de participación, contrastado con la asistencia y término de procesos, es decir, asistan hasta la última sesión y reciban (en caso de que corresponda) su certificado de participación. La aplicación de esta técnica de investigación, se realizó porque era necesario establecer si existe algún parámetro que se repita entre quienes desertan y quienes finalizan los procesos, ya que tal punto ha sido una problemática frecuentemente mencionada por parte de las y los trabajadores de la CCMLA. La obtención de esa información, orientó de manera más específica algunas preguntas del diseño de estudio de públicos de esta AFE que permitirá en particular, conocer porqué las personas no concluyen el ciclo de asistir a las actividades a las que se inscriben.

La actividad elegida corresponde al taller “Herramientas creativas para el fomento lector”¹⁹ y fue elegida por el líder del área de comunicaciones de la CCMLA, Cristian del Canto, persona que tuvo el criterio fundamentado para determinar que toda la información contenida en los formularios de inscripción y el volumen de personas con intención de participación v/s la cantidad de personas asistentes, es representativa respecto de lo que ocurre en la mayoría de las actividades organizadas desde la CCMLA.

Se realizó un estudio y sistematización del formulario de inscripción, en el cual se observaron los indicadores de datos solicitados y las respuestas a los mismos, el número de inscritos, direcciones de residencia, edades, etc. Análisis crítico a las gráficas de convocatoria, considerando elementos como colores, tipografías, claridad de la información, etc. También se realizó una identificación de los medios por los cuales se convocó a las personas a participar del taller y se realizó una comparativa entre la cantidad de personas inscritas y las que terminaron el taller.

4.1.1.3 Análisis de agenda

Para continuar recabando información que permitiera construir un panorama general respecto de lo que sabe la CCMLA acerca de sus públicos, durante los primeros días de diciembre de 2022, se realizó un análisis de la agenda donde se encuentra la

¹⁸ Un caso representativo es en el que se inscriben aproximadamente 40 personas para un taller, de las cuales asisten a la primera 20, y finalizan la formación 6 o 7.

¹⁹ Ver Anexo N°4: Afiche taller “Fomento Lector”

programación (presente, pasada y futura). Este análisis se realizó para conocer en detalle el tipo de programación que surge desde la CCMLA. La revisión de la agenda es relevante pues develará, para efectos de esta AFE, cuántas actividades se realizan en el centro cultural que corresponden a un desarrollo con públicos y si son gestionadas desde la CCMLA. Además de conocer la tendencia en la programación, la utilización de espacios, entre otros elementos.

Se decidió realizar la revisión al mes de noviembre de 2022 por dos motivos: trabajadoras del área de producción señalaron que fue el mes más colmado de actividades en lo que va del año y que fue el mes que más representa el espíritu de trabajo de la CCMLA; además, es el mes más reciente al momento de realizar este estudio. Al ser el centro cultural un espacio público, sus instalaciones son frecuentemente solicitadas para llevar a cabo actividades ajenas a la coordinación de la CCMLA, por ejemplo, de CEMujer, club ajedrez, licenciaturas en auditorio y ensayos de coro de profesores.

La estrategia de investigación consistió primero en identificar cuáles actividades correspondían a la gestión de la CCMLA y cuantas correspondían a solicitud de espacio de otras instituciones o personas de la sociedad civil. Luego, agrupar según criterios de área de desarrollo²⁰. Finalmente se realizó una tabulación de esos datos y análisis para determinar en qué se utiliza el centro cultural de Los Ángeles y cuál es la programación que predomina.

4.1.1.4 Entrevistas a informantes clave

Entre los últimos días de noviembre de 2022 y los primeros días de diciembre de 2022 se realizó un ciclo de entrevistas a personas clave dentro de la organización de las actividades de la CCMLA. En estas instancias se profundizó de manera más libre sobre los diferentes puntos de interés. Surgieron interesantes propuestas y comentarios espontáneos por parte de las informantes, los que sin duda enriquecieron la calidad del material recogido.

Se realizaron dos tipos de entrevistas. Una de carácter semiestructuradas y tres estructuradas. La finalidad fue obtener información acerca del modo de funcionamiento de

²⁰ Teatro, danza, artes visuales, lectura, patrimonio, etc.

la CCMLA respecto del trabajo que incluye la participación de los públicos. También, conocer a modo general el nivel de relevancia que las y los trabajadores de la CCMLA dan a este tema.

La primera persona entrevistada el día 25 de noviembre de 2022 fue Javiera Matus de la Parra Torres, ex gerente de la Corporación Cultural Municipal de Los Ángeles. La entrevista fue de carácter abierto, semiestructurada, en la cual se plantearon temas de interés para la elaboración de este diagnóstico y ella fue revelando información según su criterio. La principal finalidad de esta entrevista fue conocer de una fuente directamente implicada el funcionamiento de la CCMLA, la percepción de institucionalidad respecto del territorio y las principales barreras y obstáculos que se presentan para desarrollar en profundidad un trabajo con públicos.

El día 01 de diciembre de 2022 se realizó entrevista a Cristian del Canto, Coordinador general del área de comunicaciones, encargado del área de difusión y medios de la CCMLA. En esa oportunidad se aplicó una entrevista estructurada, con preguntas dirigidas, pero con la posibilidad de que él brindara más contenido si lo deseaba. La finalidad de esta entrevista fue conocer las impresiones de la respuesta de los públicos ante las propuestas de programación que surgen desde la CCMLA. Cristian es la persona que en ese momento llevaba las redes sociales de la institución, por lo cual estaba en constante diálogo con quienes desarrollan el material audiovisual y gráfico para las redes, también llevaba a cabo los procesos de gestión de medios, convocatorias, inscripciones, difusión a través de diferentes canales, además de las labores administrativas asociadas a su perfil profesional.

El día 01 de diciembre de 2022 fue entrevistada Carolina Parada, colaboradora del área de producción, especialmente dedicada al trabajo en torno a las artes visuales, en la galería, hall de exposiciones, en los talleres formativos asociados a las artes de la visualidad y a los talleres de temporada. La entrevista que se le realizó fue semi estructurada, la cual tuvo por principal foco conocer la respuesta y apreciaciones de las personas que asisten a las actividades de la CCMLA, esta vez, desde el punto de vista del área de producción. Se decidió entrevistarla a ella en base a la observación que la autora de esta AFE realizó durante el segundo semestre, en la cual se constató que Carolina es

una de las personas que recibe con mayor frecuencia a los públicos en puerta, por lo tanto, tiene una relación directa con ellas y ellos.

El día 07 de diciembre de 2022 se realizó una entrevista también semiestructurada a Daniela Corvalán, Coordinadora y Productora de la CCMLA. Las preguntas fueron enfocadas en conocer principalmente las acciones de vinculación con el entorno y lazos que la CCMLA pueda tener con la comunidad angelina y alrededores.

El día 10 de diciembre de 2022 se realizó una entrevista semiestructurada a Elizabeth Torres Vergara, directora de la Escuela de Ballet Municipal de Los Ángeles (parte de la CCMLA) su relato fue considerado para esta investigación, ya que ella dirige uno de los espacios que cuenta con el público más fidelizado y participativo de la CCMLA.

Finalmente, mencionar que cada una de las personas entrevistadas otorgó su consentimiento para ser mencionadas y citadas en esta investigación.

4.1.1.5 FODA

Se realizó la construcción de un FODA colaborativo con algunos trabajadores y trabajadoras de la CCMLA. El FODA como herramienta de estudio permitió sintetizar la situación respecto del trabajo con públicos de la CCMLA aportando el factor de autoobservación y autocrítica por parte del equipo.

Las y los participantes fueron invitados a completar este instrumento de investigación²¹ en base a las áreas en las que trabajan, que son de interés para esta AFE; no fueron consideradas las personas del área de administración y finanzas, la abogada ni el personal de servicio y aseo. El FODA fue realizado en dos modalidades, algunas personas fueron consultadas directamente en una conversación de pasillo y con otras se abordó mediante un formulario web. El modo de seleccionar a las personas consultadas en pasillo, fue tomando en consideración respecto de sus cargas laborales, sus tiempos y la intención de disminuir la carga mental.

²¹ Ver Anexo N°5: FODA con resultados

4.1.1.6 Encuesta

Finalmente, se realizó una encuesta a parte del personal de seguridad y auxiliares de aseo, quienes están en contacto directo a diario con las personas que utilizan las instalaciones. La aplicación de este instrumento de investigación no fue premeditada. Surgió durante el proceso de investigación, en el que se hizo evidente la necesidad de contar con la visión del personal que circula de manera constante en el Centro Cultural y está en permanente observación y diálogo con las personas que utilizan el espacio. La aplicación de esta encuesta permitió realizar la primera aproximación a la caracterización de las personas que circulan por el Centro Cultural.

El instrumento consistió en una encuesta que contenía preguntas cerradas. Las opciones de respuestas se diseñaron para lograr una aproximación al perfil cualitativo respecto de las personas que asisten en la actualidad al Centro Cultural.²²

4.2 ANÁLISIS Y PRINCIPALES HALLAZGOS

El siguiente análisis tiene por finalidad dar cumplimiento al primer objetivo específico: *“Situación del estado actual del conocimiento respecto de los públicos de la CCMLA”*, mediante el cual se desea responder a la pregunta: *¿Qué y cuánto saben las y los trabajadores de la CCMLA acerca de los públicos que se relacionan con la institución?*

4.2.1 Principales hallazgos y análisis cuantitativo

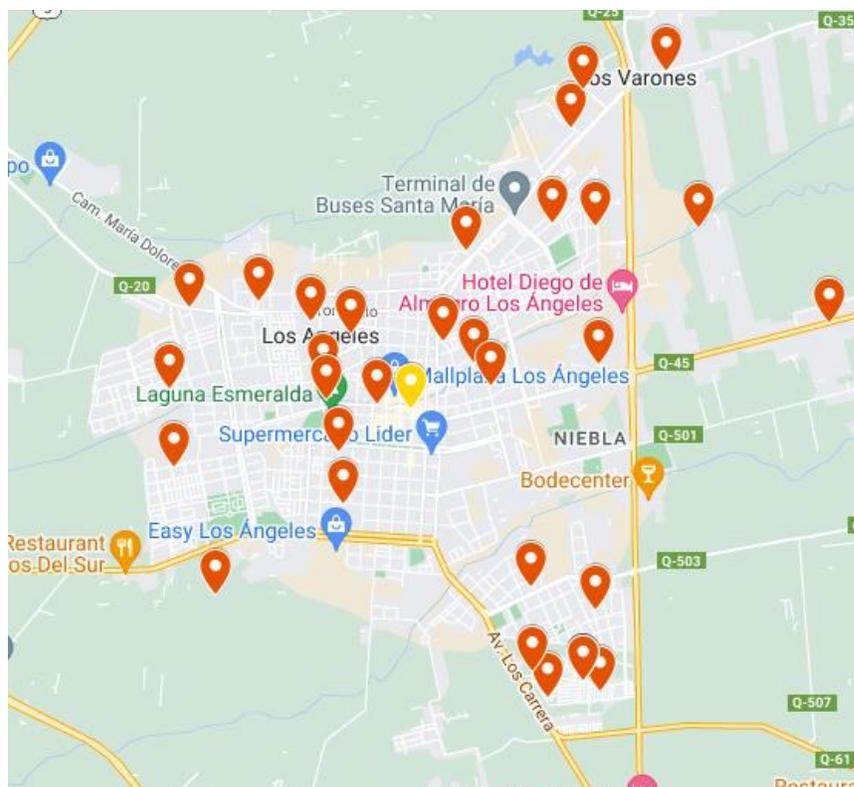
Puesto que, previo a la realización de esta investigación, no se encuentran datos cuantitativos sistematizados representativos a la actualidad de la CCMLA, ni se contó con herramientas de recogida de datos entre el público asistente (sólo algunos registros de inscripción no estudiados), se desarrolló una estrategia de análisis piloto de datos disponibles en un caso en particular, que sirvió de guía para generar un acercamiento a un perfil de público. Para el análisis cuantitativo, fue considerado todo el material con el cual contaba el departamento de comunicaciones sobre el desarrollo de la actividad *“Herramientas creativas para el desarrollo del fomento lector”* y la información contenida en la agenda del mes de noviembre de 2022.

²² Ver Anexo N° 6 Encuesta a personal de seguridad y aseo

4.2.1.1 Estudio de caso

A continuación, se encuentran distintas imágenes referenciales y gráficas en las cuales se puede observar de manera dinámica la información contenida en el formulario de inscripción al Taller Herramientas creativas para el fomento lector:

Fig. 13: Mapa con ubicaciones de residencia de las y los participantes

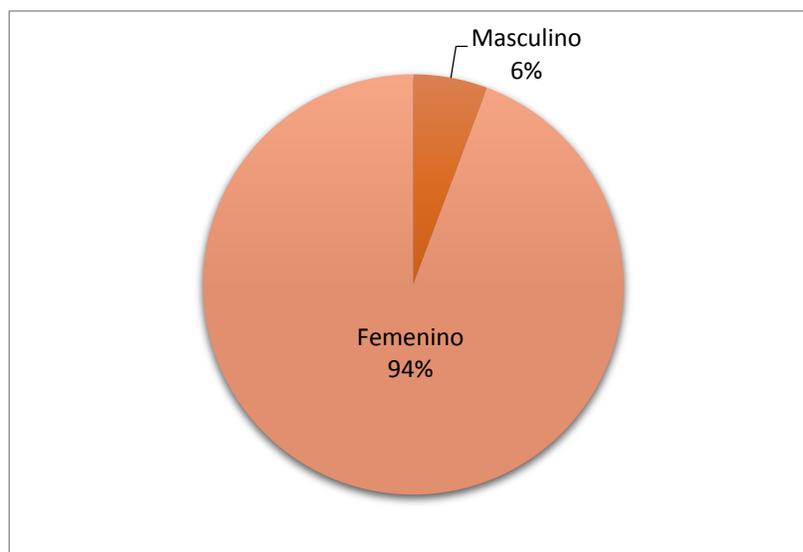


Fuente: Elaboración propia a partir de formulario con inscripciones al: Taller de Herramientas creativas para el fomento lector.

En la imagen anterior Fig. 13: Mapa con ubicaciones de residencia de las y los , se observan diferentes marcadores rojos ubicados en un mapa de la ciudad de Los Ángeles, los cuales corresponden a los domicilios de las personas que se inscribieron al taller: Herramientas creativas para el fomento lector, considerando ambas versiones, para primera infancia y para profesores y personas cuidadoras. El marcador color amarillo muestra la ubicación de la Corporación Cultural Municipal de Los Ángeles.

De las 36 personas inscritas 33 pertenecen al radio urbano de Los Ángeles, 3 personas indican su dirección más alejada: 2 en las comunas de Cabrero y Quilaco, en tanto que una persona indica residir en la comuna de Los Ángeles, pero en límite con la comuna de Tucape. Destaca la homogeneidad en la participación de la ciudad. Sin embargo, hay poblaciones que no cuentan con ninguna participación, tales como: Ciudades de Chile, Población Kennedy, 11 de Septiembre, Población Orompello, Sector plaza Pinto, Villa las Quintas, Villa Parque Nativo, Población Pedro Lagos, Villa Balmaceda, Bajos de Monte Cea, Villa Hermosa, Gabriela Mistral, Cataluña. El nivel socioeconómico de las personas que residen en esos lugares podría dar luces sobre una caracterización respecto de ese punto, sobre quienes asisten al centro cultural y quiénes no.

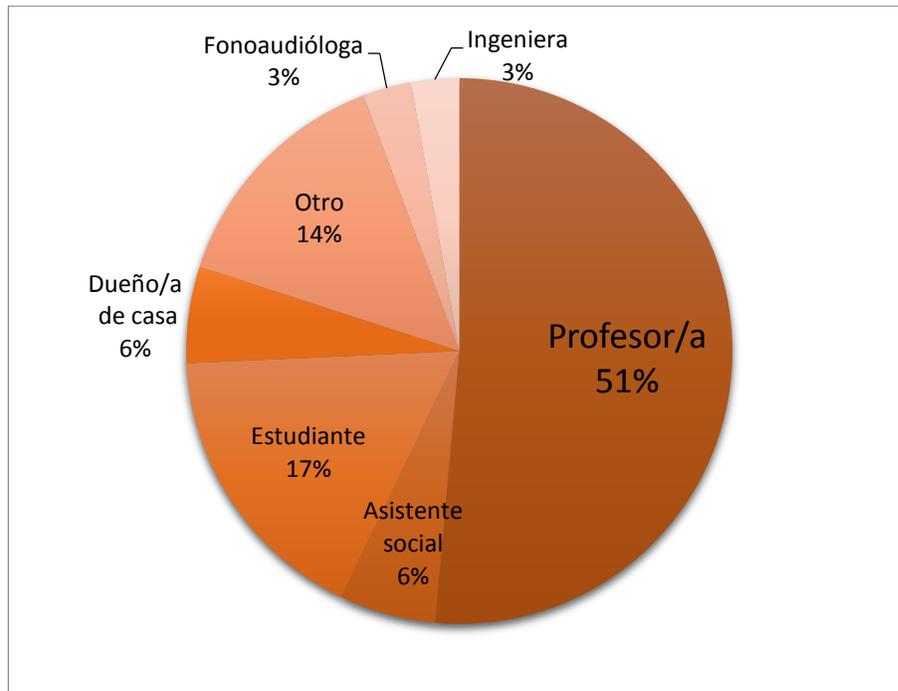
Fig. 14: Clasificación por género



Fuente: Elaboración propia a partir de formulario con inscripciones al: Taller de Herramientas creativas para el fomento lector.

