Navarrete, J.. Pasado, presente y futuro de las políticas para el desarrollo de públicos del audiovisual en Chile. laFuga, 29, 2026, ISSN: 0718-5316.

laFuga

Pasado, presente y futuro de las políticas para el desarrollo de públicos del audiovisual en Chile

Por Javiera Navarrete

Tags | **Políticas culturales | Públicos | Estudios culturales | Chile**

Antropóloga social de la Universidad de Chile. Magíster en cine, exhibición y curatoría, University of Edinburgh. Ha trabajado como programadora, mediadora y encargada de estudio de públicos en festivales y salas de cine, además de realizar asesorías a organizaciones en materia de desarrollo de públicos, accesibilidad audiovisual y mediación del audiovisual con perspectiva de género.

“La cuestión de la formación de público y su vínculo con las políticas culturales esconde detrás una serie de códigos complejos que raramente llegan a la superficie”

Cristian Antoine

En Chile, el calendario anual de actividades del Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio está marcado por hitos en los que los públicos son los protagonistas: a mitad de año se realiza la Escuela de Desarrollo de Públicos; luego, en septiembre, el Encuentro Nacional de Desarrollo de Públicos y, finalmente, en noviembre se celebra el Mes de los Públicos. Se podría decir, sin exagerar, que la discusión sobre los públicos ha sido uno de los focos principales de la última década de políticas culturales en el país. Sin embargo, esta no es una preocupación reciente. Al rastrear la historia de la institucionalidad cultural chilena, notamos que esta cuestión emerge de manera progresiva, y que el sector audiovisual no ha sido ajeno a este proceso.

Desde el retorno a la democracia en 1990, los organismos públicos del Estado han debatido en torno al papel de la cultura y las artes en la promoción de la participación de la ciudadanía en la esfera pública, lo que a su vez planteó la pregunta por las audiencias (Antoine, 2008, 2011; Palma et al., 2015). Usados en principio de manera indistinta, los conceptos de audiencias y públicos refieren a las personas destinatarias de los bienes culturales. Mientras que lo que se entiende por “desarrollo” y “formación” de públicos ha mutado considerablemente en los últimos años.

A partir de la década de 2010, los procesos de formación y desarrollo de públicos emergen como prioridad de las políticas culturales en Chile, particularmente a raíz de la creación del Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio (MINCAP) en 2018. Desde entonces, y a través de su Unidad de Públicos y Territorios, el MINCAP ha impulsado a las organizaciones culturales a lo largo del país a incorporar un enfoque de desarrollo de públicos para fortalecer el vínculo que éstas tienen con sus públicos, y con ello fomentar la participación cultural.

En el campo audiovisual, la cuestión de los públicos emerge con fuerza a partir del proceso de diagnóstico que derivó en la Política Nacional del Campo Audiovisual 2017-2022, quedando plasmada como una de las medidas de este instrumento la elaboración de un Plan Nacional de Desarrollo de Públicos del Audiovisual, el que constituye a día de hoy una deuda pendiente para el sector.

Este artículo explora los desafíos y proyecciones de las políticas de desarrollo de públicos del audiovisual, situando la discusión dentro de una genealogía de políticas culturales para el sector en Chile. Para ello, presento un panorama exploratorio, y por lo tanto no definitivo, del camino recorrido para llegar a la institucionalidad cultural actual. En la primera sección, describo brevemente las tres etapas de elaboración de políticas culturales en el país, en sus dimensiones orgánica y normativa. Luego, analizo el proceso paralelo de constitución de una institucionalidad para el sector audiovisual, profundizando en el lugar que ocupan los públicos en ella. Finalmente, oriento la mirada hacia la

evaluación y proyección de las políticas para el desarrollo de públicos del audiovisual, de cara a la actualización del Plan Nacional Audiovisual 2025-2030.

