laFuga

Los públicos y lo público en SANFIC: discursos, lógicas y disputas

Mediaciones, acceso y tensiones en un festival urbano chileno

Por Mariana Peralta Garrido

Tags | **Cine de autor | cine de festivales | ciudadanía cultural | Mediación cultural | Públicos | estudios de audiencia | sociología cultural | Chile**

Mariana Peralta Garrido es socióloga, Magíster en Comunicación Social (U. de Chile) y cuenta con un Diploma Superior en Soberanía y Políticas Culturales en América Latina (CLACSO). Ha colaborado en proyectos académicos, estudios para organismos públicos y análisis de políticas culturales. Sus focos son participación cultural, patrimonio, política comparada y estudios de públicos. Actualmente integra proyectos FONDECYT y se desempeña en centros culturales. Este artículo deriva de la tesis de Magíster en Comunicación Social (2024), La construcción de públicos y lo público en festivales culturales en Santiago de Chile: los casos de SANFIC y Teatro a Mil. El trabajo se enmarca en el proyecto FONDECYT Regular Nº1211594, "Públicos de cine en Chile: cultura cinematográfica, cinefilia y procesos de formación", Investigadora Responsable: María Paz Peirano Olate; Co-investigador: Tomás Peters Núñez.

1. Introducción

Durante las últimas dos décadas, los festivales de cine en Chile se han consolidado como espacios clave para comprender transformaciones culturales, políticas y urbanas. Más allá de su función exhibidora, operan como escenarios donde se redefinen formas de sociabilidad, sentidos de lo público y experiencias colectivas en torno al cine. Estudiar los públicos de festivales permite observar la configuración de nuevas formas de participación cultural y las tensiones entre mercado, política pública y ciudadanía.

En la investigación internacional y latinoamericana, el interés por los públicos de cine ha desplazado la atención desde las películas hacia las experiencias de visionado, los espacios de exhibición y las formas en que las personas se relacionan con el cine. Más que espectadores abstractos, los públicos comienzan a entenderse como actores situados, atravesados por instituciones, espacios culturales, tecnologías y formas de sociabilidad. En Chile, estas discusiones han dialogado con estudios sobre culturas cinematográficas, exhibición y mediación cultural. [1]

Este artículo examina cómo los festivales de cine en Chile configuran sus públicos y sus nociones de lo público a través de discursos, estrategias y mediaciones culturales. A partir del análisis de SANFIC como estudio de caso, se problematiza la articulación entre cine, ciudad y ciudadanía cultural, observando cómo se producen representaciones de los públicos —como espectadores, consumidores y ciudadanos— en diálogo con políticas vigentes y lógicas de legitimación del campo audiovisual.

El enfoque se inscribe en estudios culturales latinoamericanos, que entienden el consumo como práctica de producción de sentido y disputa simbólica (Martín-Barbero, 2010; García Canclini, 1990). Desde esta perspectiva, los públicos reconfiguran fronteras entre lo artístico, lo mediático y lo político. Asimismo, el trabajo se relaciona con las políticas culturales que, desde la creación del CNCA (2003) y del MINCAP (2018), han situado a los festivales en el centro del fomento audiovisual y la formación de audiencias. Se propone comprender a los festivales como laboratorios de ciudadanía cultural donde el cine se experimenta colectivamente y donde los públicos participan en la producción simbólica de lo público.

1. Públicos, festivales y formas de ver cine

El estudio de los públicos de cine ha evolucionado significativamente desde mediados del siglo XX, pasando de enfoques centrados en la recepción pasiva a perspectivas que los entienden como sujetos activos, insertos en tramas sociales, institucionales y culturales. Este cambio de perspectiva ha sido clave para comprender los festivales de cine como espacios donde se negocian sentidos sobre la cultura, la ciudadanía y lo común.