En la figura anterior Fig. 14: Clasificación por género, se observa la evidente supremacía del género femenino en la participación del taller: Herramientas creativas para el fomento lector. Interesa señalar, que ninguna persona de las inscritas marcó, sobre esta pregunta, la opción “otro”.

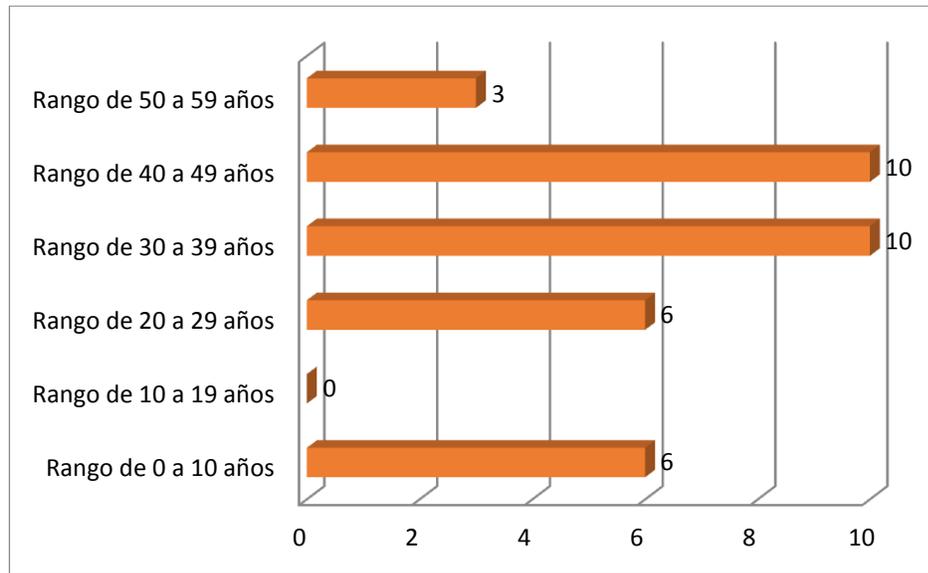
Fig. 15: Clasificación por ocupación



Fuente: Elaboración propia a partir de formulario con inscripciones al: Taller de Herramientas creativas para el fomento lector.

En la figura anterior, Fig. 15: Clasificación por ocupación, se observan las ocupaciones de las personas inscritas en el taller, destacan las personas asociadas a pedagogía con más de la mitad de las inscripciones. La ocupación “estudiante” es la que continúa en cantidad de inscritos. Destaca también el porcentaje que no desea contestar esta pregunta.

Fig. 16: Rango de edades de las personas inscritas



Fuente: Elaboración propia a partir de formulario con inscripciones al: Taller de Herramientas creativas para el fomento lector.

En la figura anterior, Fig. 16: Rango de edades de las personas inscritas, se observa los rangos etarios de las personas inscritas al taller. Destaca la población adulta, entre 30 y 39 años de edad, quienes fueron las y los que se inscribieron en mayor cantidad. A continuación, vienen las personas que tienen entre 40 y 49 años. Destaca de la información obtenida en este gráfico, que en el rango etario correspondiente a adolescentes (10 a 19 años) no hubo inscripciones, ya que el taller en ninguna de sus versiones se planificó para este público.

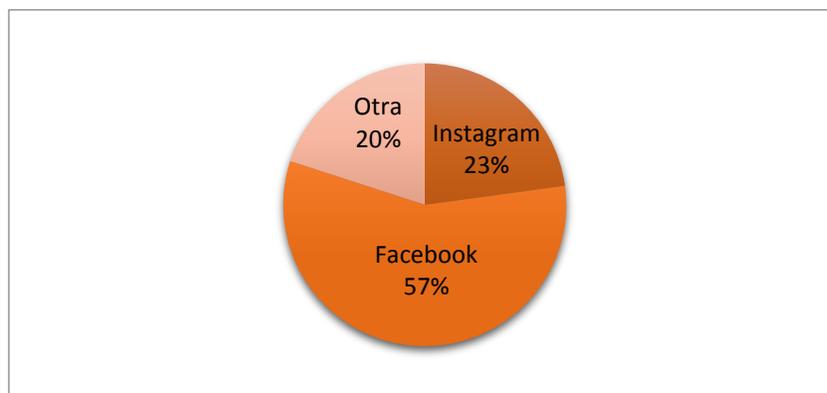
Fig. 17: Preferencia día de realización



Fuente: Elaboración propia a partir de formulario con inscripciones al: Taller de Herramientas creativas para el fomento lector.

Como se puede observar en la imagen anterior, Fig. 17: Preferencia día de realización, la preferencia de horario está determinada por la edad de la o el participante. El día viernes el taller fue dirigido a niñas y niños, mientras que el día sábado se llevaba a cabo el taller para personas adultas. En este taller, a pesar de estar dirigido a todos los rangos etarios (exceptuando adolescentes), las personas que más se inscribieron fueron personas adultas. Es de suponer que la preferencia por el día sábado en personas adultas tiene que ver con los horarios de trabajo y ocupaciones.

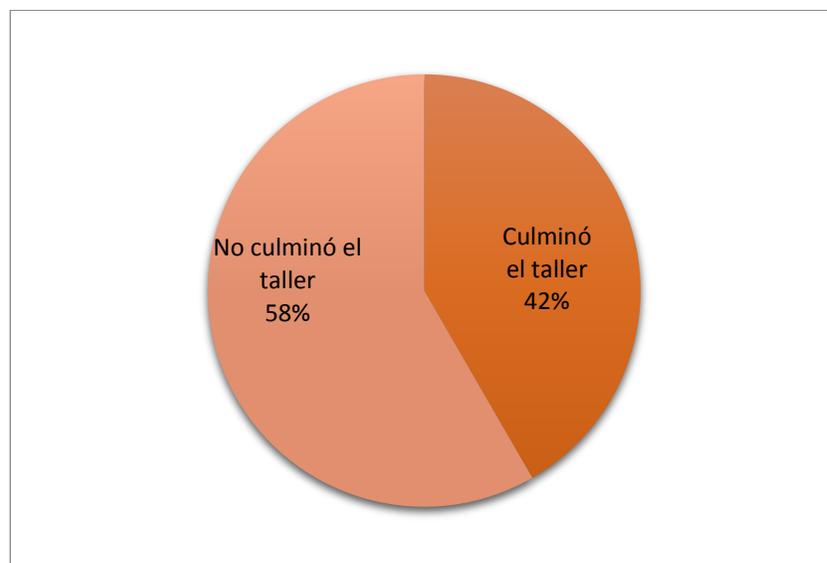
Fig. 18: Medio a través del cual se enteró



Fuente: Elaboración propia a partir de formulario con inscripciones al: Taller de Herramientas creativas para el fomento lector.

La gran parte de las personas que asistieron al taller se enteraron del desarrollo del mismo a través de la red social Facebook, tal como se muestra en la figura anterior, Fig. 18: Medio a través del cual se enteró, la red social Instagram no tiene gran impacto en la comunidad. Posiblemente esto tenga que ver con la edad de las y los participantes, incluso de quienes inscribieron a las y los niños que asistieron al taller.

Fig. 19: Porcentaje de personas que culminaron el taller



Fuente: Elaboración propia a partir de formulario con inscripciones al: Taller de Herramientas creativas para el fomento lector.

En la imagen anterior, Fig. 19: Porcentaje de personas que culminaron el taller, se puede observar claramente el alto nivel de deserción, el 58% de las personas inscritas (incluyendo personas inscritas en el taller para primera infancia y el taller para profesores y cuidadores). Del 42% de personas que sí culminaron el taller, 7 son personas adultas y 8 son participantes del taller para primera infancia. El número de niñas y niños que culminaron el taller supera al número de registros para esa actividad. Comprender el alto nivel de deserción podrá ser posible con la aplicación del DEP planteado en esta AFE. El hecho de que hayan culminado más niñas y niños de los que se inscribieron, podría explicarse con que las personas responsables de ellas y ellos se enteraron tardíamente del desarrollo de esta actividad.

4.2.1.1.1 Análisis estudio de caso

Las personas atendieron a la convocatoria demostrando gran interés, los cupos casi se completaron en ambas versiones. Es notoria la claridad de la información entregada, ya que no hubo inscripciones para personas que no cumplían el perfil etario indicado, por lo tanto, fue entendido por la ciudadanía. Destaca la presencia de mujeres en ambos talleres y de profesores en el caso del taller dirigido a personas adultas.

A pesar del alto número de inscripciones en ambas versiones (primera infancia y profesores y cuidadores), la constancia no fue suficiente, generando que más de la mitad de las personas abandonaran el proceso. El taller dirigido a docentes y cuidadores contó con un número mucho más alto de inscripciones que el taller dirigido a primera infancia, sin embargo, fueron estos últimos quienes terminaron el proceso completo en mayor cantidad. La red social que aún prima en la ciudad de Los Ángeles, es Facebook. El dato anterior contrasta con la percepción de las y los trabajadores de la CCMLA, quienes indican que Instagram es la plataforma mediante la cual llegan más personas a las actividades propuestas. Respecto a la nueva tendencia Tik Tok, no puede analizarse, ya que la CCMLA no cuenta con aquella plataforma de difusión.

Al analizar la imagen referencial de los domicilios de las personas inscritas, llama la atención observar la gran diversidad de poblaciones desde las cuales provienen las y los usuarios de la CCMLA, se constata que los barrios Ciudades de Chile, Población Kennedy, 11 de Septiembre, Población Orompello, Sector plaza Pinto, Villa las Quintas, Villa Parque Nativo, Población Pedro Lagos, Villa Balmaceda, Gabriela Mistral, Cataluña, Bajos de Monte Cea, Villa Hermosa, son los que menos participación tienen. Como se mencionó anteriormente, en general, las villas y poblaciones mencionadas comparten las características de ser comúnmente llamadas como barrios populares. Los sectores Plaza Pinto, Gabriela Mistral y Cataluña se alejan de esa denominación pues en esos sectores habían personas que cuentan con un poco más de recursos económicos, sin embargo, no llega a ser un lugar de clase “alta”.

Se deduce, debido a que terminaron el taller más niñas y niños de los que se inscribieron, dos cosas: la primera es que hay un porcentaje de personas que se enteran o demuestran intención de participar una vez la actividad ya ha comenzado; la segunda, por parte de la

CCMLA y docentes a cargo, siempre está la voluntad y disposición de incluir a aquellas personas en el hecho artístico – cultural.

Para finalizar, el análisis de este caso tuvo la intención de ser altamente representativo acerca del comportamiento de los públicos en las actividades propuestas por la CCMLA, por lo tanto, los datos extraídos en esta oportunidad podrían ser extrapolables a otras iniciativas de la institución. Hay elementos generales que, basándose en la experiencia de lo observado y conversado informalmente con trabajadores y trabajadoras de la CCMLA, se reafirma que son en general, transversales a las diferentes actividades que comparten características de formato (con pocos participantes, una cantidad de clases acotadas, en un espacio tipo sala):

- a. El porcentaje de personas que abandona el proceso.
- b. Los barrios y perfil socio económico que predomina entre las y los asistentes.
- c. Las actividades para niñas y niños tienen menor tasa de deserción.
- d. Las personas que trabajan tienen pocas opciones de asistir en día semana a actividades formativas.
- e. La mayoría de las personas asistentes son mujeres.
- f. La mayoría de las personas vive en el radio urbano.

Por otro lado, si se realizara este análisis con todas las actividades realizadas, se podría más rápidamente:

- a. Identificar a las personas que desertaron y contactarlas para conocer sus motivaciones.
- b. Identificar a las personas que culminaron el proceso y contactarlas para preguntarles qué elemento destacarían (para ser considerado en una siguiente versión).
- c. Caracterizar el rango etario, profesión y género que predomina.
- d. Asociar perfiles profesionales a tipo de actividad.

4.2.1.2 Revisión de agenda

A continuación, se encuentran dos imágenes que clarificarán visualmente el análisis realizado a la agenda de la CCMLA durante el mes de noviembre 2022 para efectos de esta AFE:

Tabla 3: Uso de espacio CCMLA

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	
1er piso	Patio																															
	Hall																															
	Auditorio																															
	Sala de reuniones																															
	Estudio audiovisual																															
	Sala técnica																															
2do piso	Sala escuela de teatro																															
	Taller de formación 1																															
	Taller de formación 2																															
	Taller de formación 4																															
	Salón Cecrea																															
	Taller de formación 5																															
	Taller de formación 6																															
Escuela de ballet																																

Fuente: Elaboración propia a partir de la agenda del mes de noviembre de 2022 de la CCMLA.

En la tabla anterior, Tabla 3: Uso de espacio CCMLA, se pueden identificar los distintos espacios que componen a la CCMLA. En color verde, están indicadas todas las actividades que ocurren y que son gestionadas desde la CCMLA. En color rojo, se indican todas las actividades que fueron realizadas en los espacios de la CCMLA, sin embargo, corresponden a una gestión externa. Los espacios son solicitados a secretaría de la CCMLA y siempre que cumplan los requisitos de: disponibilidad, no tener finalidades de lucro y ser de carácter artístico – cultural, el espacio es facilitado.

Respecto de la ocupación de espacio se constata que los salones “Taller de formación 1, Taller de formación 4 y Escuela de Ballet” son los que cuentan con una mayor ocupación durante el mes de noviembre de 2022. Se identifica un nulo uso con actividades propias en los salones: “Escuela de teatro y Cecrea”, sin embargo, tienen una justificación: el Salón de la Escuela de Teatro alberga al consejo municipal, ya que es la mejor infraestructura para desarrollar dicha actividad en la ciudad. A pesar de ello, las actividades de la Escuela de Teatro se realizan de igual manera, distribuyéndose en otros espacios de la CCMLA. En el salón Cecrea nunca estuvo contemplado para realizar actividades de la CCMLA, sin embargo, bajo observación visual de la autora de esta AFE, se constató que regularmente está siendo utilizado para desarrollar actividades o reuniones de carácter artístico - cultural.

Una de las principales sugerencias de las y los trabajadores consistía en realizar mejor uso del espacio externo, es decir, el patio. Analizando la agenda del mes de noviembre de 2022, se puede observar que efectivamente su uso es bastante limitado. Sin embargo, y basándose en el punto de vista *emic*²³ de la investigadora que realiza esta AFE, se puede mencionar con certeza que aquello responde a las condiciones climáticas del territorio. En invierno, el sitio es muy lluvioso y frío, por lo cual no cumple con características necesarias para desarrollar actividades en las cual se pretenda brindar una buena experiencia a las personas asistentes. Sin embargo, en los meses de primavera y verano, y a pesar de las altas temperaturas que presenta la ciudad, sí se desarrollan actividades

²³ Emic se refiere a un enfoque en antropología que se centra en la comprensión y descripción de los conceptos y categorías culturales que los miembros de una sociedad o cultura utilizan para entender su propia realidad. En otras palabras, el enfoque emic trata de comprender el mundo desde la perspectiva interna de una cultura o sociedad, en lugar de aplicar conceptos y categorías externas a ella.

en exterior, orientadas especialmente a niñas y niños tales como: festival de títeres y kiosco cultural (este se realiza en la plaza de la ciudad, frente a la CCMLA).

Otro elemento que complementa el estudio visual de la investigadora con la imagen anterior, es que a pesar de que en la agenda no se encuentran registradas las exposiciones de artes visuales (únicamente se encuentran los montajes y lanzamientos de las exhibiciones), el hall del edificio se encuentra el 100% del tiempo con alguna itinerancia de obras.

a. Tipo de actividades propias desarrolladas en la CCMLA

Este análisis se construyó basándose en la imagen anterior. Los marcadores rojos fueron eliminados, para únicamente analizar las actividades propias de la CCMLA. Posterior a ello, se cambiaron de color según el tipo de actividad, siguiendo la siguiente leyenda:

Tabla 4: Color por tipo de actividad

Formación (incluye escuelas de teatro y ballet)
Danza
Coro
Artes visuales
Teatro
Literatura
Reuniones
Música
Encuentro
Talleres

Al realizar análisis del tipo de actividad que son desarrolladas desde la CCMLA, como se puede ver en la Tabla 5: Uso de espacio CCMLA en actividades propias, destacan con fuerza las actividades formativas (Escuela de ballet y escuela de teatro) y las actividades en torno a la música y artes de la representación (anexas a la escuela de teatro). El desarrollo de las artes a través de la pedagogía es el fuerte de la CCMLA en cuanto a actividades.