Hacia una institucionalidad cultural en Chile

La institucionalidad cultural chilena se ha construido sobre la premisa de la importancia de la cultura para el desarrollo del país, y se ha concebido explícitamente como una forma de fortalecer la democracia a través de la promoción del acceso y participación ciudadana en el ámbito cultural (Garretón, 2008). La cuestión de la participación en la esfera pública se volvió crucial en el contexto post-dictatorial, el que heredó un modelo autoritario, represivo y neoliberal que relegó las artes y la cultura a la lógica mercantil de la oferta y la demanda. En ese contexto, el debate público en cultura giró en torno al rol del Estado en la promoción de la creación artística y la preservación del patrimonio cultural. Estas discusiones llevaron a representantes de los sectores políticos a buscar consensos para dar forma a una nueva relación entre la economía, la cultura, la sociedad y el Estado (de Cea, 2012). El resultado fue la creación de una institucionalidad en dos dimensiones: organizacional u orgánica, referente a las instituciones, y normativa, relativa a políticas y leyes (Garretón, 2008).

De acuerdo con Mondini (2023), este camino puede clasificarse en tres etapas sucesivas, marcadas por hitos clave. La primera etapa se inaugura con la creación de la División de Cultura al alero del Ministerio de Educación, la que a su vez crea en 1992 el Fondo de las Artes y la Cultura (Fondart) para el financiamiento de la creación artística. A esto se suman dos comisiones asesoras convocadas por los presidentes Aylwin y Frei respectivamente, cuyo objetivo era elaborar propuestas organizacionales y normativas para una institucionalidad cultural chilena -la Comisión Garretón en 1991 y la Comisión Ivelic en 1997-, además de una serie de Cabildos Culturales organizados entre 1999 y 2003. Los Cabildos fueron instancias de debate y reflexión a escala comunal, regional y nacional pertenecientes a un programa impulsado por la División de Cultura, con el propósito de sentar las bases para la participación ciudadana en la gestión pública en materia cultural (di Girólamo, 2008). La confluencia de estos procesos condujo a la promulgación de la ley N°19.891 que crea el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (CNCA), "el primer organismo participativo encargado del diseño, ejecución y evaluación de las políticas culturales en Chile" (Mondini, 2023, p. 5), en 2003.

En 2005, el CNCA publica el primer plan quinquenal de cultura, "Chile quiere más cultura", para el período 2005-2010. Este documento es el resultado de quince años de discusión sobre las necesidades de política cultural y las instituciones que el país requiere para sostenerlas. Plantea cinco líneas de trabajo estratégicas: creación artística y cultural, producción artística e industrias culturales, participación en la cultura: difusión, acceso y formación de audiencias, patrimonio, identidad y diversidad, e institucionalidad cultural (CNCA, 2005).

Esta estrategia plantea nociones y expectativas respecto a los públicos, que son retomadas y reformuladas en las políticas siguientes. En "Chile quiere más cultura", la participación cultural está asociada a la formación de ciudadanos activos que ejercen su derecho a expresarse libremente y participar de forma autónoma en la esfera pública. El público imaginado no es entonces un "mero receptor pasivo del mensaje artístico o cultural", sino "ciudadanos con espíritu crítico y reflexivo, con habilidades y conocimientos artísticos, con acceso permanente a las actividades culturales, que se constituirán en agentes activos del desarrollo cultural del país" (CNCA, 2005, p. 20). El desafío que instala este ideal es crear y desarrollar "más y mejores audiencias", y se propone hacerlo democratizando el acceso a bienes culturales "de calidad", con una mirada focalizada en los sectores de escasos recursos.

La Política Cultural 2011-2016 (CNCA, 2011), por otra parte, se articula en torno a tres ejes: promoción de las artes, acceso y participación, y patrimonio cultural. Al igual que en el documento anterior, los públicos aparecen en el ámbito de participación cultural, cuyo objetivo es "incrementar y formar nuevas audiencias y la generación de hábitos de participación cultural en la comunidad" (p. 49).