En el ámbito internacional, la llamada nueva historia del cine (Biltereyst, Maltby y Meers, 2019) impulsó una renovación teórica que puso énfasis en los contextos de exhibición y en las experiencias de visionado. Lejos de considerar al público como una categoría abstracta o universal, esta perspectiva propone situarlo en sus condiciones históricas y materiales, atendiendo a las mediaciones sociales, políticas y tecnológicas que configuran la experiencia cinematográfica. Desde allí, el análisis de los festivales de cine se ha convertido en un campo privilegiado para observar la articulación entre prácticas de consumo, identidades culturales y procesos de legitimación simbólica.

En esta línea, los estudios sobre consumo cultural han sido fundamentales para pensar a los públicos de cine más allá de los recuentos de asistencia, enfatizando las mediaciones institucionales, urbanas y sociales que configuran el acceso y la experiencia cinematográfica. Desde esta perspectiva, "ir al cine" aparece como una práctica atravesada por hábitos, pertenencias y repertorios aprendidos, donde los circuitos de exhibición producen disposiciones y expectativas diferenciadas (Rosas Mantecón, 2002, 2008).

2.1. Públicos, mediaciones y cultura audiovisual

Los estudios sobre públicos del cine han desplazado la mirada centrada únicamente en el texto fílmico hacia los contextos de exhibición. En el plano internacional, este giro se reconoce en trabajos que reconstruyen la historia social del cine y sus prácticas de audiencia (Biltereyst, Maltby y Meers, 2019), enfatizando que los públicos deben entenderse en relación con instituciones, espacios y tecnologías que enmarcan su experiencia.

En América Latina, los estudios culturales y el pensamiento comunicacional aportaron claves para comprender el consumo cultural como práctica social atravesada por trayectorias, pertenencias y disputas simbólicas. En esta línea, las propuestas de Martín-Barbero y García Canclini permiten pensar los públicos no como entidades dadas, sino como configuraciones que se producen en las prácticas, los circuitos y los discursos que organizan el acceso y la valoración del cine. En este sentido, los públicos pueden entenderse como configuraciones que se producen en contextos específicos de exhibición y encuentro, enmarcados por condiciones institucionales, espaciales y culturales.

Asimismo, las etnografías y estudios sobre la experiencia de ir al cine refuerzan la noción del visionado como práctica cultural situada —urbana y social— (Rosas Mantecón, 2017).

Este marco resulta especialmente productivo para el estudio de festivales de cine, donde se articulan formas de programación, comunicación y encuentro que modelan expectativas y modos de relación con las obras. Así, la noción de públicos se vincula con la manera en que los festivales definen sus propósitos, legitiman sus selecciones y construyen figuras de espectador (curioso, informado, ciudadano), en diálogo con los valores y jerarquías del campo audiovisual.

2.2. Festivales de cine como mediadores culturales

Los festivales de cine son fenómenos complejos que combinan elementos de la industria audiovisual, la política cultural y la producción simbólica urbana. Como señala De Valck (2007), funcionan como "nodos" dentro de redes globales de circulación fílmica, pero también como espacios de interacción social y de producción de comunidad. Su carácter efímero y performativo les otorga una dimensión ritual que refuerza la idea del cine como práctica colectiva, situada en un tiempo y espacio específicos.

En el caso chileno, los festivales urbanos de gran escala se consolidaron especialmente desde la década de 1990, en un contexto de reconstrucción democrática e institucionalización del campo cultural. En este marco, el Santiago Festival Internacional de Cine (SANFIC) emerge como plataforma que articula exhibición, mediación y vínculo con el ecosistema profesional. En esa trayectoria, los festivales chilenos operaron simultáneamente como dispositivos de internacionalización y como

infraestructuras culturales locales, tensionando modelos de selección, financiamiento y públicos (Peirano, 2016; Peirano y González, 2018).

El caso de SANFIC es particularmente relevante por su inserción en el circuito urbano de la capital y su articulación con las lógicas del mercado cultural. Fundado en 2005, el festival combina el perfil de un evento internacional de industria con una programación abierta al público general, articulando discursos de acceso y diversidad junto con estrategias de posicionamiento y patrocinio corporativo. En el caso chileno, la emergencia de festivales desde fines de los noventa configuró un campo que buscó "parecerse" al circuito global a la vez que lo disputó y resignificó localmente (Peirano, 2016).