En artes escénicas, danza y teatro son las que más se realizan. En el caso de danza, cuenta con diferentes actividades abarcando todo rango etario, para las y los participantes más pequeños, para el público más juvenil y también para personas adultas hay mucho espacio para formación, sin embargo, en cuanto a actividades de apreciación escénica lo que predominan son shows en los que, si bien podrían asistir infancias, no son el público al cual están destinadas las obras de danza. En el caso del teatro las actividades de formación y de apreciación son desarrolladas principalmente para personas adultas. Los talleres para niñas y niños son esporádicos o de temporada. Destaca también el constante y organizado espacio formativo destinado a las artes visuales.

La música también está bastante presente, al igual que la literatura, aunque siempre en menor proporción que las artes escénicas. Los espacios utilizados para estas actividades son principalmente los de más fácil acceso (primer piso, hall, etc). No se aprecia en la agenda del mes de noviembre de 2022 alguna actividad relativa a circo, títeres, cine o artesanía.

Es notorio que hay dos espacios que han sido adaptados en su funcionalidad y albergan actividades diferentes de lo que estaba destinado originalmente que ahí sucediera: Sala técnica y Estudio audiovisual.

4.2.1.2.1 Análisis de agenda

Como se ha evidenciado, la agenda del mes de noviembre de 2022 estuvo cargada de actividades. La gran mayoría de los espacios estuvieron utilizados en todo momento, albergando algunos incluso más de 3 actividades diferentes en un solo día. Destaca la cantidad de horas de uso de los espacios de salas de danza y ensayo por parte de las actividades anuales de la CCMLA: Escuela de Teatro, Ballet Municipal de Los Ángeles (BAMLA) y Escuela Municipal de Ballet de Los Ángeles (EMBLA). Se observa los días

sábados de todas las semanas han estado con actividades, aquello tiene un directo impacto en el tipo de relación que se establece con los públicos, ya que, al estar generalmente con una actividad sobre otra, no alcanza el tiempo ni la logística para realizar un estudio de públicos. Al no contar con un área especializada en públicos, aumentan las posibilidades de que la respuesta (en cuanto a participación) no sea la esperada, junto con ello la dificultad en pesquisar errores o fallas en aquellas situaciones, y por consecuencia, la poca probabilidad de que sean corregidas.

Es evidente la gran acogida a actividades de otras instituciones públicas como: Prodemu, Dideco, Daem, reuniones de la municipalidad, de los CESFAM, actividades de diferentes Seremis, PRODESAL, etc. Asimismo, gran parte del tiempo las instalaciones se utilizaron en actividades de organizaciones de la sociedad civil como: clubes de ancianos, academia de ajedrez, compañías de teatro externas a la CCMLA, orquesta de cámara, coro de profesores, capacitaciones, casa de acogida, fundación de ciegos, etc. En la agenda se señala además algunos de los requerimientos al equipo del área técnica, lo cual deja en evidencia la falta de un sistema de organización digital interno específicamente creado para la gestión de la CCMLA.

Finalmente, entre las actividades que surgen de la programación de la CCMLA predominan las actividades del tipo formativo, en las diferentes modalidades: talleres, seminarios, escuelas, etc. Las actividades asociadas a cartelera son escasas, las que se observan son principalmente asociadas a la música. Sin embargo, durante el mes de noviembre de 2022 hubo al menos una actividad para público espectador en danza, teatro, música y literatura (lanzamiento de libro).

Se observa, por lo tanto, un balance equilibrado entre las actividades de carácter artístico y las actividades que potencien el desarrollo de la cultura de la ciudad de Los Ángeles, lo que es un verificador de que hay esfuerzos consistentes por dar cumplimiento tanto a la visión como a la misión y la CCMLA realiza en efecto un trabajo que no se enfoca únicamente en el desarrollo de las artes, sino que también destina esfuerzos de programación en considerar aspectos en los que se manifieste la cultura e identidad de la zona.

4.2.2 Principales hallazgos y análisis en método cualitativo

El análisis cualitativo permitió profundizar en la perspectiva de las personas que trabajan en la CCMLA respecto al tema de los públicos, si bien se recogió un panorama general, es necesario mencionar que todos los elementos considerados tienen como fundamento la valoración personal de las y los trabajadores, debido a la falta de información sistematizada. Los instrumentos que se consideraron para este análisis fueron: cuestionario, entrevistas, FODA y encuesta.

Según la perspectiva de las diferentes fuentes de información, emergen 5 temas principales: Equipo de trabajo de la CCMLA, programación, comunicaciones, infraestructura y conocimiento sobre públicos. Sobre los cuales se identificaron elementos comunes a través de una bajada de información mediante una matriz que consideró diferentes criterios y elementos de interés.²⁴

4.2.2.1 Equipo de trabajo de la CCMLA

El equipo de trabajo se caracteriza a nivel de formación como un grupo de personas profesionales, especialmente las personas que trabajan en educación artística. Todo el grupo humano que trabaja en las escuelas (teatro y ballet) cuentan con profesionales especializados en su área de desempeño. En la CCMLA, aunque no hay formaciones específicas (exceptuando la ex gerente, que cuenta con especialización curricular en gestión cultural), todas las personas tienen experiencia y oficio en el trabajo en artes y cultura. Se identifica, sin embargo, la falta de personal con especialización en análisis estadístico y sistematización. Por otro lado, según el equipo de trabajo, ellas y ellos tienen en general las cualidades de ser: proactivas/os y comprometidas/os. Es mencionada la alta capacidad para escuchar y observar necesidades particulares de las actividades realizadas por la CCMLA, por ejemplo, en las palabras de Elizabeth Torres, directora de la Escuela de Ballet Municipal de Los Ángeles:

“En las galas de la EMBLA, alguna vez contamos con apoyo de educadoras los días de ensayo en el teatro (puesto que se ensaya de manera simultánea con más de 80 estudiantes), sin embargo, las educadoras, al ser colaboradoras externas a la institución, no conocían nuestro modo de trabajo y finalmente no nos apoyaron

²⁴ Ver anexo N°7 Matriz de análisis para información cualitativa.

según lo esperado. En las próximas versiones empezamos a llamar a ex estudiantes; como ellas ya conocen la logística de trabajo, sucedió que tanto en los ensayos como en los días de presentación, el trabajo fuera mucho más eficiente y sencillo.” (E. Torres, entrevista personal, 10 de diciembre de 2022)

O lo mencionado por la ex gerente de la CCMLA, Javiera Matus de la Parra:

“No queríamos hacer taller de guitarra, porque ese taller lo lleva a cabo la casa de la cultura, pero un año lo realizamos. Estuvo lleno. Se beneficiaron muchas más personas que las que se beneficiaban con talleres de otras áreas. Tuvimos que comenzar a destinar recursos en eso, porque la gente de Los Ángeles, eso es lo que quiere” (J. Matus de la Parra, entrevista personal, 25 de noviembre de 2022)

Las autocríticas del equipo giran principalmente en torno a las carencias en recursos económicos, lo cual impide contar con más recursos humanos para implementar áreas como la de mediación y educación artística con profesionales de dedicación exclusiva, en palabras de Daniela Corvalán, profesional del área de producción de la CCMLA:

“Esta priorizado el recurso humano que ejecuta lo más fundamental (técnicos, talleristas, expositores, coordinación y producción)” (D. Corvalán, entrevista personal, 7 de diciembre de 2022)

También es presente la falta de una persona especializada en estadística que se dedique a sistematizar y a organizar la información con la que se cuenta respecto de los públicos específicamente. El equipo de trabajo de la CCMLA reconoce que para profundizar los lazos con los públicos se requiere también una persona que lleve a cabo procesos de participación ciudadana y programación participativa.

Al momento de hablar de propuestas, aparecen sugerencias que potencian principalmente la difusión: Dar a conocer el trabajo de la CCMLA en juntas de vecinos, aumentar la visibilidad, contar con más material circulable (folletería, chapitas, postales) y sostener las

gigantografías²⁵. Carolina Parada, profesional del área de producción y coordinación comenta:

“Hay gente que no sabe lo que sucede aquí, porque más allá de las redes sociales no hay gráficas. La gente no está tan informada porque no tenemos la programación expuesta ni se la pueden llevar de manera física, no circula más allá del Instagram y Facebook (que es valioso), pero aún hay muchas personas en esta comuna que necesitan lo más análogo”. (C. Parada, entrevista personal, 01 de diciembre de 2022)

Las y los participantes identifican sus principales debilidades en fidelizar a los públicos, percibir erróneamente el comportamiento de las personas previa realización del evento artístico o cultural y desconexión con ciertos sectores de la comunidad (aunque sin claridad de cuáles son esos sectores). Por ejemplo, al no realizar mesas de programación constantemente, si bien se realizan instancias de escucha a la comunidad, son en el último tiempo solo conversaciones y toma de impresiones post actividad.

Complementariamente a lo anterior, desde la CCMLA sí señalan haber realizado acciones de acercamiento con la comunidad y trabajo con los públicos, por ejemplo, en el caso de teatro, hay un dossier de mediación (aunque no está actualizado hace dos años) y a través del recientemente finalizado programa Expresión Biobío. Explica la ex gerente de la CCMLA:

“Ese programa (financiado por el Gore Biobío) apunta a públicos escolares y a perfeccionamiento de artistas escénicos. Hay seminarios, diplomados, intervención en establecimientos... alrededor de 2.000 mediaciones en la región de Biobío y Ñuble” (J. Matus de la Parra, entrevista personal, 25 de noviembre de 2022)

Para concluir el segmento del equipo de trabajo y su relación con los públicos, se observa que la prioridad hasta el momento no ha estado en conocer los perfiles de los públicos,

²⁵ Ubicadas en el frontis del edificio, cara exterior. En 2022 se instalan a finales de octubre para difundir las 3 principales muestras de fin de año: Escuela de Ballet, Ballet Municipal y Escuela de Teatro.

claramente no está en la capacidad logística ni económica contar con personal especializado en esa área. Sin embargo, se han realizado instancias de acercamiento como mediación en el caso del teatro. El esfuerzo por realizar un trabajo de calidad, si bien tiene como objetivo principal llegar a la comunidad, está enfocado en el desarrollo de la actividad, más que en conocer las características de las y los participantes.

4.2.2.2 Programación

El tipo de programación que se percibe como de mayor interés por parte de los públicos, son todas las actividades asociadas a la danza (excepto contemporánea) y teatro.

Muchas veces entre los miembros del equipo hay sorpresas respecto de la cantidad de personas que asisten a una actividad (llegan menos personas de las esperadas, o más) y del rango etario de las actividades programada. Esta sorpresa no siempre responde a una mala experiencia, por ejemplo, hay eventos (especialmente los dedicados a infancias y adolescentes) que el número de asistentes supera toda expectativa, como en el caso de las galas de la Escuela de Ballet, en el que incluso queda gente fuera del teatro, pues se supera por mucho el aforo máximo (considerando un contexto sin restricciones). En el caso de la VIII versión del festival de títeres (el cual se encuentra en plena ejecución al momento de desarrollo de esta investigación) que este año se realizó en la plaza de armas, no en el patio de la CCMLA como en la versión anterior, la asistencia fue masiva, tal y como se puede apreciar en la Fig. 20: Público asistente a la VIII versión del Festival de Títeres de la CCMLA y con grata sorpresa se está constatando la tremenda participación y ganas de consumo cultural por parte de las y los más pequeños de la ciudad.

Fig. 20: Público asistente a la VIII versión del Festival de Títeres de la CCMLA



Fuente: Instagram oficial CCMLA @ccm_la

Los temas referentes a patrimonio e identidad, comentan las y los participantes que es lo más difícil de trabajar, en palabras de su ex gerente Javiera Matus de la Parra “*en ese sentido nos cuesta trabajar, es difícil ese tema en esta ciudad*”.

Para concluir el segmento de programación y la relación con los públicos, se desprende del análisis que el hecho de que existan sorpresas en relación a la cantidad de público que asiste (sea respuesta positiva o negativa) y a las edades de quienes asisten

demuestra que en realidad no se conoce tanto a los públicos como se cree. Si bien, hay una idea y una antelación hipotética a cuál pueda ser la respuesta de la comunidad ante la propuesta programática, esta tendría un rango de duda y sorpresa mucho menor de contar con un estudio de públicos que arroje con exactitud cuáles son las preferencias las personas que asisten a las actividades y cuál es el rango etario que predomina entre los públicos asistentes de la CCMLA.

4.2.2.3 Estrategias de comunicación y relaciones

La CCMLA realiza su divulgación de contenido hacia la comunidad a través de distintos medios de comunicación. Entre los más frecuentes se encuentran: Redes sociales, periódico, radio, tv. En el caso de las redes sociales, la más utilizada es Instagram, en aquella red social se divulga la gran mayoría de la programación y actividades propuestas. El uso de Facebook también es fuerte, predominó para los años de pandemia, ya que a través de esa plataforma se realizaban todas las transmisiones en vivo. Cuando hay actividades masivas, se recurre a los otros medios de comunicación como periódico, radio tv. Los diarios en los que se publican las actividades o noticias respecto a la CCMLA son de alcance comunal y regional: Diario La Tribuna (Los Ángeles), Diario Concepción (Concepción), Diario el Sur (Regional). Las radios a través de las cuales se realiza difusión son radios locales, tales como: Radio San Cristóbal, Radio Nueva Mía, Radio El Sur, Radio Biobío, Radio Punto 7, Radio Los Ángeles. Los medios digitales son: El contraste, Perspectiva visual tv, El espectador elei, Bionoticias. Medios de televisión digital: Provincial TV, Noticias elei, Panoramas Los Ángeles, y canal 9 regional.

Dentro de las principales carencias referentes al área de comunicaciones las y los participantes identifican, reiterativamente, la falta de recursos económicos y humanos. Se reconoce la carencia de una red social TikTok, en palabras de Cristian del Canto, jefe del área de comunicaciones *“con ella podríamos llegar a mucho más público, en ese sentido tenemos que innovar”*. La red TikTok se ha posicionado como la red social más utilizada para la generación Z (personas nacidas entre 1996 y 2012), aunque luego del 2020 y con el efecto pandemia, su uso se expandió a generaciones mayores, por lo tanto el uso de esta herramienta, con todas las herramientas creativas que posee, podría acercar las actividades de la CCMLA a la comunidad de una manera novedosa y transversal a casi todas las edades.

Por otra parte, las actividades masivas desarrolladas en el Teatro Municipal de Los Ángeles (que está bajo la administración de la CCMLA) no cuentan con un medio de registro de asistencia o toma de datos de espectadores, por lo cual es muy difícil hacer un perfil de públicos para esos eventos con indicadores más certeros que los recabados mediante lo observado visualmente por las y los trabajadores que están en puerta. Al respecto reflexiona Cristian del Canto, profesional del área de comunicaciones de la CCMLA:

“Ahí nos perdemos un nicho grande de información, porque podríamos generar base de datos de todas esas personas e invitarlas de manera dirigida a actividades de su interés en el futuro” (C. del Canto, entrevista personal, 01 de diciembre de 2022)

En el caso de las actividades que tienen suceso en las dependencias del centro cultural y que sí cuentan con registro de inscripciones, falta realizar análisis y sistematización de los datos de las personas inscritas. Señalan además que no hay un trato diferenciado para los públicos que se reconocen (de vista) como habituales. No hay distinción, incentivos ni beneficios especiales para aquellas personas que asisten con regularidad a las actividades de la CCMLA.

Respecto de las estrategias de comunicación, se mencionan las siguientes como las más utilizadas:

- Alianzas: aunque no es utilizado el concepto para referirse a otras instituciones, sino más bien a personas claves que puedan tener contacto en cadena con quienes compartan interés en la actividad propuesta. Por ejemplo: en el contexto de una actividad para niñas y niños en torno al desarrollo plástico, por parte del equipo de comunicaciones se le menciona la actividad a una docente de artes visuales de algún establecimiento educacional y se le solicita colabore difundiendo esta actividad a las apoderadas y apoderados.

- Gestión dirigida: articulando mediante personas encargadas de ciertos espacios con la finalidad de que el flujo de información propicio y el público para el que

fue pensada la actividad, efectivamente se entere. Por ejemplo, en el caso del taller de tango para personas mayores, se comunican personalmente con quien administra el área de adulto mayor de la municipalidad, quien a su vez realiza la labor de inscribir a sus usuarios y usuarias, para posteriormente realizar la gestión (en caso de ser posible) y que asistan las personas a la actividad propuesta. Otro ejemplo es el caso de espectáculos para estudiantes; la información se le envía al DAEM y desde ahí se distribuye.