Para Mondini (2023), las dos primeras estrategias quinquenales se caracterizan por un "esfuerzo por pasar de un trabajo centrado en la creación y la producción artística, como lo era en los años 1990, hacia la puesta en marcha de programas enfocados a la difusión, el acceso y la formación de audiencias" (p. 5), aunque sin especificar los mecanismos de monitoreo y seguimiento que harán

posible evaluar el cumplimiento de los objetivos propuestos (Antoine, 2008, 2012). Estos programas se conciben desde un modelo de democratización cultural (Antoine, 2008), que apunta a reducir las desigualdades en la participación promoviendo el acceso a bienes y servicios culturales. En ese sentido, el desarrollo de audiencias se entiende como "el conjunto de decisiones asumidas formalmente para incrementar el número de receptores activos de los mensajes artísticos" (Navarro 2005 en Antoine, 2008, p. 6) y con ello formar nuevos públicos.

El hito que da comienzo a la segunda etapa en la historia reciente de la institucionalidad cultural chilena fue la creación del Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio (MINCAP) (Mondini, 2023). La tercera estrategia quinquenal -Política Cultural Nacional 2017-2022. Cultura y Desarrollo Humano: Derechos y Territorio-, fue la última formulada por el CNCA antes de convertirse en MINCAP. Los públicos están al centro de su décima orientación estratégica, referente a "Procesos innovadores y diversos de mediación cultural, artística y patrimonial, para una ciudadanía activa y en pleno conocimiento de sus derechos culturales" (CNCA, 2017a, p. 130). De ella se desprenden cuatro objetivos: primero, "fomentar el desarrollo profesional de los mediadores y gestores para contribuir a la participación cultural de la ciudadanía en todo el territorio"; segundo, "desarrollar herramientas para la formación de públicos para las artes de todas las edades, orientado al disfrute y la participación cultural como un derecho, con foco en aquellas en condición de vulnerabilidad social o con baja participación cultural"; tercero, "articular redes entre espacios culturales y espacios educativos a nivel local, para promover la apreciación cultural, artística y patrimonial con pertinencia territorial"; y cuarto, "generar estrategias regionales para el reconocimiento y valoración del patrimonio por parte de la ciudadanía en general, desde la primera infancia, hasta la adultez mayor" (p. 130-131).

Para avanzar hacia el cumplimiento de estos objetivos, se crea en 2018 la Unidad de Programación y Públicos, que puso en marcha el Plan Piloto de Programación y Públicos, el que incluyó la participación de seis espacios culturales construidos con financiamiento estatal, de diversas regiones del país, en los que se presentaron 26 agrupaciones artísticas seleccionadas mediante convocatoria abierta (MINCAP, 2019). A través de esta unidad, renombrada Públicos y Territorios en 2022 para relevar el carácter territorialmente situado de la participación cultural, el ministerio inició un proceso de formación para mediadores y gestores culturales que proporciona acceso masivo a conocimiento especializado, además de realizar mentorías personalizadas a organismos dependientes del MINCAP para la elaboración o actualización de sus planes de desarrollo de públicos. Luego de participar de las mentorías, las organizaciones son convocadas a encuentros presenciales de intercambio y trabajo colaborativo. La experiencia acumulada en estos procesos contribuyó a la elaboración del Plan Nacional de Desarrollo y Formación de Públicos 2021-2024 (MINCAP, 2021a).

En 2021, la Unidad también publicó el libro Desarrollo y Formación de Públicos (MINCAP, 2021b), el que ofrece, por primera vez, una revisión sistemática del enfoque de desarrollo de públicos y las distinciones conceptuales entre términos que hasta el momento eran ambiguos, como audiencias, públicos y participación cultural, además de plantear conceptos nuevos, como comunidades de públicos e implicación de públicos. Ambos documentos definen el desarrollo de públicos como un enfoque que les sitúa al centro del quehacer de las organizaciones culturales, mientras que la formación de públicos constituye uno de los tres tipos de relación que las organizaciones culturales pueden fomentar con sus públicos: formación, ampliación y fidelización (MINCAP, 2021b).