En este sentido, su modelo sintetiza tensiones presentes en muchos festivales contemporáneos: la coexistencia de objetivos culturales y económicos, la búsqueda de legitimidad artística y social, y la aspiración de consolidarse como espacio de encuentro entre públicos heterogéneos.

2.3. Políticas culturales y formación de públicos

La consolidación de los festivales de cine en Chile no puede entenderse al margen de las políticas culturales y audiovisuales implementadas desde comienzos del siglo XXI. Con la creación del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (CNCA) en 2003 y, posteriormente, del Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio en 2018, el Estado chileno asumió explícitamente la formación de públicos como uno de los ejes de sus políticas culturales. En el ámbito audiovisual, este objetivo se tradujo en instrumentos de financiamiento —como el Fondo de Fomento Audiovisual— que reconocen a los festivales como actores estratégicos para la circulación y mediación de obras nacionales.

Las transformaciones en los mercados culturales y las políticas de acceso también han reorganizado las formas de circulación y consumo cinematográfico, segmentando audiencias, diversificando circuitos y reforzando el rol de los intermediarios culturales. Desde allí, los festivales chilenos —y particularmente SANFIC— pueden leerse como espacios donde se articulan tensiones entre Estado, industria y ciudadanía cultural (Rosas Mantecón, 2008).

Los discursos institucionales sobre el acceso y la democratización cultural han legitimado la inversión pública en festivales, pero también han generado nuevas tensiones. Por un lado, se promueve el ideal de una ciudadanía cultural participativa y diversa; por otro, persiste una lógica de competencia y profesionalización del sector que tiende a segmentar a los públicos y a reproducir desigualdades territoriales. En este escenario, los festivales actúan como mediadores entre las políticas estatales y las prácticas sociales, encarnando tanto las promesas como las limitaciones de las políticas culturales contemporáneas.

2.4. Públicos del cine chileno contemporáneo

En los festivales de cine, los públicos no aparecen únicamente como espectadores que asisten a una programación, sino como formas de participación cultural atravesadas por experiencias colectivas, mediaciones institucionales y vínculos afectivos con el cine. En el contexto chileno, distintas investigaciones han mostrado cómo las prácticas de asistencia, los espacios de exhibición y las políticas de mediación cultural configuran modos específicos de relación con el cine chileno, desplazando la idea de público como mero dato de asistencia hacia formas más situadas y heterogéneas de experiencia cultural (Peirano, Bossay y Pinto, 2023; Peirano y Ramírez, 2023).

Los festivales de cine no funcionan únicamente como espacios de exhibición. También operan como instancias de circulación, legitimación y encuentro dentro del campo audiovisual, cumpliendo un rol activo en la formación de audiencias y en la construcción de ciertas formas de relación con el cine (Peirano, 2020). La experiencia festival se expande más allá de la proyección de películas y se articula a través de conversaciones, encuentros con realizadores, talleres, actividades paralelas y espacios de sociabilidad que producen modos específicos de participación cultural.

En distintos festivales chilenos —especialmente fuera de Santiago— la formación de públicos aparece asociada a la necesidad de ampliar el acceso al cine y generar espacios de participación cultural en territorios con menor oferta cinematográfica. En esa línea, distintas investigaciones han destacado el papel de los festivales como espacios de mediación cultural orientados a fomentar la participación y desarrollar nuevas audiencias (Peirano, Navarrete y Valdovinos, 2025). Al mismo tiempo, estudios

sobre exhibición cinematográfica en ciudades como Valdivia muestran la presencia de públicos jóvenes, con altos niveles de participación cultural y una relación activa con el cine, combinando circuitos especializados con audiencias locales en expansión (Palma et al., 2015).