– Mailing: se realiza a las personas que ya se encuentran en la base de datos, en el período de difusión de las actividades que se desarrollan, pero no existe filtro según área de interés. En el caso de actividades que cuentan con pocas inscripciones, se puntualiza y busca a las personas directamente, por ejemplo, para actividades de danza contemporánea, se le envía la información mediante mail a las y los participantes de versiones anteriores, personas de otras instituciones artísticas en danza de la zona, etc.

– Vinculación con instituciones relevantes: como lo es el caso de establecimientos educacionales para el desarrollo de las visitas guiadas.

Una autocrítica reiterativa respecto a comunicaciones consiste en la distancia respecto de los territorios, es decir, circular con las actividades del Centro Cultural a más sectores de la ciudad.²⁶

“Lo que nos falta en el departamento de comunicaciones es hacernos el tiempo de tener más contacto con el público y salir a buscar a las personas, ir a las sedes de juntas de vecinos, colegios rurales, salir a terreno y movernos por el territorio. Hay mucha gente que no consume cultura, que aunque pasa por aquí afuera, no sabe lo que hacemos”. (C. del Canto, entrevista personal, 01 de diciembre de 2022)

Acerca de la permanencia y la fidelización, una de las principales estrategias que se utilizan, es realizar la entrega de incentivos físicos a quienes asisten a las actividades, por ejemplo un kit de materiales de trabajo, *coffe break*, certificados de asistencia o diplomas de participación. Lo anterior solo se puede realizar en caso de que la actividad sea

²⁶ El trabajo de vinculación respecto de otras comunas ha ido en aumento durante el último período, la autocrítica se refiere en específico a los barrios de la ciudad de Los Ángeles.

desarrollada mediante financiamiento por proyectos en el cual se haya contemplado ese ítem de gasto. En el caso de los materiales de trabajo, son considerados con mayor frecuencia para los talleres de artes visuales o artes plásticas, las actividades con *coffee break* son principalmente para actividades donde el público objetivo son personas adultas y el contenido de la actividad era una especialización en algún área, del tipo seminario o workshop. Los reconocimientos por participación son entregados de manera transversal a actividades desarrolladas con infancias y con personas adultas.

Finalmente, trabajadoras y trabajadores de la CCMLA coinciden en que el buen trato y cordialidad, junto con la claridad en la información, son las mejores estrategias de fidelización y recurso más disponible en la inmediatez.

“La oralidad a la gente siempre le queda, en mi caso, siempre doy mi correo y tengo disposición para conversar, eso es clave para nosotros en la Corporación, sobre todo los que estamos en vitrina y recibimos a la gente, es muy importante para generar que vuelvan. Si yo no tengo la información, derivo, porque es clave que la información sea bien entregada” (C. Parada, entrevista personal, 01 de diciembre de 2022)

Para concluir el segmento de comunicaciones y su relación con los públicos, se desprende del análisis que las tanto los medios como las estrategias de comunicación que se utilizan son, si bien accesibles para las personas, en general no están diseñadas de manera precisa y específica hacia el público que están destinadas, es decir, como los públicos no están claramente segmentados, los medios que están utilizando pueden no siempre ser los más apropiados. La falta de recursos económicos es considerada un factor determinante para poder mejorar en este aspecto. Hay importantes oportunidades para toma de datos y mejora de sistemas de fidelización que se están pasando por alto, por ejemplo, toma de datos en eventos masivos. Si bien la CCMLA cuenta con una buena participación en la mayoría de sus actividades, se identifica que la calidad de estrategias blandas para comunicarse con las personas que ya tienen un cierto nivel de involucramiento con las actividades propuestas por la CCMLA, es lo más débil.

4.2.2.4 Caracterización de los públicos

Los grupos etarios de las personas que asisten a las actividades de la CCMLA, son variados. Trabajadoras y trabajadores indican que tanto niñas y niños, como jóvenes,

personas adultas y personas mayores asisten en igual proporción, sin embargo, señalan que por muy poco lo que se observa más, son personas mayores. Lo anterior podría explicarse por la composición demográfica de la ciudad, en la que cada vez son más las personas mayores. En cuanto a las familias, se observan muy pocas, escasamente cuando hay actividades de teatro infantil y cuando van a dejar a las niñas al ballet. Respecto del nivel educacional, señalan que en general no hay un nivel de estudios muy alto en la comunidad que asiste a la CCMLA, sin embargo, poseen conductas que denotan un cierto dominio de temas atinentes al contexto. Por ejemplo, caminan observando las exposiciones sin tocarlas, las estudiantes de la escuela de ballet caminan hacia su camarín observando el resto de actividades de las salas que están en el camino, pero sin interrumpir y en silencio, etc. Por otro lado, también se les caracteriza de poco cuidadosas (os), ya que el uso de los baños, la presencia de basura, y condiciones en las que quedan los espacios después de las actividades son medianamente aceptables²⁷.

Respecto de la participación, trabajadoras y trabajadores identifican al “público habitual” que son personas que, según señalan “se lo pasan acá”, también identifican al “público flotante”, que serían las personas que van caminando por fuera y preguntan qué es lo que sucede en el centro cultural, el “público potencial”, según palabras de las y los informantes son aquellas personas que asisten al centro cultural por alguna actividad ajena a la organización de la CCMLA, por ejemplo, una licenciatura de un kínder en el auditorio. También, identifican a un “público frecuente”, refiriéndose a las personas que han asistido a diferentes actividades de la CCMLA. Finalmente, describen que también está el “público constante”, las personas que asisten a una actividad y permanecen durante el tiempo de ejecución.

Como se explicó en el subcapítulo 3.5 del Marco conceptual las personas se ubican en determinados segmentos, dependiendo de la frecuencia e intensidad de su participación cultural. Al realizar una profundización respecto a estos conceptos, como se evidenció anteriormente, entre la fuerza laboral de la CCMLA no hay lineamientos claros ni aunados respecto del cómo nombrar a los diferentes segmentos de públicos, por lo tanto la aplicación del DEP aportará además en clarificar estos conceptos y determinar un lenguaje común dentro de la institución para referirse a sus públicos.

²⁷ Esta opinión es generalizada en el equipo de auxiliares de seguridad y limpieza, no así en el equipo administrativo, quienes coinciden en que la gente tiene buenas conductas de limpieza (En el Centro Cultural, en el Teatro, no).

El equipo de la CCMLA tiene dificultades en responder de dónde vienen sus públicos. Independiente del rango jerárquico, surge la incomodidad al hablar de sector geográfico. Está la creencia instalada de que desde todas partes de la ciudad acuden a la CCMLA y que no se puede caracterizar, dar un perfil o generar una idea de arquetipo de asistente ya que es tremendamente variado. Suponen y afirman que la CCMLA tiene públicos de todas las edades, de todos los sectores y de todos los estratos sociales.

Los definen como comunicativos, ya que usualmente hay feedback respecto de la actividad realizada y siempre que hay dudas las realizan sin problemas. Gran parte de las trabajadoras de la CCMLA mencionan que las personas no tienen clara la información y deben preguntar a dónde ir, ya que al interior del edificio no hay muchas señaléticas ni están expuestas las actividades que se realizan.

Ante la pregunta por el tipo de barrera que impide la participación la barrera física es, sin embargo, la menos mencionada. Predominan, en cambio, las barreras del tipo simbólicas y perceptuales.

La barrera física es mencionada en cuanto se refieren a las y los participantes que residen en otras comunas, ya que en su mayoría tienen la condición de ruralidad. Por ejemplo, en el caso de la escuela de ballet, durante la pandemia había una participación de varias estudiantes que vivían en otras comunas, (eran en menor porcentaje, ya que no eran el público objetivo prioritario), luego, al volver a las clases presenciales, la participación de estas estudiantes bajó considerablemente, la mayoría se retiró de la escuela. Sin embargo, para las personas que viven en Los Ángeles, la locomoción durante el día no es problema. Lo anterior es replicable a las otras instancias, como se apreció en el estudio de caso anterior, la gran mayoría reside en el sector urbano y un pequeño porcentaje, en las zonas rurales de la provincia.

En el caso de la barrera simbólica, es muy poco pesquisable aún, ya que no se han hecho estudios de los llamados “no públicos” (mencionados en el subcapítulo 3.2), sin embargo, al ser residentes de la ciudad, las personas que trabajan en la CCMLA lo manifiestan como cierto. Esto se puede comprender analizando la situación socioeconómica de la ciudad, en la cual hay alto índice de pobreza (por variable de ingresos y multidimensional). Si se considera además el nivel de escolaridad de la ciudad, que también está por debajo del promedio nacional, se puede concluir que el nivel de capital

cultural es en general bajo, debido a la estrecha relación que ello tiene con las oportunidades educativas (Bourdieu).

Para concluir el segmento de caracterización de los públicos, es interesante para esta AFE mencionar que las y los trabajadores no comparten un lenguaje común para referirse a los tipos de públicos que identifican. Tampoco comprenden bien (en la generalidad de las personas participantes del diagnóstico) qué tipo de barreras son las que realmente afectan a la comunidad de la provincia en cuanto al ejercicio de sus derechos culturales. Al no conocer a sus públicos tan bien como creen, les es más difícil identificar a las personas que no participan en absoluto del centro cultural. Se identifica un cierto sesgo en la creencia de que en el centro cultural participan prácticamente todas las personas de la comunidad y de que es “accesible” para quien lo desee. La aplicación de un estudio de públicos ciertamente vendrá a clarificar, en efecto, quienes son las personas y cuáles son los perfiles más recurrentes en las actividades de la CCMLA.

4.2.2.5 Infraestructura y relación con el espacio

En cuanto a los espacios disponibles en el Centro Cultural, trabajadoras y trabajadores sostienen mayoritariamente que hay gente que presenta interés, y en ocasiones se acercan y realizan preguntas del tipo ¿Qué hay aquí? ¿Se puede pasar? ¿Es gratis? Los espacios con los que cuenta la CCMLA son considerados como una fortaleza. A pesar de lo anterior, también mencionan mayoritariamente que el centro cultural cuenta con poco flujo y tránsito de personas, incluso “vacío”. Solo cuando hay eventos en el auditorio, hay más participación.²⁸ Las opiniones son divididas en cuanto a quien las emite, la percepción de centro cultural siempre lleno pertenece al personal administrativo; por otro lado, las personas que se desarrollan en el área de seguridad y aseo y que están circulando por el centro cultural gran parte del día son las que opinan que podría llenarse más.

²⁸ La gran mayoría de los eventos que se realizan en el auditorio no son gestionados por la CCMLA, solo corresponden a uso de espacio por parte de organizaciones externas.

Respecto al uso de esos espacios, se identifican muchos que nada tienen que ver con el desarrollo de las actividades propuestas desde la institución, como lo son: fumar un cigarro en el patio, pasar a hacer uso de los servicios higiénicos, pololear, hacer hora (este último sí es considerado como una actividad de carácter artístico - cultural, ya que las personas pasean observando las exposiciones). Surgen espontáneamente variadas propuestas que potenciarían el uso del espacio según las y los trabajadores: utilizar más el patio, instalar una cafetería, instalar basureros y llenar más el auditorio con actividades propias. En general, la fuerza laboral de la CCMLA percibe que las personas que asisten se van con una buena experiencia del centro cultural.

El tema del uso del auditorio genera bastante conversación y opinión innata por parte de las y los participantes. Por parte del personal de aseo, mencionan con frecuencia que cuando hay “evento” es cuando más trabajo hay, ya que generalmente las actividades finalizan con un cóctel que, a pesar de que hay un servicio de catering siempre considerado y que se encarga de desmontar, el espacio *“nunca queda tal como fue encontrado”* (P.J., entrevista personal, 02 de diciembre de 2022). Por parte de docentes de las escuelas de formación se recogen las reflexiones *“aunque estas personas no vengan por actividades de la CCMLA, igual pueden observar que aquí pasan cosas y aprovechar de conocer”* (E. Torres, entrevista personal, 10 de diciembre de 2022). En tanto del área técnica, refiriéndose a las labores de un día común, sostienen que acuden en apoyo técnico a las actividades externas que suceden en el auditorio con bastante frecuencia, mencionan: *“el soporte que tenemos que dar al auditorio nos toma harto tiempo”* (C. Contreras, entrevista personal, 15 de diciembre de 2022) Finalmente, desde el área de comunicaciones sostienen que *“esas instancias son excelentes para la visibilidad, ahí la gente se entera de otras actividades de las cuales podrían participar”* (C. del Canto, entrevista personal, 01 de diciembre de 2022).

A modo de caracterizar físicamente a la infraestructura, entre los participantes surgen los calificativos de: “buena, robusta, blanca, edificio imponente y espacio abierto”²⁹. Junto con ello, consideran que la ubicación del centro cultural es tanto una oportunidad como una amenaza. Las justificaciones en torno a la “oportunidad” de la ubicación son porque el centro cultural está ubicado al centro de la ciudad, lo cual elimina la barrera física de

²⁹ Participantes FODA

cercanía, ya que hay locomoción hacia todos los puntos de Los Ángeles. Las justificaciones respecto a la “amenaza” son porque comparte ubicación geográfica con espacios de consumo masivo, como por ejemplo el centro comercial y otros espacios de esparcimiento (plaza, cine, etc.)

Finalmente, para concluir el segmento de infraestructura y uso del espacio, la fuerza laboral de la CCMLA considera que es atractiva para todas las personas y que la experiencia es buena. En general la opinión está dividida acerca del uso que se le brinda a la espacialidad, según área de desempeño de las y los participantes en este diagnóstico, hay visiones muy diferentes acerca de la eficiencia en el uso de los espacios. La ubicación del centro cultural es tema de disyuntiva, ya que es considerado tanto oportunidad como amenaza. Lo anterior implica muchos elementos respecto de los públicos, pues el lugar en el que serán recibidas y recibidos es fundamental.

4.2.3 Conclusiones finales del diagnóstico

Sobre los temas principales propuestos en esta AFE para realizar el diagnóstico en cuanto a los públicos, a continuación, se detallará el grado de conocimiento que dicen tener acerca de ellos las y los trabajadores de la CCMLA.

Tabla 6: Conocimientos del equipo de la CCMLA sobre sus públicos

Variable	Nivel de conocimiento por parte de equipo CCMLA
Sectores en que residen	El equipo está al tanto de los territorios de los que provienen los públicos.
Edades	El equipo sabe cuál es el rango etario que más participa.

Género	No concuerda lo diagnosticado con lo descrito por las y los trabajadores.
Nivel de estudio	El equipo no sabe el nivel de escolaridad que tienen sus públicos.
Área de estudio	El equipo no sabe el área de estudio de sus participantes. No se ha profundizado en conocerles.
Ocupación	Se tiene la información en la base de datos de inscripciones, pero no se ha sistematizado, por lo tanto, no lo saben.
Medios de información que son más eficientes	No concuerda lo expresado por el equipo y la realidad del medio de comunicación que más utilizan.
Preferencia disciplina artística	No se tiene claridad de lo que prefieren los públicos en cuanto a las artes, se confunden, no pueden predecir certeramente el nivel de asistencia por disciplina.
Preferencia disciplina cultural	Al ser los temas identitarios difíciles de trabajar para el equipo, no lo saben en qué prefiere la participar ciudadanía en lo que a expresiones culturales se refiere.
Motivo de participación	No conocen en profundidad, no contestan con seguridad.
Segmentos en base al nivel de fidelización	El equipo dice tenerlos claros, pero eso no se condice con lo diagnosticado. No hay información sistematizada ni bases de datos de contacto organizadas.
Discapacidad	El equipo conoce en nivel de participación de personas con discapacidad.

Espacio preferido de la CCMLA	El equipo no se ha cuestionado sobre ello en el caso de las actividades propuestas por ellas y ellos. En el caso de las solicitudes externas, si lo tienen claro.
Calidad de la experiencia	El equipo tiene claridad acerca de las percepciones de los públicos sobre la experiencia.
Tiempo de planificación	El equipo de la CCMLA escasamente conoce con cuanto tiempo las personas se preparan o deciden ir al Centro Cultural.
Percepción sobre infraestructura	El equipo tiene mucha claridad sobre lo que opinan los públicos acerca del espacio.
Percepción sobre valor monetario de las actividades	El equipo tiene claridad sobre lo que la gente opina respecto del valor de las actividades propuestas.
Nivel de fidelización	El equipo no tiene claro cuántas ni quienes son las personas que se encuentran en los diferentes segmentos de fidelización.
Principales perfiles de asistencia	El equipo define muy ampliamente el tipo de perfil asociado a las actividades, no logran generar un arquetipo específico de asistente.
No públicos	El equipo de la CCMLA no consigue detallar cual es el perfil de las personas que no asisten.