En medio de este escenario de mayor claridad conceptual en las políticas culturales, se presenta el Plan Quinquenal de Cultura y Patrimonios 2024-2029, cuyo marco de referencia incluye normativa internacional como la Declaración Universal de Derechos Humanos de las Naciones Unidas y la Convención de la UNESCO sobre la Protección y Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales. Elaborada bajo los enfoques transversales de derechos, territorio, género e interculturalidad, otorgó un rol protagónico a las ciudadanías culturales como sujetos de política, identificando seis actores prioritarios: comunidad artística (artistas, creadores y cultores), pueblos indígenas, migrantes, identidades de género, infancia, juventud y adultos mayores, y personas con discapacidad. A diferencia de las políticas anteriores, entre sus objetivos estratégicos está la institucionalidad, gobernanza y participación de la ciudadanía en la gestión pública (MINCAP, 2024), lo que, al menos en el papel, anuncia una intención de asumir mayor responsabilidad por los resultados de las acciones ministeriales.

Marco normativo e institucional del sector audiovisual chileno

En paralelo, se realizaron esfuerzos para crear organismos y políticas sectoriales. En el campo audiovisual, la iniciativa surgió desde los mismos gremios,[1] quienes presentaron a las autoridades de gobierno y al poder legislativo una Propuesta de proyecto de ley de Fomento al Audiovisual Chileno (Plataforma Audiovisual, 1999). Por otro lado, el ejecutivo convocó una comisión interministerial para elaborar una Política Nacional de Fomento y Desarrollo del Cine y la Industria Audiovisual (Ministerio de Educación, 1997). Ambos procesos contribuyeron a la creación de la Ley 19.981 de Fomento Audiovisual, promulgada en 2004 y conocida públicamente como Ley de Cine.

La Ley de Cine establece que el Estado apoya, promueve y fomenta la producción audiovisual nacional, a través de la creación de una entidad sectorial, el Consejo del Arte y la Industria Audiovisual (CAIA), cuya misión es desarrollar, promover, proteger y preservar las obras audiovisuales nacionales y la industria audiovisual (CNCA, 2017b). Al alero institucional del CNCA, el CAIA es responsable de administrar el Fondo de Fomento Audiovisual (FFA), que proporciona la principal fuente de financiamiento para proyectos audiovisuales, a través de convocatorias anuales, abiertas a personas naturales y personas jurídicas. El FFA, regido inicialmente por el Decreto 151 del Ministerio de Educación, contempló cuatro líneas de financiamiento: Creación y producción de obras audiovisuales, Formación profesional, Investigación y capacitación, y Difusión y exhibición de obras audiovisuales. En 2007, este duplicó su presupuesto y creó una quinta línea concursable, Implementación y equipamiento para el desarrollo audiovisual, además de un "Programa de Formación de Público desarrollado por salas de cine arte apoyado por asignaciones directas del Fondo" (CNCA, 2007, p. 1).

Ese mismo año, el CAIA propuso un horizonte estratégico para el desarrollo del sector con el documento "Política Nacional del Cine y el Audiovisual", cuyo objetivo era guiar a los organismos públicos y privados en las prioridades para la utilización del Fondo de Fomento, así como incentivar una producción nacional sostenida y sustentable en el tiempo. Sin embargo, la propuesta no fue aprobada, y el audiovisual no contó con una política sectorial hasta diez años después, con la publicación de la Política Nacional del Campo Audiovisual 2017-2022.

Esta política sectorial fue el resultado de un proceso participativo que incluyó reuniones consultivas regionales y nacionales para proporcionar un diagnóstico de los desafíos que enfrentaba el campo, y su proyección para los siguientes cinco años. Hasta entonces, la Ley de Cine era una política sectorial de facto enfocada principalmente en apoyar la creación y producción audiovisual nacional. La Política Nacional del Campo Audiovisual 2017-2022 amplió significativamente este enfoque, al incluir la distribución, exhibición y comercialización, educación e investigación, patrimonio cinematográfico y participación de los públicos, aportando una aproximación más integral al desarrollo del sector audiovisual. El documento contempla seis ámbitos de acción estratégicos, treinta y tres objetivos específicos y noventa medidas. Sus objetivos específicos relativos a públicos fueron: promover la formación de público en el contexto preescolar y escolar, fomentar la mediación audiovisual para el público general, y, finalmente, garantizar el acceso a la producción audiovisual a personas con discapacidad (CNCA, 2017b, p. 65-66).