Desde una perspectiva latinoamericana, los festivales también han sido pensados como eventos culturales urbanos que convocan públicos heterogéneos, donde coexisten audiencias cinéfilas —muchas veces vinculadas al propio campo audiovisual— con otras motivadas por la dimensión social y experiencial del evento (Wortman, 2020). En el contexto chileno, esta heterogeneidad se expresa tanto en la coexistencia de públicos de nicho junto a audiencias más amplias en proceso de formación, como en la emergencia de públicos locales no necesariamente especializados, cuya participación se articula en torno a experiencias colectivas, afectivas y territorialmente situadas (Peirano, 2020; Peirano, Navarrete y Valdovinos, 2025).

En este sentido, los públicos de festivales pueden entenderse como configuraciones heterogéneas donde se articulan distintos niveles de especialización, trayectorias culturales y formas de participación, dando lugar a relaciones con el cine que exceden el visionado y se inscriben en experiencias sociales y simbólicas más amplias. Los festivales aparecen así como espacios donde se ensayan formas específicas de participación cultural: el visionado colectivo, las instancias de formación y las actividades paralelas permiten que los públicos se reconozcan —aunque sea temporalmente— como parte de una comunidad cinematográfica. Al mismo tiempo, las estrategias comunicacionales e institucionales de los festivales contribuyen a construir ciertas imágenes de sus públicos —diversos, jóvenes, ciudadanos o curiosos— que inciden en la manera en que estos espacios se configuran y son percibidos dentro del ecosistema cultural.

En este entramado, los festivales no solo reflejan transformaciones del campo audiovisual chileno, sino que también participan activamente en su modelación. Son espacios donde se visibilizan debates sobre identidad nacional, desigualdad en el acceso cultural, sostenibilidad del sector y el papel del Estado en la promoción de la cultura. Analizar los públicos de los festivales implica, en ese sentido, observar formas contemporáneas de lo público: aquello que se construye, se disputa y se habita a través del cine.

1. Análisis del caso SANFIC

3.1. Consideraciones metodológicas

Este texto se construyó a partir de conversaciones con integrantes del equipo organizador, programadores y directivos vinculados al SANFIC, realizadas durante 2023, además de la revisión de materiales institucionales, catálogos y documentos de programación del festival. Más que reconstruir exhaustivamente el funcionamiento interno del SANFIC, interesó observar cómo el festival imagina, interpela y produce a sus públicos, así como las tensiones que emergen entre acceso, formación de audiencias, industria y participación cultural.

A través de estas voces y materiales fue posible identificar distintas formas de concebir la relación entre el festival y sus públicos, atendiendo tanto a su trayectoria institucional como a los modos en que se articulan programación, mediación cultural y construcción de lo público en el contexto audiovisual chileno contemporáneo.

3.2. SANFIC y su institucionalidad cultural

Santiago Festival Internacional de Cine (SANFIC) “es una plataforma cinematográfica, cultural, artística, industrial y educativa, presentada por Fundación CorpArtes e Itaú, producida por Storyboard Media” (SANFIC, 2022). Creado en 2005 por Fundación CorpArtes y Storyboard Media, se constituyó como un evento que articula la exhibición de cine nacional e internacional con el desarrollo de la industria audiovisual. Su consolidación descansa en una estructura profesionalizada —programación, comunicación, mediación y desarrollo de industria— y en un modelo de gestión con preponderancia privada, sostenido por alianzas corporativas y apoyos públicos puntuales. Esta institucionalidad lo sitúa como festival urbano de gran escala, con capacidad de atraer públicos diversos, aunque tensionado por criterios de sostenibilidad y posicionamiento propios del entorno competitivo.

Desde su creación, SANFIC "ha exhibido más de 1.500 películas de todo el mundo y ha congregado a más de 273.000 espectadores"; además, ha estrenado "más de 135 películas nacionales tanto de ficción como documental" (SANFIC, 2022). En 2020, a raíz de la crisis sanitaria por COVID-19, realizó por primera vez una edición virtual, reforzando la continuidad programática y el vínculo con públicos en un contexto de restricciones (SANFIC, 2022).