Fuente: Elaboración propia a partir del diagnóstico realizado

La tabla resumen anterior Tabla 6: Conocimientos del equipo de la CCMLA sobre sus públicos, presenta información muy valiosa, pues a partir de lo diagnosticado en este capítulo, decantarán las preguntas y los instrumentos más apropiados para realizar el diseño de estudios de públicos, segundo objetivo de esta AFE. A modo general, la conclusión principal de este diagnóstico es que la fuerza laboral de la CCMLA conoce generalidades acerca de las personas que asisten, sin embargo, no conocen los detalles ni las particularidades de las personas que asisten a la CCMLA. Ciertamente, de tener dominio sobre aquellos detalles, conllevaría un alto impacto en las formas en la que se desarrolla la CCMLA en las diversas áreas analizadas, tales como comunicaciones, uso del espacio, programación, formas de fidelización, etc.

Finalmente, se dan a conocer informaciones acerca de los públicos que aparecieron en la investigación, que, a pesar de no ser esperadas ni consideradas inicialmente, si presentan gran utilidad para la construcción del diseño de estudio de públicos de la CCMLA.

- Muchas de las personas conocen las actividades de su interés de la CCMLA luego de asistir eventos en el auditorio (externos a la CCMLA).
- En general, las personas que asisten con regularidad a actividades formativas anuales, participan de más actividades de la CCMLA.
- La percepción respecto de la ocupación del espacio difiere mucho entre el personal administrativo de la CCMLA y el personal que trabaja directamente implicado en las actividades (principalmente docentes), hay puntos de vista muy diferentes en variados temas.
- La agenda no contempla la totalidad de las actividades realizadas.
- No existe un sistema informático que aloje bases de datos sistematizadas.
- Las actividades en formato online no tienen presencia en la fecha de realización de esta AFE.
- La alta deserción es un problema principal.

Las conclusiones que surgieron de la investigación, a pesar de no ser motivo de indagación, dan cuenta de cómo estos elementos se replican en las diferentes instancias artístico – culturales de la región del Biobío. La consulta ciudadana de públicos y su contexto territorial en la región del Biobío da cuenta de muchos de estos elementos, por ejemplo: el problema de la deserción y la deficiente vinculación con entidades externas.

En cuanto a la realidad país, en el Estudio de espacios culturales de Chile y sus públicos, (también desarrollado en el capítulo Antecedentes de esta AFE) el tema de los sistemas informáticos inexistentes es transversal en la mayoría de los casos, la deficiencia organizativa en cuanto a administración de infraestructura y actividades se replica de igual manera.

CAPÍTULO 5. PROPUESTA DE DISEÑO DE ESTUDIO DE PÚBLICOS

A continuación, se propone el diseño y método de aplicación de 5 instrumentos a utilizar en la aplicación un estudio de públicos que tiene por finalidad dar respuesta e información que permita generar acciones que den solución a dos principales objetivos, los cuales fueron identificados mediante la aplicación del diagnóstico del capítulo anterior:

1. Disminuir la tasa de deserción
2. Aumentar el conocimiento de los públicos por parte del personal de la CCMLA.

Según lo diagnosticado, se propone optar por estrategias que permitan tomar datos, impresiones y en definitiva acercarse a los públicos en el gran espectro de actividades que surgen desde la CCMLA: eventos masivos, talleres de formación, actividades para infancias y todas aquellas que cuentan con inscripción previa.

El período de aplicación y personas a cargo del análisis será decisión del equipo de trabajo de la CCMLA, sin embargo, idealmente sea un ente externo a la organización para evitar consideraciones subjetivas y desapego emocional (considerando el contexto laboral).

Como se pudo evidenciar en las distintas partes de la realización del diagnóstico que fundamenta la presentación de los siguientes instrumentos en un DEP, la escasez de recursos económicos es lo que se presenta como mayor limitante en cuanto a llevar a cabo acciones de acercamiento con los públicos, por ello es que se ha pensado en una aplicación de herramientas que requieran el mínimo de costo económico posible, como Formularios de Google, encuestas que podrían ser realizadas por los mismos trabajadores y trabajadoras de la CCMLA (previa inducción y capacitación por parte de personas expertas en el tema), y un buzón que se puede elaborar de manera práctica con cajas, etc. Sin duda que para el análisis de datos y propuestas de estrategia que arroje el análisis se debe contar con profesionales que comprendan acerca de trabajo con públicos

y cuenten con las herramientas formativas apropiadas para llevar a cabo con responsabilidad el encargo, sin embargo, el resto de las iniciativas requieren de muy poco recurso en cuanto a lo económico se refiere. Por otro lado, el contar con el personal de la CCMLA para desarrollar las acciones que impliquen interacción con los públicos en la toma de datos, aumenta el sentido de unión en el equipo de trabajo, potenciando la implicación de todo el equipo de trabajo frente a un objetivo común, reforzando la idea de que además del recurso económico, el recurso humano y unidad potencian de manera poderosa el trabajo con comunidades culturales.

La aplicación de este DEP comprende 5 etapas:

- 1) Preparación: En esta etapa se deberá llevar a cabo una presentación de las acciones a realizar a todo el equipo de trabajo de la CCMLA (aunque no tengan rol activo en la aplicación del DEP), esto para que todas y todos colaboren de manera informada en el logro de este estudio. También se realizarán las inducciones necesarias a las personas que en la práctica estén tomando datos y en contacto con los públicos. Además, se imprimirán, conseguirán y crearán los materiales físicos necesarios, se determinarán los tiempos exactos de cada acción y se establecerán los roles de las personas que trabajarán. Esta etapa tiene una duración de 1 semana.
- 2) Aplicación: en esta etapa se realizará la toma de datos y aplicación de los instrumentos que requieren interacción con facilitadoras (es). Esta etapa tiene una duración de 2 semanas.
- 3) Sistematización: en esta etapa se ordenará toda la información recogida, agrupándola y clasificándola según los criterios previamente definidos. Esta etapa tiene 2 semanas de duración.
- 4) Análisis: en esta etapa se realizará un estudio en profundidad por parte de las personas expertas, basándose en la información previamente sistematizada, para obtener datos y resultados claros que se incluirán en el informe final. Esta etapa tiene 2 semanas de duración.
- 5) Informe: en esta etapa, las personas expertas realizarán un documento que exhiba las principales conclusiones, hallazgos y recomendaciones. El informe debe contener las sugerencias claves para comenzar un trabajo de desarrollo de públicos, proponiendo acciones precisas para cada segmento de públicos identificado. Esta etapa además incluye una presentación final de resultados a

todo el equipo de la CCMLA, indistintamente la jerarquía o área de trabajo, esto para que el posterior trabajo con públicos sea nutritivo y eficiente.

Se propone desarrollar todas las etapas del estudio de públicos en un tiempo de 8 semanas, según la siguiente carta Gantt³⁰:

Tabla 7: Carta Gantt etapas estudio de públicos

Etapa	Sem 1	Sem 2	Sem 3	Sem 4	Sem 5	Sem 6	Sem 7	Sem 8
Preparación	X							
Aplicación		X	X					
Sistematización				X	X			
Análisis						X	X	
Informe								X

Fuente: Elaboración propia

El siguiente cuadro resumen, expone en síntesis los requerimientos que será necesario cubrir para la aplicación del DEP en la CCMLA:

Tabla 8: Resumen requerimientos para aplicación DEP

Recurso	Cantidad/duración
Humanos	<ul style="list-style-type: none"> • 1 Persona experta • 5 Personas para toma de datos y apoyo en llenado de formularios • Toda la fuerza laboral de la CCMLA
Económicos	<ul style="list-style-type: none"> • Honorarios: persona experta por el tiempo que dure la aplicación del estudio, es decir, 2 meses • Operacionales: Impresión de pendones, carteles con instrucciones, buzones y fichas, credenciales para facilitadores, sistema informático de análisis de información (cualitativa y cuantitativa)
Insumos que ya tiene la CCMLA	<ul style="list-style-type: none"> • Teléfonos con internet • Tablet • Sala de reuniones • Sector del Hall • Material de oficina (hojas, lápices, pinturas, etc.)

Fuente: Elaboración propia

³⁰ Ciertamente, modificable.

5.1 INSTRUMENTO EVENTO MASIVO 1

Una de las principales informaciones que surgió en la aplicación del diagnóstico, es que en la actualidad en la CCMLA no se cuenta con datos de contacto ni registro de participantes a las actividades de carácter masivo. Eventos en el teatro, patio del Centro Cultural o plaza de armas no cuentan con registro de asistencia, por lo tanto, se pierde una oportunidad de captar a posible público para otras actividades. En virtud de ello se propone realizar una captación de datos de contacto al inicio de estas actividades, para posteriormente sistematizar dicha información y generar bases de datos segmentadas según actividad de interés y nivel de fidelización.

Debido a que no se cuenta con información de ningún tipo de las personas que asisten a eventos masivos, se propone este instrumento mediante el cual se obtendrán principalmente datos de contacto y consentimiento para uso de información de contacto, se conocerán los sectores de residencia de las personas participantes y el medio sobre el cual se enteran los públicos de las actividades de la CCMLA.

Tabla 9: Instrumento Masivo 1

Presentación	
Instrumento	Encuesta
Contexto de aplicación	Eventos masivos en: <ul style="list-style-type: none"> – Teatro Municipal – Patio o plaza del Centro Cultural – Plaza de armas de Los Ángeles
Objetivos de aplicación	<ul style="list-style-type: none"> – Asociar datos de contacto a actividad de interés. – Cotejar la disposición de participación ciudadana. – Promover participación en formulario Google (siguiente instrumento)
Consideraciones de aplicación	<p>La encuesta deberá ser aplicada por staff de encuestadores (trabajadores de la CCMLA), previo a la actividad.</p> <p>Deseable que las respuestas sean al menos de un 20% respecto del total de asistentes (finalidad de representatividad).</p> <p>Se sugiere utilizar un dispositivo electrónico como Tablet por parte de las y los</p>

	<p>encuestadores para acortar los tiempos de realización³¹, en caso de no contar con ese insumo, puede ser de forma manual o en celulares.</p> <p>Las respuestas deben ser escritas o digitadas por el encuestador.</p> <p>El encuestador debe tener un código QR físico y capacidad para facilitar la lectura al finalizar esta encuesta.</p> <p>Se surge contar con un mínimo de 5 personas aplicando este instrumento. Estos 5 encuestadores podrán sumarse como apoyo en sala, patio o plaza según corresponda, para la aplicación del siguiente instrumento.</p> <p>Este instrumento se aplicará durante las dos semanas escogidas por la administración de la CCMLA a todas las actividades masivas que se realicen en ese período de tiempo.</p> <p>El tiempo de respuesta es aproximadamente de 1 minuto y 45 segundos.</p>
Introducción	
Comentar de manera sintética que estas preguntas tienen la finalidad de conocerles mejor, ampliar la cobertura de las actividades de la CCMLA en la ciudad y poder brindar un mejor servicio artístico - cultural a la comunidad.	
Preguntas	
Nombre	
Edad	
Sector de residencia	
Teléfono de contacto	
Mail	
Cómo se enteró de esta actividad	
Planea quedarse hasta el final	Si ___ No___
Es primera vez que asiste a un evento en este espacio (Teatro, patio o plaza)	Si ___ No___
Nota de la encuestadora (or) ¿La persona se mostraba con interés de contestar?	Si ___ No___
¿Estás de acuerdo con que nos comuniquemos contigo a través de los medios de contacto proporcionados para enviarte información acerca de nuestras actividades y programación?	Si ___ No___
Despedida	
Invitar a escanear el código QR donde podrá ayudarnos a profundizar en el tipo de	

³¹ No es indispensable contar con Tablet. Se considerará solo en la medida que no constituya una inversión.

actividades de interés. Ser enfático en decir que el tiempo de respuesta es menor a 5 minutos y que es factible contestar durante el tiempo de espera a la función o posterior a ella.

Fuente: Elaboración propia

5.2 INSTRUMENTO EVENTO MASIVO 2

En la observación de las actividades de la CCMLA y las conversaciones con las y los trabajadores, emerge una información que valida y posibilita la realización de esta encuesta vía Google Forms y que el tiempo de realización sea de manera previa al evento: 1) Las personas en general llegan con anticipación a las actividades masivas y 2) Las actividades generalmente no son puntuales en el horario de inicio. Por ello, y en virtud de obtener el mayor número de respuestas posibles, es que se realizará una guía asistida para completar este formulario, mediante los teléfonos móviles de las y los asistentes, en el período de tiempo previo al evento que convoca.

La aplicación de este instrumento permitirá obtener importante información que en la actualidad se desconoce con certeza, por ejemplo: edad, nivel educacional, sector de residencia, preferencias de espectáculos, medios de transporte, participación en otras actividades culturales, entre otros. En conocimiento de estos datos, se podrá generar la caracterización de los públicos de a CCMLA para finalmente contar con perfiles claros de asistencia y arquetipos.

Tabla 10: Instrumento evento masivo 2

Presentación	
Instrumento	Formulario ³²
Contexto de aplicación	Eventos masivos en <ul style="list-style-type: none"> – Teatro Municipal – Patio o plaza del Centro Cultural – Plaza de armas de Los Ángeles
Objetivos de aplicación	<ul style="list-style-type: none"> – Caracterización de públicos – Conocer preferencias de consumo/participación cultural

³² Ver Anexo N°8 Preguntas formulario de caracterización

Consideraciones de aplicación	<p>Deseable que las respuestas obtenidas sean de al menos un 20% de las personas asistentes (finalidad de representatividad)</p> <p>El código QR debe tenerlo disponible de manera física la o el encuestador. De igual manera debe estar disponible en la parte posterior de los asientos (teatro) y completamente visible (en pendones o similar) en el caso de ser actividades en el patio del centro cultural o plaza de armas.</p> <p>Se sugiere al menos contar con 5 personas que estén apoyando el proceso y respondiendo dudas o prestando asistencia a las y los asistentes.</p> <p>El tiempo de respuesta para esta encuesta es aproximadamente de 5 minutos.</p> <p>Se recomienda no limitar las respuestas a menores de edad, pues ellas y ellos son (según lo observado) uno de los grupos etarios que más frecuentan el centro cultural.</p>
-------------------------------	---

Fuente: Elaboración propia

En el Anexo N°8 y en el siguiente link, se puede tener acceso completo al formulario creado para este instrumento.

<https://forms.gle/N97ZjsU5wSvzFBZi6>

Fig. 21: Formulario de caracterización e intereses artístico - culturales



Formulario de caracterización e intereses artístico - culturales

Hola

En el siguiente formulario encontrarás preguntas que nos ayudarán a conocerte mejor y generar actividades cada vez más interesantes y de tu agrado.

Gracias por contestar

Fuente: elaboración propia en Google Forms

5.3 INSTRUMENTO INSCRIPCIONES GENERALIZADO

Según lo diagnosticado, la gran mayoría de las actividades cuentan con un formulario de inscripción. En la actualidad el formulario entrega información, pero no se utiliza la oportunidad para profundizar en aspectos claves. Junto con ello se incorpora la pregunta primordial para comenzar a realizar las posteriores entregas de información de manera segmentada y dirigida; el otorgamiento de permiso de uso de datos con tal finalidad (difusión).

Tabla 11: Instrumento inscripciones generalizadas

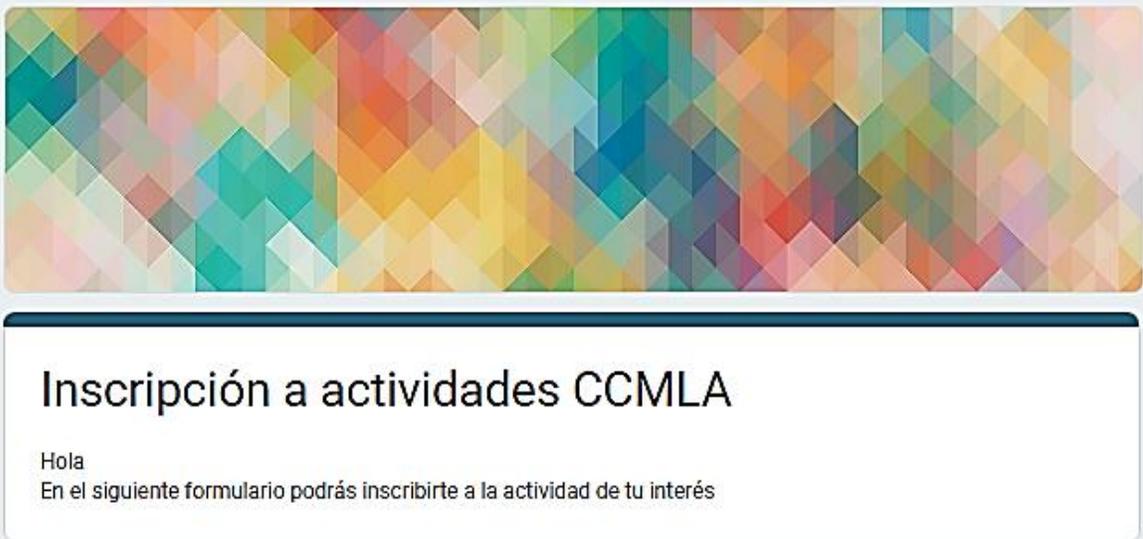
Presentación	
Instrumento	Formulario
Contexto de aplicación	– Todas las actividades que impliquen inscripción
Objetivos de aplicación	– Obtener datos de contacto – Obtener permiso de uso de datos de contacto – Conocer preferencias de consumo/participación cultural
Consideraciones de aplicación	Información mínima a recoger en cada instancia de inscripción a las actividades de la CCMLA. Tiempo de respuesta es inferior a 1,5 minuto.