Pero es en la década del 2010 que las audiencias cinematográficas comienzan a adquirir una atención más rigurosa por parte del CNCA y del CAIA, inaugurando un nuevo periodo en la institucionalidad del sector audiovisual. En 2014, se encargó el Estudio comparativo y propuestas de políticas de fomento al incremento de audiencias de cine nacional en el mercado local (CNCA, 2014). Este estudio generó seis recomendaciones, entre las que se encuentra la elaboración de un Plan Estratégico Nacional para la Creación y Formación de Audiencias, en el que participen todos los agentes del sector (públicos y privados), con el objetivo de "Generar, desde edades tempranas, una masa crítica de espectadores de cine nacional, destacando la experiencia de la asistencia a salas de cine", así como "Atraer a nuevos espectadores, no necesariamente de los segmentos más jóvenes, al cine nacional" (p. 89), entre otros. Para ello, el documento propone "una reforma y actualización a la normativa vigente y, en particular, a la Ley de Fomento del Audiovisual" (p. 89).

Tras la publicación de la política sectorial y en respuesta a la creciente inquietud por los públicos, en 2017 el CNCA encargó el Estudio Diagnóstico del Panorama de la Formación de Públicos para el Audiovisual en Chile (Observatorio de Políticas Culturales, 2017), para el que se convocó a agentes

culturales de todo el país a mesas de trabajo. Si bien los participantes valoraron que en la Política Nacional del Campo Audiovisual se desarrolla una preocupación específica por los públicos, esta no estuvo exenta de críticas:

> "La promoción del desarrollo de públicos se da más a través de iniciativas individuales que a través de una política institucional, y esto se percibe como una debilidad general de las políticas culturales del país. En efecto, consideran que se le entrega la responsabilidad de formar públicos del audiovisual a organizaciones culturales y no se hace cargo el Estado en una forma más consistente. En otros términos, se critica la tercerización del rol público de formar a los futuros públicos del cine y la cultura visual" (p. 128).

Por lo tanto, los resultados de este estudio reiteran la necesidad de una política de públicos para el cine nacional. Cabe destacar, sin embargo, que estas demandas no repercutieron en la elaboración de una política específica para los públicos del audiovisual. En lugar de ello, el audiovisual fue incluido como campo de acción disciplinar en el Plan Nacional de Desarrollo y Formación de Públicos 2021-2024.

Respecto al sector audiovisual, este plan insta al CAIA a "Impulsar la formación, desarrollo, participación de los públicos a través de mediación audiovisual, co-creaciones y/o co-programaciones", además de la "generación de comunidades de públicos" (MINCAP, 2021a, p. 101). Para ello, contempla entre sus ámbitos de acción a festivales colaboradores del CAIA; formación de públicos para el audiovisual; formación, desarrollo y participación de públicos en Salas de Cine Arte; inclusión de públicos con discapacidad; cineclubes escolares en red; y formación de mediadores(as) del audiovisual. Estas disposiciones se materializan como requerimientos en las bases de las convocatorias a diversas líneas del Fondo Audiovisual, especialmente a través del Programa de formación de públicos para el audiovisual, el que incluye dos modalidades: formación de públicos en salas de cine y formación en mediación audiovisual.

Esbozar este itinerario nos permite situar el audiovisual dentro del campo cultural y comprender los hitos clave que dan forma al escenario actual, con la publicación de la nueva Política Nacional Audiovisual 2025-2030, que viene a suplir años de vacío en el marco normativo.