En el plano del campo audiovisual, SANFIC adoptó tempranamente un enfoque empresarial de la gestión, contribuyendo a la profesionalización del formato festival en Chile mediante la consolidación de equipos estables y el desarrollo de una sección de industria orientada a la formación y conexión de proyectos (SANFIC Industria). En sintonía con lo observado por Peirano (2016), su perfil articula anclaje local y proyección internacional, inscribiéndose en el circuito global sin dejar de resignificarlo en clave chilena. Asimismo, el festival promueve una programación de cine de autor y circulación internacional abierta al público general —que rara vez accede a estas obras en el circuito comercial—, posicionándose, junto a FICValdivia, como una de las principales plataformas de referencia para el cine contemporáneo en el país (Peirano, 2016).

En términos de políticas culturales, el festival opera en un escenario donde el Estado asume un rol de apoyo indirecto —fondos concursables, colaboraciones específicas—, sin participación estructural en la gestión. SANFIC encarna así una modalidad híbrida de institucionalidad cultural: se sostiene en la lógica privada y corporativa, a la vez que opera en un campo cuyo discurso enfatiza acceso, participación y mediación. Esta doble dimensión —cultural e industrial— explica su centralidad en la circulación de contenidos y en la profesionalización del sector, pero también abre interrogantes sobre el alcance efectivo de sus prácticas de democratización cultural y su vinculación con públicos diversos. En suma, el caso condensa tensiones propias de la institucionalidad cultural chilena del siglo XXI: entre la gestión cultural como servicio público y la gestión cultural como modelo empresarial.

3.3. La gestión cultural y la formación de audiencias en SANFIC

La gestión cultural del SANFIC se caracteriza por su estructura profesional y su orientación hacia la producción de un evento de alta complejidad técnica, con una programación diversa y la participación de agentes nacionales e internacionales. Este modelo responde a una lógica de sostenibilidad propia del sector cultural chileno posterior a los años 2000, donde los festivales se consolidan como espacios de articulación entre el Estado, el mercado y la sociedad civil.

En el caso del SANFIC, la gestión se apoya en una institucionalidad mixta: por un lado, el festival depende del financiamiento privado proveniente de CorpArtes y de alianzas estratégicas con empresas patrocinadoras; por otro, mantiene vínculos con fondos públicos que respaldan ciertas actividades, como SANFIC Educa o SANFIC Industria. Esta configuración refleja la tendencia de las políticas culturales chilenas hacia la externalización de la gestión cultural y la articulación con actores privados, consolidando un modelo donde la cultura opera bajo lógicas de eficiencia y competitividad.

El festival ha buscado, especialmente a través de SANFIC Educa, fortalecer la dimensión formativa y de mediación con nuevos públicos. Este programa se orienta a acercar el cine a niños, jóvenes y comunidades educativas mediante funciones, talleres y material pedagógico, en alianza con establecimientos escolares y centros culturales. Aunque su alcance aún es acotado, constituye un esfuerzo relevante por diversificar la experiencia del festival y promover el acceso a la cultura cinematográfica más allá de los públicos tradicionales.

A nivel discursivo, el SANFIC promueve la idea de que la formación de audiencias implica tanto el desarrollo del gusto como la creación de condiciones de acceso y participación. En este sentido, la gestión cultural del festival busca equilibrar su carácter profesional e internacional con una vocación educativa y social. Sin embargo, la permanencia de un modelo centrado en la sostenibilidad financiera y en la visibilidad mediática genera tensiones entre los objetivos de democratización cultural y los imperativos de posicionamiento en el mercado global del cine.

Estas tensiones expresan los dilemas actuales de la gestión cultural en Chile: cómo compatibilizar la búsqueda de públicos con la producción de sentido cultural y comunitario en contextos dominados por la lógica de proyectos y la dependencia del financiamiento privado. En ese marco, el SANFIC puede ser comprendido como un laboratorio donde se observan las transformaciones de la figura del

gestor cultural —desde un mediador entre arte y sociedad hacia un operador de redes institucionales y económicas—, en un campo donde los festivales se han convertido en plataformas de producción simbólica, circulación y legitimación cultural.