Fuente: Elaboración Propia

En el Anexo N° 9 y en el siguiente link, se puede tener acceso completo al formulario creado para este instrumento.

<https://forms.gle/VQB2nZk2nADXXJ7p8>

Fig. 22: Formulario de inscripción a actividades CCMLA



Inscripción a actividades CCMLA

Hola
En el siguiente formulario podrás inscribirte a la actividad de tu interés

Fuente: Elaboración propia en Google Forms

5.4 INSTRUMENTO NIÑAS Y NIÑOS

Uno de los públicos más “constante” según lo definido por trabajadoras y trabajadores de la CCMLA son las niñas y niños que participan de las actividades formativas, es por ello y considerándoles por supuesto como sujetos de derecho, que niñas y niños serán involucradas (os) en este DEP para conocer sus preferencias, libre de intervención de personas adultas que puedan influir con sus apreciaciones en la aplicación de otros instrumentos, como podría serlo por ejemplo, la aplicación de una encuesta. La propuesta de buzones es bastante simple, sin embargo, pretende ser altamente representativa de los intereses de las niñas y los niños que frecuentan el centro cultural.

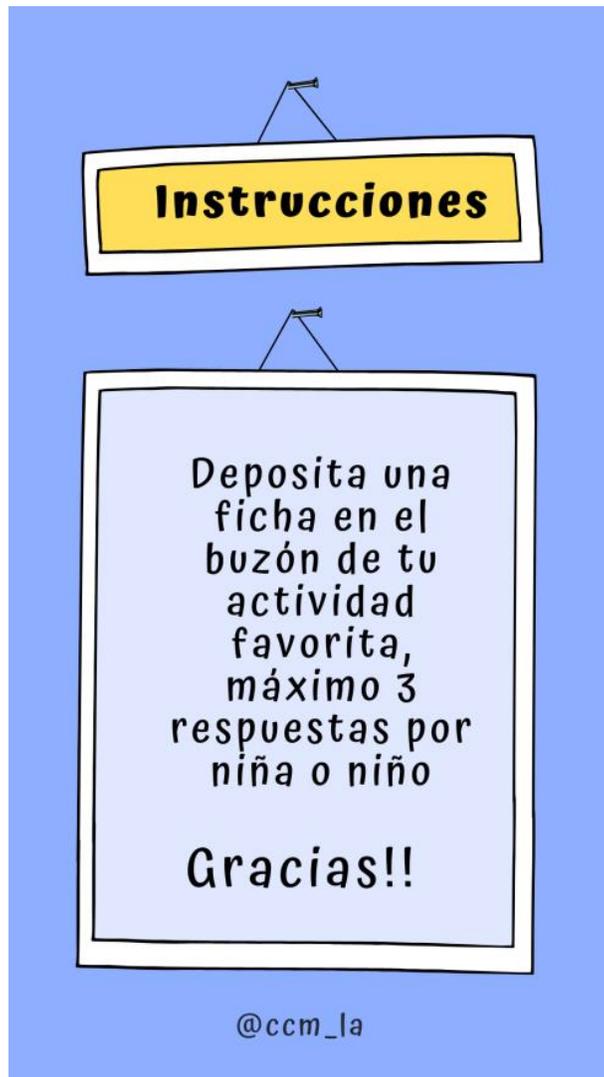
Tabla 12: Instrumento niñas y niños

Presentación	
Instrumento	Buzón de preferencias
Contexto de aplicación	– Hall del centro cultural
Objetivos de aplicación	– Conocer las actividades de preferencia de niñas y niños
Consideraciones de aplicación	<p>En el hall del centro cultural deben estar disponibles 300 fichas de colores y 5 buzones identificados claramente con una imagen y un texto que indique la disciplina.</p> <p>Junto a ello debe haber un cartel con indicaciones muy simple que indique lo siguiente: “Deposita una ficha en el buzón de tu actividad favorita, máximo 3 respuestas por niña o niño”.</p> <p>El buzón estará disponible hasta que se completen las 300 fichas.</p> <p>Es ideal que ninguna niña o niño tenga presión por contestar algo determinado, o inclusive contestar.</p> <p>Junto a los buzones y la sencilla indicación, se sugiere ubicar un texto de “ética de la aplicación del instrumento” en el que se solicite a cuidadores a supervisar que solo conteste una vez cada niña o niño y que cada opinión esté libre de influencias de personas adultas, ello con la finalidad de que las conclusiones sean lo más cercanas a la realidad posible.</p> <p>Esta actividad requiere de una persona que modere y guíe la actividad, puede ser funcionaria(o) de la CCMLA, solicitando sobre todo a adultas y adultos que no interfieran en las elecciones de las niñas.</p>

	La actividad se llevará a cabo al finalizar las jornadas de talleres con menores a 15 años. La edad ideal para contestar en este formato es hasta los 15 años.
--	--

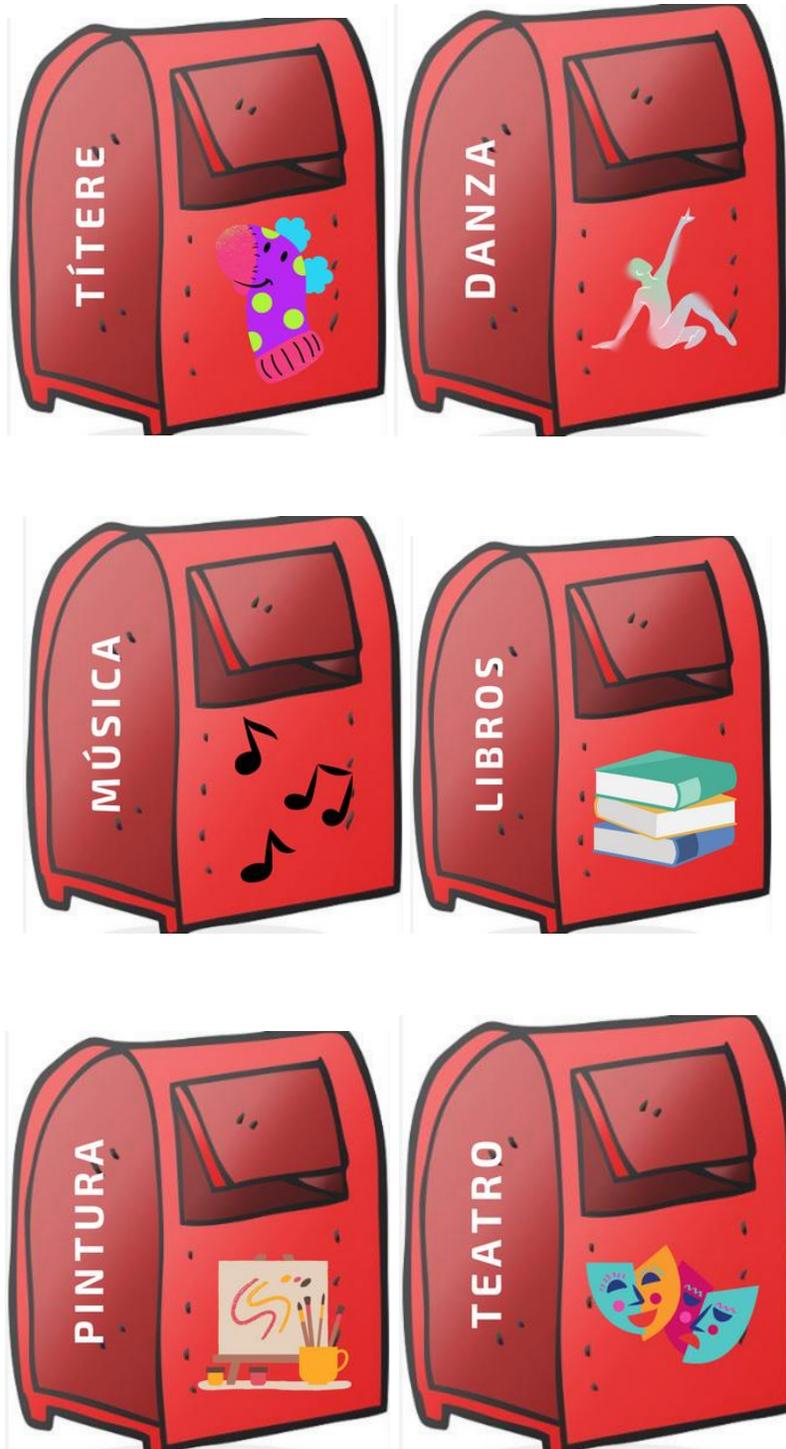
Fuente: Elaboración propia

Fig. 23: Propuesta cartel de indicaciones



Fuente: elaboración propia

Fig. 24: Propuesta diseño buzones



Fuente: elaboración propia

5.5 INSTRUMENTO INSTANCIA TALLERES 1

Las actividades del tipo talleres son aquellas que son realizadas en variadas sesiones, sin embargo, no alcanzan a ser un programa de formación anual o semestral. Este tipo de actividades, según lo diagnosticado, son las que más abundan en la programación de la CCMLA, es por ello que contar en este diseño de estudio de públicos con herramientas que acerquen a conocer la experiencia de las personas que culminan estos procesos formativos se transforma en una oportunidad para conocer y extrapolar elementos de fidelización en el área.

Se propone invitar a las y los participantes de los talleres a completar un formulario vía Google Forms de evaluación de la actividad. Esta iniciativa, debe llevarse a cabo el día de la actividad de cierre del taller, moderada por la persona experta que desarrolle el estudio o en su defecto por personal de la CCMLA en conjunto con la/el docente del taller (previa inducción).

Tabla 13: Instrumento instancia talleres 1

Presentación	
Instrumento	Formulario evaluación talleres
Contexto de aplicación	– Al finalizar un taller formativo, independiente de la edad de las y los participantes
Objetivos de aplicación	– Conocer experiencia de participación – Determinar elementos que promueven la fidelización – Recoger sugerencias para futuras versiones
Consideraciones de aplicación	Debe aplicarse sin excepción a todos los talleres que culminen durante el tiempo de ejecución del estudio de públicos. En caso de que no haya talleres que culminen en este período, aplicar de igual manera. El link del formulario será facilitado a través de los mails de los participantes. ³³ Si el taller que culmina tiene un público infantil, se puede solicitar apoyo de las personas cuidadoras para generar las respuestas. La persona que modera la actividad, debe cerciorarse de que las opiniones sean

³³ Todos los talleres requieren inscripción previa, por ello, la CCMLA al momento del cierre, ya cuenta con esa información.

	<p>representativas de las y los niños, no de quien contesta en su lugar.</p> <p>En el caso de talleres desarrollados con niñas y niños que no cuenten con acceso a un teléfono móvil particular, las personas encargadas pueden facilitar equipos de la CCMLA.</p> <p>Tiempo de respuesta es inferior a 5 minutos.</p>
--	--

Fuente: Elaboración propia

En el Anexo N° 10 y en el siguiente link, se puede tener acceso completo al formulario creado para este instrumento.

<https://forms.gle/f3yBgbmbRkLrX1Di7>

Fig. 25 Formulario de evaluación talleres



Fuente: Elaboración propia

5.6 INSTRUMENTO INSTANCIA TALLERES 2

Como las actividades del tipo talleres son las que más se desarrollan en el centro cultural, a modo de profundizar aún más en la experiencia de los públicos, se propone realizar una entrevista estructurada a dos personas seleccionadas por la/el docente de cada taller, estas personas compartirán elementos claves, que permitirán generar resultados que indiquen cuales son los elementos que favorecen la fidelización, entonces, a través de este instrumento principalmente se extraerá información que permita generar estrategias de desarrollo de públicos favoreciendo la fidelización de los mismos.

Esta entrevista debe ser realizada por una persona experta, no por personal de la CCMLA.

Tabla 14: Instrumento instancia talleres 2

Presentación	
Instrumento	Entrevista cerrada
Contexto de aplicación	Sala de reuniones CCMLA
Objetivos de aplicación	<ul style="list-style-type: none"> – Evaluar experiencia y recibir sugerencias – Determinar qué elementos generan fidelización en los públicos de la CCMLA.
Consideraciones de aplicación	<p>Se realizará una entrevista a representantes de todas las actividades formativas realizadas durante el tiempo que dure el estudio (2 meses).</p> <p>Las personas participantes serán 2 por cada taller desarrollado y serán seleccionadas para esta instancia por la/el docente a cargo (de cada taller), quien considerará los criterios: Asistencia sobre el 80%, ser de diferente género e idealmente de diferente área de trabajo o institución escolar.</p> <p>La persona que entrevista debe ser experta en públicos y tener habilidades para captar información no verbal.</p> <p>Se recomienda grabar la sesión en dispositivo audiovisual, para poder ser estudiado con detalle en el proceso de análisis.</p> <p>La duración de la actividad no debe ser superior a 20 min.</p>
Introducción	
Comentar de manera sintética que estas preguntas tienen la finalidad de evaluar su experiencia en la actividad en la que participaron y recibir sus sugerencias para mejorar en las formas y contenidos para la comunidad. Solicitar permiso de grabación y consentimiento informado.	

Preguntas	
Nombre	
Edad	
Taller al que representa, una pequeña descripción	
¿Te gustó? ¿Por qué? ¿Qué fue lo que más y lo que menos te gustó?	
¿Mejorarías algo del proceso de convocatoria? ¿Qué?	
¿Crees que deberíamos hacer una segunda versión? ¿Por qué?	
¿Modificarías algún elemento en alguna siguiente oportunidad? ¿Qué?	
¿Invitarías a alguien a esta actividad para una próxima versión? ¿A quién?	
Comentarios finales o sugerencias:	
Contestar por moderadora o moderador: ¿La participación de las personas asistentes era activa?	Sí____ No____
Notas de observación del moderador/a	
Despedida	
Agradecer por la disposición y valorar mucho sus respuestas, dar certeza de que la información será utilizada en mejorar las futuras experiencias en el Centro Cultural y avanzar en temas de fidelización de sus públicos.	

Fuente: Elaboración propia

CONCLUSIONES

La realización de esta AFE se llevó a cabo durante los meses de octubre de 2022 y febrero de 2023. Durante aquel tiempo de trabajo se identificaron y planificaron las acciones necesarias para llevar a cabo esta investigación. Se consideraron tres grandes núcleos de trabajo:

1. Definir lineamientos y objeto de estudio: En esta etapa se consideró la realización de los capítulos I Problematización, II Antecedentes y III Marco Conceptual.
2. Realización de diagnóstico: Realización de capítulo IV Diagnóstico.
3. Creación del contenido: Se contempló la realización del capítulo V Propuesta de Diseño de Estudio de Públicos, junto con Introducción, conclusiones, anexos y formato.

Es preciso plasmar en esta conclusión que la planificación, si bien fue útil como marco de referencia y esquema general de trabajo, en ningún caso fue posible respetarla pues el tipo de investigación que se presentó requirió un trabajo que pocas veces pudo ser lineal, es decir, en múltiples ocasiones fue necesario revisar y volver sobre elementos anteriores, por ejemplo al marco teórico, inclusive al capítulo I (Problematización), modificando elementos como planteamiento del problema, justificación e incluso objetivos.

Conforme avanzó el desarrollo de esta investigación fueron apareciendo aspectos relevantes imposibles de no considerar en esta sección:

El primero, tiene que ver con la grata sorpresa y satisfacción al constatar mediante la profundización en los modos de administración de la CCMLA, la completa y profunda vocación del personal en las diferentes áreas de desempeño. El equipo de la CCMLA se mostró muy dispuesto a colaborar con este trabajo, propositivos siempre y con constantes muestras de respaldo e interés por el producto que surja de esta AFE, con literales señales de dar un uso a la información que de este documento emerja. Además, es preciso reconocer que al comprender de manera detallada la forma de trabajar y de llevar a cabo el plan de gestión por parte de las áreas de Gerencia, Producción y Comunicaciones, se superaron las expectativas iniciales, evidenciando un alto nivel de calidad y profesionalismo.