Desafíos y proyecciones para el desarrollo de públicos del audiovisual

La actualización de la política nacional para el audiovisual forma parte de un esfuerzo del MINCAP por renovar las estrategias sectoriales, incluyendo también a los campos de la Música, las Artes Escénicas, las Artes de la Visualidad y la Artesanía. Mediante la articulación entre las políticas sectoriales y las estrategias quinquenales de cultura, el Ministerio pretende unificar objetivos bajo una visión estratégica coherente para "mejorar la pertinencia, eficiencia y eficacia de la acción pública" (MINCAP, 2024a, p. 19).

En ese sentido, la nueva Política Nacional del Campo Audiovisual 2025-2030 sitúa la pregunta por la eficacia y eficiencia de las políticas culturales dentro del proceso de implementación de la misma. Según Garrido (2014), es fundamental que la institucionalidad cultural se cuestione "para qué intervenir, cómo intervenir y finalmente cómo evaluar y retroalimentar sus resultados. Sin estas respuestas, el sentido de la intervención pública será ambiguo" (p. 26). La pregunta 'para qué intervenir', agrega la autora, refiere a la justificación económica y/o social de las decisiones en las que las instituciones basan sus líneas de apoyo, además del planteamiento de metas cuantitativas y cualitativas claras; metas que se desprenden de una adecuada evaluación de los proyectos de intervención en el sector (Garrido, 2014).

Entonces, ¿para qué formar públicos del audiovisual? Los agentes culturales del campo coinciden en señalar la necesidad de "formar públicos para la sustentabilidad y futuro del campo audiovisual local" (OPC, 2017, p. 134). Por otro lado, "Participar de la vida cultural como públicos tiene alcances que trascienden la práctica misma: mejora la calidad de vida y el bienestar; amplía el repertorio de experiencias; desarrolla la imaginación; incide en el sentido de pertenencia a una comunidad; y promueve la cohesión social" (Pérez Castellano, 2020, citado en CNCA, 2021a, p. 11). Sin embargo, y a pesar de que la formación de públicos estuvo entre los objetivos de la Política Nacional Audiovisual 2017-2022, persistía en esta una falta de herramientas teórico-metodológicas para capacitar a mediadores y gestores, por un lado, y hacer seguimiento sistemático de las iniciativas que incorporan

el enfoque de públicos, por otro, lo que impidió evaluar los alcances que este ha significado para la sostenibilidad del sector en los últimos años.

A diferencia de su antecesora, la Política Nacional del Audiovisual 2025-2030 anunció la puesta en marcha de un proceso de seguimiento y gobernanza, "que permitirá verificar su implementación y el cumplimiento de los objetivos" (MINCAP, 2025a, p. 65). Para ello, se elaboró un Plan de Medidas para el Desarrollo y Fomento de la Política Nacional Audiovisual (MINCAP, 2025b) que operacionaliza los objetivos y "se concibe como un instrumento estratégico de planificación para el periodo 2025-2030 que permitirá gestionar, promover y monitorear su cumplimento de manera concertada" (p. 3). Para lograr aquello, el documento compromete la elaboración de instrumentos de monitoreo y seguimiento, además de reportes semestrales que se difundirán a la ciudadanía a través de plataformas institucionales. Sin embargo, estos instrumentos aún no están disponibles y cabe preguntarse por su implementación en este nuevo gobierno partidario de la austeridad fiscal, con un ministro de las culturas que anuncia profundos recortes en su cartera.

Aún ante este escenario de incertidumbre, la decisión de fortalecer la evaluación de la política para avanzar hacia una gestión institucional efectiva y eficiente implica preguntarse por la eficacia y eficiencia en la gestión de la información sobre las acciones realizadas, pero también por la pertinencia de la información levantada en primer lugar y cómo ésta puede contribuir al desarrollo de públicos. Como plantea Peters (2023), "¿Cuál es el sentido de la producción de conocimiento empírico sobre los públicos?" (p. 80).