3.4. Lo público en el discurso y las prácticas del SANFIC

El SANFIC se presenta como un espacio donde convergen distintos sentidos de lo público, asociados tanto a la experiencia colectiva del cine como a su dimensión de acceso y participación ciudadana. En su narrativa institucional, el festival actúa como punto de encuentro entre industria, públicos y ciudad, promoviendo el cine como práctica social y cultural.

Ahora bien, esta construcción de lo público se asienta en una institucionalidad de financiamiento mixto con predominio privado (Fundación CorpArtes y Storyboard Media), es decir, en una lógica empresarial de gestión cultural más que en un mandato estatal o comunitario. En ese marco, el acceso y la participación se diseñan mediante dispositivos de mediación —programación, formación y comunicación— orientados a ampliar audiencias, pero que operan bajo condicionantes de mercado.

El discurso del festival enfatiza la experiencia compartida y la formación de públicos. Según sus programadores y directivos, la combinación de aportes públicos y privados permite entradas rebajadas y secciones gratuitas —en particular SANFIC Educa— y, cuando el clima lo permite, actividades abiertas en el espacio público; con todo, la estacionalidad invernal (agosto) concentra la programación en salas cerradas (Entrevista SANFIC, H2, 2023) [2] En palabras de un fundador, se ha trabajado para mantener precios accesibles y gratuidad en SANFIC Educa; también se sugiere que un cobro moderado puede incrementar la valoración de la experiencia (Entrevista SANFIC, H2, 2023). Otra voz evita juzgar a terceros y subraya que cada festival define su perfil —más comercial o más integral— según sus fines (Entrevista SANFIC, H1, 2023).

Siguiendo a Rosas Mantecón (2008), estas estrategias de apertura no neutralizan por sí solas los filtros estructurales de acceso que reordenan la oferta y estratifican audiencias: precio efectivo de las entradas, geografía y localización de sedes (con costos de desplazamiento y tiempos), estacionalidad/calendarios y horarios, y descuentos mediados por patrocinios. Ello impacta especialmente a públicos no habituales y territorios periféricos. Así, en el caso de SANFIC se condensa la paradoja: políticas de mediación y tarifas reducidas coexisten con condicionantes urbanos y de mercado que delimitan quiénes acceden, cómo y en qué condiciones (Rosas Mantecón, 2008).

En este sentido, el festival encarna una forma contemporánea de lo público vinculada a la gestión cultural bajo el modelo neoliberal: su discurso privilegia acceso, encuentro y formación, mientras sus prácticas se inscriben en una institucionalidad privada que traduce el compromiso público en términos de participación simbólica y mediación cultural. Esta paradoja es una tensión constitutiva: SANFIC es a la vez evento de interés cultural y dispositivo de mercado, y lo público se redefine como una práctica gestionada y condicionada por las dinámicas de la industria cultural.

3.5. La construcción de públicos: figuras, experiencias y tensiones

El análisis del SANFIC permite observar cómo la noción de "públicos" se construye discursivamente dentro del propio dispositivo festival, más que como una categoría empírica homogénea. En este contexto, el público no se define como una masa de espectadores, sino como una figura producida por las estrategias curatoriales, comunicacionales e institucionales del evento. El festival elabora, de este modo, un "público ideal" que combina dimensiones de formación cultural, consumo cinematográfico e identificación con el circuito del cine de autor.

En las entrevistas realizadas, los actores del festival destacan que SANFIC busca formar espectadores informados, curiosos y dispuestos a explorar propuestas estéticas diversas. Esta idea del público como sujeto activo y reflexivo se asocia a una función pedagógica del festival: "SANFIC tiene un público que busca ver cosas distintas, que se interesa en el cine como arte y no solo como entretenimiento" (Entrevista, SANFIC, H1, 2023).

Al mismo tiempo, el discurso institucional enfatiza el valor de la experiencia compartida del cine como forma de ciudadanía cultural. El festival se presenta como un espacio que "acerca al público a una programación diversa, que no siempre está disponible en salas comerciales, y que permite

conocer el trabajo de realizadores nacionales e internacionales" (Entrevista, SANFIC, H2, 2023). En esta formulación, el público se asocia con la posibilidad de encuentro, conversación y acceso a obras que escapan de los circuitos hegemónicos del mercado cinematográfico.