En general, la CCMLA está muy bien posicionada en el ecosistema de la ciudad de Los Ángeles y la Provincia del Biobío. El respaldo con el que cuenta por parte del Municipio y

del Gobierno Regional, sumado al incansable profesionalismo e ímpetu de sus trabajadoras y trabajadores, posibilitan que la CCMLA sea un referente de espacio cultural en la región, sobre todo por contar con una fuerza laboral comprometida y competente. La programación responde al máximo que se puede desarrollar con los recursos que se cuentan los que, siempre son escasos y menores a lo deseado en función de los ideales de desarrollo, es decir, se trabaja dentro de los límites de los recursos disponibles haciendo siempre todo lo posible por maximizar el uso y obtener los mejores resultados posibles. Esto, es en esencia una fortaleza, ya que es esa capacidad de profundizar al máximo con los recursos disponibles, la que favorece que en lo concreto, el DEP presentado en esta AFE, llegue a concretarse.

Segundo, realizar un diagnóstico profundo, abarcando diferentes grados jerárquicos dentro de la fuerza laboral de la CCMLA, estudiar documentación, analizar un caso de estudio representativo y desmenuzar la agenda de trabajo de un mes, habilita a la escritora de esta AFE a plasmar en estas conclusiones algunos hallazgos dignos de ser considerados para una futura aplicación del DEP:

- a. La observación participante por parte de quien/quienes apliquen el DEP es fundamental, ya que, como se evidenció durante el desarrollo del diagnóstico que sustenta la propuesta, ese elemento es el que permite contrastar la fidelidad de los datos descubiertos en los instrumentos de aplicación cuantitativa. Para ver el panorama general de todo lo que sucede, no se puede contar con solo una fuente de información (persona o instrumento), es necesaria una batería de opciones que entreguen información desde distintos puntos de vista para ser contrastados.
- b. La elección de instrumentos y medios para pesquisar información en un estudio de públicos tales como: datos, modos de vida e intereses de las y los participantes de un espacio cultural, etc. deben estar en coherencia con los objetivos que guían la realización del estudio. Ello permitirá que la información que se recabe, sea efectivamente la que se necesita y que las acciones que surjan a partir del análisis en efecto contribuyan a la finalidad primaria del trabajo en artes y culturas por parte del espacio cultural.
- c. Es clave contar con un criterio bien formado y delimitado al momento de elegir a las y los informantes. En toda investigación, incluso en la realizada con motivo de diagnosticar el estado de conocimiento de los públicos por parte de las y los trabajadores de la CCMLA, hay fuentes de información que entregan información muy

valiosa (superando lo esperado) y fuentes de información que en realidad aportan contenido escasamente relevante o consistente. El criterio para seleccionar a las y los informantes debe ir en concordancia con lo que se desea pesquisar.

- d. Finalmente, el trabajo alineado, colaborativo y con un liderazgo clave es fundamental para el desarrollo de públicos. La intencionalidad y foco en los públicos debe estar inserta de manera transversal en todas las acciones que se lleven a cabo en el centro cultural. Cada trabajadora (or) y área deben impregnar su labor de tal motivación y enfoque, pues no puede ser un trabajo exclusivo de una persona o un área. Para que en efecto el trabajo con públicos sea nutritivo y eficiente debe desarrollarse de manera unida, clara y con una gestión útil.

Democracia cultural y derechos culturales fueron los principios bajo los que sustentó el desarrollo de esta AFE, es por ello que el marco teórico presentado transita entre el valor e importancia de la consideración de las personas participantes en hechos de carácter artístico –cultural desde esta perspectiva. Al realizar la investigación y profundizar en los modos de trabajo posibles considerando idiosincrasia, recursos y capital cultural incluso de las personas a cargo de la gestión y administración cultural se observa que al menos en el caso particular de la gestión cultural de Los Ángeles se encuentra posicionado en una reciente transición entre la lógica de la democratización de la cultura y la democracia cultural. Los modos de vivir la cultura propia y ser parte de actividades artísticas de genuino interés por parte de la ciudadanía en su totalidad, está siendo realidad de un modo muy incipiente. La lógica que aún prima con fuerza es la del acceso y la de proponer programación desde una mirada de presentar variedad y brindar opciones.

La transición hacia una profunda y completa labor desde la democracia cultural requiere cambios y modos de vivir en sociedad con los que al menos en la ciudad de Los Ángeles, aún no se cuenta. El escaso capital cultural de las personas, las múltiples barreras físicas que se enfrentan en la provincia, las limitadas opciones de formación en la materia en la región, la desconexión histórica del sector de la cultura en la toma de decisiones de otras áreas de desarrollo de la comunidad como lo son salud, educación, vivienda, etc., impiden que, de momento, el trabajo de gestión y administración cultural se pueda distanciar por completo de los paradigmas de democratización cultural.

El estudio de públicos propuesto, persigue una manera de acercar a la CCMLA hacia un trabajo desde los paradigmas de la democracia cultural, por ello es que invertir recursos, tanto humanos como económicos en este tipo de gestión es necesario para la comunidad.

Finalmente, una cavilación profunda respecto al tema de los públicos y la consideración de las personas en el ecosistema cultural recae en lo siguiente: más allá de toda la teorización, planes de desarrollo de públicos, lineamientos por parte de la institucionalidad, etc. (por supuesto necesarios), en sociedades como la nuestra, con sistemas de administración como los que conocemos, con la relevancia de las artes y en la cultura en el presupuesto nacional con la que se cuenta... la más sincera y concreta labor con las comunidades está en la mano de las y los trabajadores de las culturas y las artes en la línea de acción directa: docentes, facilitadores, talleristas. La expresión facial de la persona que corta o escanea un ticket de acceso a una función es tan poderosa que puede incluso determinar si esa persona pasa de ser un público ocasional a un público frecuente. Está en las manos de las y los docentes de talleres generar un sentido de pertenencia a sus participantes, interesarse por elementos como los modos de vida, la sensación que deja la experiencia de educación artística, el nivel de conformidad con la actividad realizada, etc. generará en los públicos una situación de consideración, de esta forma ellas y ellos, cada vez desarrollarán más consciencia sobre el importante eslabón que ocupan dentro del ecosistema cultural. En una realidad como la que experimentamos en este momento de la historia, el trabajo de uno a uno, la sensibilidad de las personas que están a cargo del desarrollo artístico y cultural puede ser la clave para que cada vez la sociedad viva con más fuerza el ejercicio de sus derechos culturales. Por ello es que contar con la disposición del capital humano y voluntades es tan importante y esencial en el camino de la democracia cultural.

BIBLIOGRAFÍA

Municipalidad de Los Ángeles. (2021). *Los Ángeles*. Recuperado el 2023, de www.losangeles.cl

Biblioteca del Congreso Nacional de Chile BCN. (2018). *BCN*. Recuperado el 2022, de <https://www.bcn.cl/>

- Cassini, S. (octubre de 2022). *Estudios para el desarrollo de dpúblicos*. Obtenido de <https://publicosyterritorios.cultura.gob.cl/estudios-para-el-desarrollo-de-publicos/>: <https://publicosyterritorios.cultura.gob.cl/estudios-para-el-desarrollo-de-publicos/>
- CCMLA. (2022). *Corporación cultural municipal de Los Ángeles*. Obtenido de <https://ccmla.cl/nosotros/>
- Coelho, T. (2009). *Diccionario crítico de política cultural: cultura e imaginario*. Jalisco: ITESO.
- Colomer Vallicrosa, J. (2014). Estrategias para el desarrollo de públicos culturales. *Manual atalaya para la gestión cultural*. Obtenido de <http://atalayagestioncultural.es/capitulo/estrategias-desarrollo-publicos-culturales>
- Colomer Villacrosa, J. (8 y 9 de junio de 2019). Desarrollo de públicos y comunidades culturales. *Seminario internacional de desarrollo de públicos*. Santiago, Chile.
- Consejo Nacional de la Cultura y las Artes. (2012). Encuesta Nacional de Participación Cultural.
- Consejo Nacional de la Cultura y las Artes. (2017). Encuesta nacional de participación cultural. Obtenido de www.cultura.gob.cl
- Consejo Nacional de la Cultura y las Artes. (2017). Política Cultural Regional Biobío 2017 - 2022. Obtenido de <https://www.cultura.gob.cl/politicas-culturales/wp-content/uploads/sites/2/2018/01/politica-biobio-2017-2022.pdf>
- Cuenca Amigo, M. (Enero de 2014). La democratización cultural como antecedente del desarrollo de audiencias culturales. *Quaderns d'animació i Educació Social. Revista semestral para animadores y educadores sociales*. Obtenido de http://quadernsanimacio.net/ANTERIORES/diecinueve/index_htm_files/democratizacion.pdf
- Friburgo, D. d. (2007). Los derechos culturales. Obtenido de https://culturalrights.net/descargas/drets_culturals239.pdf
- Gutiérrez, A. (11 de noviembre de 2021). "Democracia cultural" y "plurinacionalidad": Conceptos que marcaron el foro que dio inicio a Noviembre Cultural. (D. Espinoza, Entrevistador) Santiago, Chile. Obtenido de <https://www.uchile.cl/noticias/181636/noviembre-cultural-parte-con-foro-sobre->

cultura-en-el-nuevo-
chile#:~:text=%E2%80%9CEI%20concepto%20de%20democracia%20cultural,a%
20algunas%20banderas%20u%20a%20otras.

Hadley, S. (2021). *Audience Development and Cultural Policy*. Londres: Palgrave macmillan.

Hadley, S. (2021). Desarrollo de públicos y política cultural. *Seminario Internacional de Desarrollo de Públicos* .

Ibacache Villalobos, J. (2019). Públicos infieles, críticos y participativos: una nueva era para las organizaciones culturales. En J. Urraco, & B. Maccari, *Enlaces compartidos. Activando conversaciones sobre públicos, audiencias, comunidades culturales*. (págs. Públicos infieles, críticos y participativos:). Buenos Aires.

INE. (2022). *INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS*. Obtenido de <https://www.ine.cl/ine-ciudadano/participacion-ciudadana>

Instituto nacional de estadísticas. (Junio de 2018). Síntesis de resultados censo 2017. Chile. Obtenido de <http://www.censo2017.cl/>

Instituto Nacional de Estadísticas. (2022). *Encuesta nacional de empleo: Infografía de pueblos indígenas. Región del Biobío*. Concepción.

Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio. (2019). *Estudio espacios culturales de Chile y sus públicos. Resumen ejecutivo*. Santiago de Chile.

Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio. (2021). *Departamento de programación y públicos*. Obtenido de <https://programacionypublicos.cultura.gob.cl/>

Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio. (2021). *Desarrollo y formación de públicos*. Santiago de Chile.

Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio. (2021). *Informe Final: Consulta Ciudadana de Públicos y su Contexto Territorial en la Región del Biobío*. Concepción.

Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio. (2021). *Plan nacional de desarrollo y formación de públicos 2021 - 2024*. Santiago de Chile.

- Municipalidad de Los Ángeles. (2019). *PLADECO 2019 - 2024*. Obtenido de PLAN DE DESARROLLO COMUNAL LOS ÁNGELES: <https://transparencia.losangeles.cl/app.php/ALMACENAMIENTO/DOCUMENTOS/otrosantecedentes/PLADECO-2019-2024-Informe.pdf>
- Oficina de Estudios y Políticas Agrarias ODEPA. (2018). *Ficha regional Biobío*. Santiago de Chile.
- Peirano, M. P. (2021). Between industry labs and audience formation: Film festivals and the transformation of the field of film production in Chile. *Loisir et Société / Society and Leisure* , 47 - 65.
- Pérez Castellanos, L. (2016). Estudios de públicos. Definición, áreas de aplicación y escalas. *Publicaciones Digitales ENCRyM*, pág. 20.
- Pérez Castellanos, L. (2020). La casa del museo (Ciudad de México, 1972–1980). Una etnografía multilocal sobre la acción cultural extramuros.
- Pérez Castellanos, L., & Gándara Vásquez, M. (2018). El índice de centralidad en los públicos. En *Estudios sobre públicos y museos. Volumen III. Referentes y experiencias de aplicación desde el campo* (pág. 56). Ciudad de México.
- Peters, T. (2019). ¿Qué es la mediación artística? Un estado del arte de un debate en curso. *Corima: Revista de investigación en gestión cultural*, 8 - 10.
- Rosas Mantecón, A. (2009). ¿Qué es el público? *Revista Poiesis*.
- Schmilchuk, G. (2012). Públicos de museos, agentes de consumo y sujetos de experiencia. *Alteridades*, 25.
- Silva Barraza, M. I. (2017). SER PÚBLICO DE ALGO: UNA EXPERIENCIA DE LA RELACIÓN. *Revista de Gestión Cultural*, 8 - 13.
- Vergara, P. (2019). El paradigma latinoamericano de la formación de públicos. En J. Urraco, & B. Maccari, *Enlaces compartidos: activando conversaciones sobre públicos, audiencias y comunidades culturales* (pág. 77). Buenos Aires.

ANEXOS

Anexo 1: Programación año 2022 CCMLA

a. Ciclo de talleres de temporada

Talleres de otoño:

- Talleres de fotografía adultos y adolescentes
- Taller de literatura adultos
- Taller xilografía

Talleres de invierno:

- Taller de audio cuentos niños y niñas
- Taller de danza afro
- Taller de comics

Talleres de primavera

- Taller de artes visuales para niños y niñas
- Taller de circo niños y niñas
- Taller de Chedungun

b. Talleres anuales

- Danza desde los 16 años
- Artes de la Visualidad desde los 16 años
- Música desde los 7 años.

c. Ciclo de seminarios

- Patrimonio
- Gestión cultura
- Teatro
- Literatura
- Música
- Nuevos medios

d. Programa de actividades Personas Mayores

- Taller de movimiento
- Taller de creación y montaje (contempla procesos creativos como la dramaturgia)

e. Programa de actividades 1º infancia

- Entrega de kit de fomento lector y material para padres y responsables de infantes pertenecientes a sectores vulnerables
- Talleres (2) de apoyo para cuidadores, padres y/o madres con niños y niñas para potenciar herramientas de estimulación temprana

- f. Programación artes escénicas Teatro Municipal de Los Ángeles
- 1 obra de danza
 - 3 obras de teatro
 - 2 conciertos
- g. Programa Galas 2022
- 2 obras de danza (Gala BAMLA y EMBLA)
 - 1 obra de teatro (Cierre Escuela de Teatro)
- h. Programa de formación de audiencias y mediación cultural en artes escénicas en espacios públicos y/o comunitarios.
- Agua Pura (Teatro) – Comuna de Santa Bárbara
 - Agrupación Surcos Canarios (Música y danza) – Comuna de Negrete
 - Ûlkantube Amelia Vita (Música) – Comuna de Quilaco
 - Matilde y es espíritu del agua (Teatro de marionetas)– Comuna de Ralco
 - Armando Queupil (Música) – Comuna de Nacimiento
 - Puré con Clown (Circo) – Comuna de Yumbel
 - Segundo Epuñamku (Música) – Comuna de Quilleco
 - Los de Relonche (Danza) – Comuna de Mulchén
 - El sueño de Mateo (Música) – Huépil
 - Chercanes en la cabeza - Antuco
- i. Programa celebración de efemérides culturales
- Día de la danza – 3 workshop
 - Día del circo – 3 workshop
 - Día de la música – 2 workshop
 - Día del patrimonio – 1 Charla
- j. Encuentro regional de artistas visuales y acción creativa 2022
- Talleres en 14 liceos de diferentes comunas de la provincia del Biobío
 - Ponencias charlas y talleres (en CCMLA) de: serigrafía, litografía, monografía y grabado en metal.
- k. VIII Festival Internacional de títeres
- El pueblito de casi casi - Comunas de Los Ángeles y Antuco
 - Juan sin miedo – Comuna de Los Ángeles
 - 3 cortos mudos – Comuna de Los Ángeles
 - El camino del titiritero – Comuna de Los Ángeles
 - El investigatopo – Comuna de Los Ángeles y Quilaco
- l. Escuela de formación técnica para artistas escénicos: ETAE VII
- La Voz escénica
 - Teatro Musical

- Movimiento para la performatividad
- Dramaturgia (Residencia en Quilaco)
- Dirección (Residencia el Quilaco)

m. Preuniversitario de Artes Visuales

- Módulo I
- Módulo II
- Módulo III

n. Temporada de Teatro Provincial región del Biobío (Se desarrolló en Concepción)

- 2 elencos de provincia de Arauco
- 2 elencos de provincia de Biobío

o. Investigación histórica biográfica de Roberto Bolaño: “Los Ángeles de Bolaño”

p. Creación y montaje, elenco ciudadano obra “Antes de partir”

q. Visitas guiadas a colegios

Anexo 2: Matriz referencial de estrategias para recabar información en entrevistas