Si bien la gestión del conocimiento puede informar la toma de decisiones de gestión basadas en evidencia, su sentido y valor no se limitan a un óptimo rendimiento estratégico. Que las organizaciones conozcan a sus públicos y que la institucionalidad cultural conozca los alcances reales de ese trabajo de las organizaciones permite adentrarnos en una dimensión fundamental del desarrollo de públicos que es más cualitativa que cuantitativa: la implicación de los públicos con sus espacios culturales locales y la creación de comunidades. Más allá del trabajo que, por ejemplo, realiza la DIPRES en la evaluación de programas públicos, existe un potencial de crecimiento para el sector poco explorado hasta ahora basado en priorizar la calidad de los vínculos entre las organizaciones culturales y sus públicos, considerando que son estas quienes efectivamente ejecutan las políticas a nivel territorial. Este cambio de perspectiva, de una mirada más economicista a una que realmente ponga a los públicos en el centro, tendría efectos tanto en la gestión de los públicos como en la producción y gestión de conocimiento sobre ellos. En otras palabras, conocer a los públicos no se limita a hacer encuestas y perfiles de público para cumplir con las bases de los fondos concursables, sino que implica producir información que pueda convertirse en conocimiento para entender, por ejemplo, cómo se construyen confianzas, cómo se profundizar los vínculos y cómo se implican finalmente los públicos con sus espacios culturales locales. Con ello recién será posible sentar las bases para explorar otros modelos de gobernanza y participación de la ciudadanía en la gestión cultural.

Bibliografía

Antoine, C. (2008). Audiencias y consumo cultural en Chile. ¿Tópico o justificación de un modelo de democratización de la cultura? 1990-2005. Periodismo, Comunicación y Sociedad, 2(5), 65–83. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3129949

Antoine, C. (2012). Vivir de espaldas al público. Las paradojas frente al desarrollo de audiencias. Quaderns d'animació i educació social, (15), 1-10. https://factorialab.com/wp-content/uploads/2024/05/AC001_07-Vivir-de-espaldas.pdf

de Cea, M. (2012). Ideología política y política cultural en el Chile contemporáneo: continuidades y rupturas. Observatorio Cultural, 12. https://observatorio.cultura.gob.cl/index.php/2018/10/02/oc-12-articulo-1/

Consejo Nacional de la Cultura y las Artes. (2005). Chile quiere más cultura: Definiciones de Política Cultural 2005-2010. https://observatorio.cultura.gob.cl/index.php/2018/11/29/chile-cultura/

Consejo Nacional de la Cultura y las Artes. (2007). Política Nacional del Cine y el Audiovisual: Propuesta Consejo del Arte y la Industria Audiovisual.

https://www.observatoriopoliticasculturales.cl/wp-content/uploads/2013/03/Pol%C3%ADtica-Nacional-del-Cine-y-el-Audiovisual-

Consejo Nacional de la Cultura y las Artes. (2011). Política Cultural 2011-2016. https://observatorio.cultura.gob.cl/index.php/2018/11/29/politica-cultural-2011-2016/

Consejo Nacional de la Cultura y las Artes. (2014a). Estudio comparativo y propuestas de políticas de fomento al incremento de audiencias de cine nacional en el mercado local.

https://observatorio.cultura.gob.cl/index.php/2021/01/31/estudio-comparativo-y-propuestas-de-politicas-de-fomento-al-incremen

Consejo Nacional de la Cultura y las Artes. (2017a). Política Nacional de Cultura 2017-2022. https://observatorio.cultura.gob.cl/index.php/2018/11/29/politica-nacional-de-cultura-2017-2022/

Consejo Nacional de la Cultura y las Artes. (2017b). Política Nacional del Campo Audiovisual 2017-2022.

https://observatorio.cultura.gob.cl/index.php/2018/12/18/politica-nacional-del-campo-audiovisual-2017-2022/

Garretón, M. (2008). Las políticas culturales en los gobiernos democráticos en Chile. En Rubim, A. & Bayardo, R. (Orgs.), Politicas Culturais na Ibero America (pp. 75-118). Editora da Universidade Federal da Bahia.