Sin embargo, esta construcción ideal del público convive con tensiones estructurales. Por un lado, el festival busca democratizar el acceso a producciones de alto valor artístico, pero su localización geográfica, la segmentación del público urbano y el costo de las entradas limitan la diversidad real de asistentes. Por otro, la figura del público consumidor coexiste con la del público ciudadano, generando un equilibrio precario entre el disfrute cultural y la lógica de posicionamiento institucional.

Estas tensiones revelan que la formación de públicos en SANFIC no solo depende de estrategias pedagógicas o comunicacionales, sino también de las condiciones estructurales que definen el campo cultural chileno. El festival opera como mediador entre la industria audiovisual y la ciudadanía, articulando valores de legitimidad, profesionalización y pertenencia cultural. En palabras de un entrevistado, "el desafío es mantener el equilibrio entre ser un festival de referencia para la industria y seguir siendo un espacio de acceso y encuentro para el público" (Entrevista, SANFIC, H3, 2023).

De este modo, SANFIC construye su público como un sujeto informado, participativo y culturalmente activo, pero esa figura se sostiene sobre un dispositivo institucional que combina mediaciones pedagógicas, discursivas y de mercado. El festival, en este sentido, funciona como un laboratorio de producción simbólica de públicos, donde se negocian constantemente los límites entre el arte, la industria y la ciudadanía.

Conclusiones

El análisis del SANFIC permite comprender cómo los festivales de cine operan como dispositivos culturales donde se articulan, en tensión, la lógica del mercado, la función pedagógica y la dimensión pública del arte. En el caso del festival santiaguino, estas tensiones se expresan en un modelo de gestión que combina sostenibilidad empresarial, mediación cultural y producción simbólica de públicos.

El festival se consolida como un actor relevante dentro del campo audiovisual chileno, tanto por su aporte a la profesionalización de la industria como por su capacidad para posicionar al cine como experiencia social y cultural. Sin embargo, el carácter predominantemente privado de su institucionalidad introduce límites a su alcance como espacio público. La retórica del acceso y la formación de audiencias convive con una estructura segmentada, que reproduce las desigualdades de participación cultural presentes en el país.

La construcción de públicos en el SANFIC no se da únicamente a través de acciones programáticas o educativas, sino también mediante una trama discursiva que define qué significa ser espectador de un festival y qué valores se asocian a dicha experiencia. En este sentido, el público del SANFIC es producido como figura informada, activa y culturalmente legitimada, inscrita en un régimen de visibilidad propio de los circuitos internacionales del cine.

El estudio evidencia que los festivales culturales como SANFIC no solo son espacios de exhibición, sino también de configuración de sentidos sobre lo público, la ciudadanía y la cultura. En su doble rol de plataforma industrial y mediador cultural, el festival materializa los dilemas contemporáneos de la política cultural chilena: promover la participación y el acceso en un marco institucional que privilegia la gestión privada y la competencia por recursos.

De esta forma, SANFIC encarna un modelo de festival característico de la etapa neoliberal de la institucionalidad cultural en Chile: profesionalizado, visible y legitimador, pero tensionado por la necesidad de sostener, al mismo tiempo, su función pública y su viabilidad económica. Esta ambigüedad constituye el eje central de su relevancia analítica: la capacidad de mostrar cómo los públicos del cine —y las formas de lo público— se construyen y negocian dentro de las propias condiciones de producción del campo cultural contemporáneo.

Bibliografía

Biltereyst, D., Maltby, R., y Meers, P. (Eds.). (2019). The Routledge Companion to New Cinema History. New York: Routledge.

De Valck, M. (2007). Film festivals: From European Geopolitics to Global Cinephilia. Amsterdam University Press.

García Canclini, N. (1990). Culturas híbridas: Estrategias para entrar y salir de la modernidad. Grijalbo.

Iturriaga, J. (2015). La masificación del cine en Chile, 1907–1932. La conflictiva construcción de una cultura plebeya. LOM.