Objetivo Específico	Información por recabar	Técnica	Fuente de información
Situación el estado actual del conocimiento respecto de los públicos de la CCMLA	A) Percepción de las y los trabajadores de la CCMLA respecto de los públicos	A) Aplicación de cuestionario Google Forms	A) Equipo CCMLA
	B) Nivel de participación y compromiso de las y los asistentes a las actividades de la CCMLA.	B) Estudio en profundidad y análisis crítico.	B) Formularios de inscripción y Listado de asistencia a una actividad.
	C) Cantidad y características de actividades que se realizan en el Centro Cultural que son de carácter artístico cultural.	C) Estudio en profundidad y análisis crítico.	C) Agenda mes noviembre 2022.
	D) Percepción de institucionalidad respecto del territorio y las principales barreras y obstáculos que se presentan para desarrollar en profundidad un trabajo con públicos.	D) Entrevista semiestructurada.	D) Javiera Matus de la Parra – ex gerente CCMLA.
	E) Impresiones de la respuesta de los públicos ante las propuestas de programación que surgen desde la CCMLA.	E) Entrevista estructurada	E) Cristian del Canto – Comunicaciones y Carolina Parada – Producción
	F) Acciones de vinculación con el entorno y lazos que la CCMLA tiene con la comunidad angelina y alrededores.	F) Entrevista estructurada	F) Daniela Corvalán – Coordinación y producción
	G) Caracterización inicial sobre los públicos de la CCMLA	G) Encuesta	G) Guardias de seguridad y personal de aseo

Anexo 3: Cuestionario para colegas

- a. ¿Cuál es el área que convoca a más personas en la CCMLA?
- Artes visuales
 - Teatro
 - Danza
 - Talleres formativos
 - Otra
- b. ¿Cuál crees que es el perfil que predomina entre las y los asistentes de la CCMLA?
- Público con finalidades recreativas
 - Público exigente y conocedor del tema
 - Público que se viene a instruir respecto a sus áreas de intereses
 - Otra
- c. En lo que va del año 2022, ¿cuál es la actividad que más personas ha convocado y más interés ha generado en la comunidad? ¿Por qué?
- Respuesta
- d. Según tu percepción. ¿Cuál es el rango etario que más asiste a la CCMLA?
- Niñas y niños
 - Adolescentes
 - Adultos (as)
 - Personas mayores
- e. ¿La CMLA cuenta con accesibilidad universal?
- Sí
 - No
 - Solo algunos espacios

- f. ¿Quiénes piensas que NO son públicos de la CCMLA? (ej: gente que vive en x sector, estudiantes universitarios, dueñas de casa, etc)
- Respuesta
- g. Sobre las personas que no vienen a la CCMLA, crees que sus principales barreras de acceso son:
- Barreras físicas (de orden práctico: distancia, tiempo, dinero, etc.)
 - Barreras perceptuales (imaginarios o ideas pre concebidas: ¿se notará que soy primerizo(a)? seré bienvenido(a)? ¿Es apto para personas como yo?
 - Barreras simbólicas (capital cultural: capacidad para comprender y/o disfrutar experiencias artístico - culturales)
- h. ¿Cómo percibes la evaluación de la experiencia por parte de los públicos que asisten a la CCMLA?
- Los públicos quedan muy conformes con la experiencia
 - Los públicos quedan regularmente conformes con la experiencia
 - Los públicos no quedan conforme con la experiencia
 - Otra
- i. ¿Los públicos de la CCMLA son comunicativos (as)? (solicitan ayuda, preguntan por más información, proponen contenido)
- Sí
 - No
 - No lo sé
- j. ¿Qué información crees que sería relevante conocer de manera sistematizada y clara sobre nuestros públicos?
- Respuesta
- k. ¿Qué fortalezas de la CCMLA identificas para el trabajo con públicos?
- Respuesta
- l. ¿Qué oportunidades externas a la CCMLA identificas que pudieran facilitar el trabajo de la CCMLA con públicos?
- Respuesta

m. ¿Qué debilidades de la CCMLA identificas para el trabajo con públicos?

- Respuesta

n. ¿Qué amenazas externas identificas para el trabajo con públicos por parte de la CCMLA?

- Respuesta

Anexo 4: Afiche Taller fomento lector

TALLER
HERRAMIENTAS
CREATIVAS PARA EL
FOMENTO LECTOR

[DIRIGIDO A:]
PROFESIONALES - CUIDADORES -
PADRES Y APODERADOS

VIERNES: 4 de Nov. - 25 Nov. / 17:30 - 20:30 HRS.
SÁBADOS: 5 de Nov. - 26 Nov. / 11:30 - 14:30 HRS.

DOCENTE:
JULIÁN HERNÁNDEZ / Teatro Plan
VICTORIA MARTÍNEZ / Teatro Plan

LUGAR:
CENTRO CULTURAL DE LOS ANGELES,
LAUTARO 463

INSCRIPCIÓN GRATUITA EN: WWW.CCMLA.CL | CUPOS LIMITADOS

Financiado Asignación Directa año 2022 del Gobierno Regional del Bío-Bío y aprobado por el Consejo Regional del Bío-Bío

Corporación Cultural Municipal Los Angeles

LOGOS: CCMLA, LOS ANGELES, GOBIERNO REGIONAL DEL BÍO-BÍO

TALLER
FOMENTO
LECTOR

{ PRIMERA INFANCIA }
Edad: 3 - 5 Años

DOCENTE:
JULIÁN HERNÁNDEZ / Teatro Plan
VICTORIA MARTÍNEZ / Teatro Plan

VIERNES: 4 de Nov. - 25 Nov. / 16:00 - 16:30 hrs. / 16:30 - 17:00 hrs.
SÁBADOS: 5 de Nov. - 26 Nov. / 10:00 - 10:30 hrs. / 10:30 - 11:00 hrs.

MODALIDAD: PRESENCIAL

LUGAR:
CENTRO CULTURAL DE LOS ANGELES,
LAUTARO 463

INSCRIPCIÓN GRATUITA EN: WWW.CCMLA.CL

Financiado Asignación Directa año 2022 del Gobierno Regional del Bío-Bío y aprobado por el Consejo Regional del Bío-Bío

Corporación Cultural Municipal Los Angeles

LOGOS: CCMLA, LOS ANGELES, GOBIERNO REGIONAL DEL BÍO-BÍO

Anexo 5: FODA con resultados

Fortalezas	Oportunidades	Debilidades	Amenazas
Capacidad de escucha	Trabajo de vinculación con otras instituciones	Capacidad de sistematizar	Actividades de consumo con que se comparte ubicación geográfica
Personal profesional	Ubicación territorial	Falta de visibilidad (folletos, programas, etc)	Poca certeza de los recursos con los que se contarán
Los espacios	Trabajo de vinculación	Programación	No identifica
Infraestructura	Ubicación	Trabajo de difusión en terreno	Ubicación
Espacio	Realizar actividades para personas mayores	Medios de difusión	Gratuidad ya que baja el compromiso
Espacio	Confianza y respaldo del municipio	Poco personal	Alta competencia de otras actividades

Anexo 6: Encuesta a personal de seguridad y aseo

Pregunta	Opción de respuesta
1) ¿Quiénes vienen más al Centro Cultural?	a) Niñas y niños b) Jóvenes c) Adultos d) Personas mayores
2) Cómo es el comportamiento de las personas que vienen?	a) Respetuoso b) Irrespetuoso
3) ¿Son limpias las personas que vienen al Centro Cultural?	a) Sí b) No
4) ¿Son educadas las personas que asisten al Centro Cultural?	a) Sí b) No
5) ¿Observa que vengan familias al Centro Cultural?	a) Sí b) No
6) ¿Viene gente a estudiar?	a) Sí b) No
7) ¿Cómo es el uso del baño?	a) Uso normal b) Quedan en buenas condiciones c) Quedan en malas condiciones
8) ¿Qué tan lleno está el centro cultural?	a) Lleno todos los días b) Poco lleno c) Vacío
9) ¿Piensa que la gente que viene al Centro Cultural tiene clara la información?	a) Sí b) No
10) ¿Le han consultado por ayuda para ubicarse al interior del Centro Cultural?	a) Sí b) No

Anexo 7: Matriz de análisis para información cualitativa

Objeto	Variable	Categoría		Indicadores							
Equipo de trabajo	Características	Formación	no especializado en análisis	conocedor de las artes y cultura	docentes de escuelas profesionales	todo el equipo es profesional o con experiencia en trabajo en cultural					
		Actitudinal	bueno	proactivo	Logran escuchar y observar necesidades particulares de una experiencia	Constante y perseverante. trabajador	Comprometido				
	Autocritica	Carencias	Área de mediación	Área de educación artística	Persona dedicada a estadística	Falta sistematización y orden de la información (sobre públicos)	Recursos ECONÓMICOS (todos dicen)	Profesional para participación ciudadana y programación participativa			
		Propuestas	Dar a conocer la CCMLA en juntas de vecinos	Generar más visibilidad del trabajo	Incluir más folletería	Sostener las gigantografías					
		Debilidades	Fidelizar	Percepciones erróneas	Poco trabajo de fidelización	No trabajar más con la comunidad (mesas para programación)	Falta conexión con algunos sectores	La capacidad de encuestar y sistematizar la información	Programación	Poca visibilidad del espacio	Es difícil saber que quiere el Público específicamente
Programación	Intereses	Gustos (del público)	Danza	Danza	Teatro	Danza	Danza	Teatro	Danza (no contemporánea)		
		Percepción	No es lo que quieren	No sabemos cómo trabajar patrimonio	Con los Talleres de temporada (muy variados) buscan	A veces llegan más personas de las que esperamos	A veces no llega el público que quisiéramos	A veces llega gente de un rango etario no esperado			

					generar publico brindar herramientas de apreciación						
Comunicaciones	Características	Medios de difusión	Redes sociales	Periódico (masivo)	Radio (masivo)	Tv (masivo)	Gigantografía				
		Carencia	Tiktok	Registro asistencia a eventos masivos	No hay trato diferencial con publico habitual	Recursos para implementar	Análisis de asistencia (cuando hay registro de inscripción)				
		Estrategias	Alianzas (personas estratégicas)	Gestión dirigida	Instituciones relevantes	Incentivos: kit, certificación, etc	A los identificados constantes, se les envía mailing	Buen trato y cordialidad presencial			
Caracterización de los publicos	Quienes son	Rango etario	Personas mayores	Adultos	Adultos	Hombres y mujeres por igual	Jóvenes	Niños			
			Niños y adultos	Personas mayores	Jóvenes	Jóvenes y personas mayores	Personas mayores	Niños			
		Familias	Solo cuando hay teatro	Si	Sí	Pocas	No tanto	No	Poco		
		Nivel educacional	Bastante	No necesariamente alto	Sí, bueno	Sí, normal	La mayoría	Algunas	Sí	Sí	Sí
	Cómo son	Comportamiento	Respetuoso	Respetuoso	respetuoso	Depende	Respetuoso	Respetuoso	Respetuosos		
		Limpieza	Sí	Relativo	Algunas	Algunas	No	No	Sí		
		Uso del baño	Bueno	Buen uso	Buen uso	Los dejan sucios	Mal uso	Malo			
participación	Segmentación por fidelización	Habitual	Potencial	Flotante	frecuente	Constante					

		Barreras	Simbólicas	perceptuales	Físicas	Físicas	Simbólicas	Perceptuales	Ciudad con mucha barrera simbólica y poco capital cultural		
		Cantidad	Vacío	Relativo	Siempre hay gente cuando hay actividad en el auditorio	Siempre hay gente cuando hay actividad en el auditorio	Normal, cuando hay exposiciones hay más gente	Lleno			
			Baja	Falta	Alta	Periodicidad - público fijo	Vacío				
		¿Comunicativos?	Sí	Sí. Por programación	Sí	Sí	No lo sé	No lo sé			
			Si	Sí	Sí	Sí	Sí				
Impresiones	Hay muestras representativas	Hay quienes no conocen	Alta deserción	Alta deserción							
Infraestructura	Espacios	Percepción del público	Hay interés	La gente entra a preguntas ¿qué hay aquí?	Fortaleza	Fortaleza	Fortaleza				
		Uso	Solo al baño	Pololear	Fumarse un cigarro en el patio	Hacer hora	Malo, gente que solo viene a eso (baño)	No a estudiar	Leer (poco)		
		propuestas de uso	Utilizar mejor los espacios externos (patio)	Instalar basureros	Instalar cafetería	Llenar más el espacio con actividades	Utilizar mejor los espacios				
		Experiencia	Buena	Buena	Regular	Buena	Buena				
	Ubicación	Característica	Privilegiada	Robusta	Nueva	edificio imponente	espacio abierto				
Potencial		Oportunidad	Céntrica	Oportunidad	Amenaza (cerca del mall)	Amenaza Mall					

Anexo 8: Preguntas Formulario de caracterización

- 1) Nombre
- 2) Edad
- 3) Correo electrónico
- 4) ¿Cuál es tu ocupación actual?
- 5) ¿Cuál es tu nivel educacional?
 - Sin educación obligatoria
 - Básica
 - Media
 - Superior
 - Postgrado
- 6) ¿Cuentas con alguna discapacidad? Sí No
- 7) Si respondiste Sí, ¿A Cuál?
- 8) ¿Pertenece a algún pueblo originario? Sí No
- 9) Si respondiste Sí, ¿A Cuál?
- 10) ¿Pertenece a alguna comunidad migrante? Sí No
- 11) Si respondiste Sí, ¿A Cuál?
- 12) ¿Hay niñas o niños en tu familia?
- 13) ¿Durante el último año has participado en alguna de estas actividades de la CCMLA? (Selecciona las que correspondan)
 - Escuelas (Teatro o Ballet)
 - Formación (talleres, seminarios, workshops, etc)
 - Apreciación escénica (galas de ballet, obras de danza, teatro, títeres, conciertos, etc.)
 - Lanzamiento de libro
 - Inauguración exposiciones
 - Ninguna
- 14) Si la respuesta anterior fue “Ninguna”. ¿Cuál fue el motivo?
 - Condiciones sanitarias (evitar contagios)
 - No existe una cultura de participación
 - No sé dónde ver la cartelera de actividades
 - La actividad no ha estado enfocada para mí
 - Horario
 - Traslado/locomoción
 - Costos económicos muy altos
 - Otro:
- 15) Otra Indica por favor las disciplinas artísticas o culturales de tu preferencia (máximo 3)
 - Artes visuales
 - Danza
 - Teatro

- Circo
- Música
- Literatura
- Cine
- Artesanía
- Patrimonio
- Otra:

16) Te gustaría aprender a:

- Tocar un instrumento
- Técnica de danza
- Herramientas de escritura
- Técnica de pintura (artes visuales)
- Actuar
- Ninguna
- Otra: ¿Cuál?

17) Tu espectáculo favorito es:

- Danza
- Teatro
- Conciertos
- Títeres
- Ninguno
- Otro: ¿Cuál?

18) ¿Cómo te enteraste de esta actividad?

- Instagram
- Facebook
- Mail
- Un conocido/a
- TV, radio o periódico
- Otro: ¿Cómo?

19) ¿Viniste sola/o o acompañada/o a esta función? Sí - No

20) Si contestaste si ¿Con quién?

21) ¿Cómo llegaste hasta aquí?

- Transporte público
- Vehículo particular
- App de traslado (Uber, Didi, Cabify, etc)
- Caminando
- Bicicleta
- Bus intercomunal
- Taxi
- Otro: ¿Cómo?

22) ¿Te podemos enviar información sobre nuestra programación? Sí - No

23) Finalmente, te invitamos a dejarnos algún comentario o sugerencia.

Anexo 9: Preguntas Formulario de inscripción generalizada

- 1) Nombre
- 2) Correo electrónico
- 3) Edad
- 4) Género
 - Femenino
 - Masculino
 - Otro
 - Prefiero no contestar
- 5) Sector de residencia
- 6) ¿Eres estudiante? Sí No
- 7) Si respondiste Sí, ¿Dónde estudias?
- 8) ¿Qué estudias? O ¿En qué curso vas?
- 9) ¿Eres trabajadora(or) Sí No
- 10) Si respondiste Sí, ¿En qué trabajas?
- 11) ¿Nos autorizas a utilizar tus datos para que puedas recibir información acerca de las actividades y programación de la CCMLA? Sí No

Anexo 10: Preguntas Formulario Evaluación de taller

- 1) Nombre
- 2) Edad
- 3) Género
 - Femenino
 - Masculino
 - Otro
 - Prefiero no contestar
- 4) Correo electrónico
- 5) ¿Te gustó el taller del que fuiste parte? ¿Por qué?
- 6) ¿Crees que el taller podría ser interesante para más personas? ¿Para quiénes?
- 7) ¿Qué destacas de este taller?
 - Claridad en la entrega de información por parte del docente
 - Facilidad en el proceso de inscripción
 - Coste económico asociado al taller
 - Temática novedosa
 - Infraestructura e instalaciones donde se llevó a cabo el taller
 - Otra:
- 8) ¿Qué podría mejorar en el desarrollo del taller?
- 9) Por favor, déjanos una sugerencia o comentario final.