Garrido, I. (2014). Análisis de Política Audiovisual y caracterización del sector cinematográfico: una propuesta metodológica para la industria en Chile. Tesis de pregrado, Universidad de Chile, Repositorio académico de la Universidad de Chile. https://repositorio.uchile.cl/handle/2250/115434

di Girólamo, C. (2008). Los cabildos culturales: Una experiencia chilena de ejercicio de ciudadanía cultural a través de la participación social. https://obra-gruesa.cultura.gob.cl/texto-de-referencia/cabildos-nacionales-de-cultura/

Ministerio de Educación. (1997). Política Nacional de Fomento y Desarrollo del Cine y la Industria Audiovisual. https://repositorio.cultura.gob.cl/handle/123456789/3545

Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio. (2019). Plan de Programación y Públicos. https://www.cultura.gob.cl/programacionypublicos/wp-content/uploads/sites/42/2019/11/cuadernillo-programacion-publicos.pdf

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

https://www.cultura.gob.cl/wp-content/uploads/2021/09/plan-nacional-de-desarrollo-y-formacion-de-publicos-2021-2024.pdf

Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio. (2021b). Desarrollo y Formación de Públicos. https://publicosyterritorios.cultura.gob.cl/libro-publicos/

Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio. (2024). Estrategia Quinquenal Nacional 2024-2029.

https://observatorio.cultura.gob.cl/index.php/2025/03/03/estrategia-quinquenal-nacional-2024-2029/

Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio. (2025a). Política Nacional Audiovisual 2025-2030.

https://www.cultura.gob.cl/estrategias/wp-content/uploads/sites/82/2025/10/politica-audiovisual-2025-2030.pdf

Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio. (2025b). Plan de Medidas para el Desarrollo y Fomento de la Política Nacional Audiovisual 2025-2030. https://www.cultura.gob.cl/estrategias/wp-content/uploads/sites/82/2026/01/mincultura_pmdfp_audiovisual.pdf

Mondini, V. (2023). Políticas culturales en Chile: Caracterización, perspectivas y principales desafíos para el periodo 2023-2027. Centro Políticas Públicas, Universidad Finis Terrae.

https://centropoliticaspublicas.uft.cl/wp-content/uploads/2023/12/PoliticasCulturalesFinal.pdf

Observatorio de Políticas Culturales. (2017). Estudio Diagnóstico del Panorama de la Formación de Públicos para el Audiovisual en Chile, Informe no publicado.

Palma, T., Alvarado, P. & García, I. (2015). Reflexiones teóricas y metodológicas para el estudio de audiencias culturales. https://www.academia.edu/34023242/REFLEXIONES_TE%C3%93RICAS_Y_METODOL%C3%93GICAS_PARA_EL_ESTUDIO_DE_AU

Peters, T. (2023). La incesante brecha: Políticas culturales y desigualdad en Chile. Ediciones OPC.

Plataforma Audiovisual. (1999). Propuesta de proyecto de ley de Fomento al Audiovisual Chileno. https://repositorio.cultura.gob.cl/handle/123456789/3547

Notas

1

Diversas agrupaciones del cine y el video se congregaron en torno a Plataforma Audiovisual, incluyendo la Asociación de Productores de Cine y TV (APCT), Unión de Productores y Directores de Cine de Largometraje (UNICINE), Asociación de Cortometrajistas de Chile (ACORCH), Red Nacional de Video Popular y TV Comunitaria, Corporación Cinematográfica Chilena, Corporación Chilena de Video, Coordinación de Escuelas de Imagen y Sonido, y Estudiantes de Imagen y Sonido.

Como citar: Navarrete, J. (2026). Pasado, presente y futuro de las políticas para el desarrollo de públicos del audiovisual en Chile, *laFuga*, 29. [Fecha de consulta: 2026-11-25] Disponible en: http://2016.lafuga.cl/pasado-presente-y-futuro-de-las-politicas-para-el-desarrollo-de-publicos-del-audiovisual-en-chile/1287