Kriger, C. (Ed.). (2019). Nueva cartografía de la producción audiovisual argentina. Peter Lang.

Martín-Barbero, J. (2010). De los medios a las mediaciones: Comunicación, cultura y hegemonía (ed. revisada). Anthropos.

Palma, T., Alvarado, P., y García, Í. (2015). Audiencias y estrategias de convocatoria en festivales de cine nacional. Comunicación y Medios, (30), 255-270. https://doi.org/10.5354/0719-1529.2014.31610

Peirano, M. P.(2016). Pursuing, resembling, and contesting the global: The emergence of Chilean film festivals. New Review of Film and Television Studies, 14(1), 112-131. https://doi.org/10.1080/17400309.2015.1109345

Peirano, M. P., y González, S. (2018). Los festivales de cine en Chile (1967–2017): Ventanas de exhibición y difusión del cine chileno (Informe, marzo 2018). http://www.festivalesdecine.cl

Peirano, M. P.(2020). De vuelta a casa: exhibición y circulación del cine nacional en festivales de cine en Chile. En A. Rosas Mantecón y L. González (Coords.), Cines latinoamericanos en circulación: en busca del público perdido, 171-186. UAM Azcapotzalco.

Peirano, M. P., Bossay, C. y Pinto, I. (2023). ¿Qué crisis y para quién? El rol del Cine Arte Normandie y la exhibición de cine en Chile (1982–2001). Aniki: Revista Portuguesa da Imagem em Movimento, 10(2), 73–95. https://doi.org/10.14591/aniki.v10n2.986

Peirano, M. P., y Ramírez, G. (2023). Chilean film festivals and local audiences: Going online? En M. de Valck y A. Damiens (Eds.), Rethinking Film Festivals in the Pandemic Era and After, 115-129. Palgrave Macmillan. https://doi.org/10.1007/978-3-031-14171-3_7

Peirano, M. P., Navarrete, J., y Valdovinos, M. (2025). Más allá del público cinéfilo. Avatares de la Comunicación y la Cultura, (30). https://doi.org/10.62174/avatares.2025.10576

Rosas Mantecón, A. (2002). Los estudios sobre consumo cultural en México. Observatorio Latinoamericano de Gestión Cultural. Recuperado de http://observatoriocultural.udgvirtual.udg.mx/repositorio/handle/123456789/356

Rosas Mantecón, A. (2008). Mercados, políticas y públicos: la reorganización de las ofertas y los consumos culturales. Alteridades, 18(36), 23–31. Universidad Autónoma Metropolitana, Iztapalapa.

Rosas Mantecón, A. (2017). Ir al cine: Antropología de los públicos, la ciudad y las pantallas. Gedisa.

SANFIC. (30 de junio de 2022). Historia SANFIC. Obtenido de Santiago Festival Internacional de Cine: https://sanfic.com/el-festival/historia/

Wortman, A. (2020). Festivales de cine como política cultural: el caso del BAFICI. En A. Rosas Mantecón y L. González (Coords.), Cines latinoamericanos en circulación: en busca del público perdido, 189-208. UAM Azcapotzalco.

Notas

1

Biltereyst, Maltby y Meers, 2019; Rosas Mantecón, 2017; Peirano, Bossay y Pinto, 2023; Peirano y Ramírez, 2023.

2

Las citas de entrevistas se anonimizan con un código alfanumérico según rol declarado por la persona entrevistada y orden de realización: (Entrevista, SANFIC, H1, 2023), (Entrevista, SANFIC, H2, 2023). Las entrevistas fueron semiestructuradas, realizadas entre mayo–octubre de 2023, registradas con consentimiento informado y transcritas para análisis cualitativo.

Como citar: Peralta Garrido, M. (2026). Los públicos y lo público en SANFIC: discursos, lógicas y disputas, *laFuga*, 29. [Fecha de consulta: 2026-11-01] Disponible en: http://2016.lafuga.cl/los-publicos-y-lo-publico-en-sanfic-discursos-logicas-y-disputas/1286