



Encuesta de Caracterización de Públicos GAM 2023

Informe de resultados

Área de Estudios
Centro Cultural Gabriela Mistral GAM

Santiago, 2024

Encuesta de Caracterización de públicos GAM 2023, Informe de resultados.
Julio 2024

Estudio a cargo y ejecutado por el Área de Estudios de GAM:

Valentina Torres Novoa, Coordinadora de Estudios de GAM
Javiera Candia Astorga, Coordinadora de Estudios de GAM

Encuestadoras en terreno:

Sandra Lagos Silva
Constanza Faúndez Arias
Antonia Rojas Ortega

¿Cómo citar este estudio?

Centro Gabriela Mistral GAM (2024). Encuesta de Caracterización de Públicos GAM 2023. Santiago de Chile. Recuperado de www.gam.cl/estudios

Se autoriza la reproducción parcial citando la fuente correspondiente.

Presentación

Para diseñar estrategias que promuevan el acceso y la participación cultural, resulta fundamental comprender quiénes son los públicos y cómo se comportan. Por esta razón, el área de Estudios de GAM ha llevado a cabo, de manera sistemática desde los inicios del centro cultural, la Encuesta de Caracterización de Públicos (ECP). Este informe presenta los resultados de su décima versión (2023)

En esta edición se recopilieron datos en torno a cuatro grandes variables: caracterización sociodemográfica, prácticas de participación cultural, relación y vínculo con GAM, y Comunicaciones y difusión de la oferta programática.

La ECP al generar información longitudinal y específica por tipo de público según la actividad en la que es encuestan a estos, permite analizar las transformaciones de su composición en el tiempo y cómo implican tanto los diferentes fenómenos sociales, políticos y culturales en estos, como también las decisiones de gestión, programáticas y artísticas de la institución. En este sentido, contar con mediciones de forma permanente es fundamental para la toma de decisiones estratégicas, y evaluar los efectos de la gestión y tácticas específicas en momentos determinados.

Esta décima versión es de especial relevancia ya que es la primera encuesta de caracterización de públicos posterior al periodo de pandemia (2020-2021). La versión anterior se llevó a cabo a mediados de 2021, cuando aún regían normativas y aforos reducidos en teatros y espacios culturales. En ese contexto, y para incluir tanto a públicos digitales como presenciales, el instrumento fue híbrido. En cambio, esta décima versión (2023) retoma la recolección de datos únicamente de manera presencial, volviendo a la metodología de las ediciones anteriores y permitiendo una comparación más precisa con el periodo prepandemia, cinco años después de la versión de 2018.

La literatura, y la experiencia han demostrado que es necesario observar y analizar la composición de los públicos desde el entendido de su complejidad y diversidad. Esto requiere métodos rigurosos y estadísticamente confiables, así como instrumentos cercanos, diseñados para dialogar con los públicos y aplicados de manera contextual durante la experiencia.

Otro aspecto importante, es que la Encuesta de Caracterización de Públicos 2023, buscó aportar y alinearse con las transformaciones y debates de la institucionalidad cultural ministerial, como también con el cambio de paradigma que asume el Centro Cultural Gabriela Mistral, poniendo al centro el enfoque de la democracia cultural. En términos prácticos esto implicó algunas modificaciones en la operacionalización de las variables, junto con la integración de nuevas preguntas sobre participación cultural.

Índice

Presentación.....	3
Metodología.....	5
Resultados.....	7
1. Caracterización Demográfica.....	7
2. Participación cultural.....	18
3. Vinculación con GAM.....	28
4. Comunicaciones y difusión GAM.....	40
Conclusiones.....	¡Error! Marcador no definido.

Metodología

El estudio tiene un enfoque cuantitativo, basado en el método de encuesta social, con un diseño no experimental, longitudinal y de alcance descriptivo.

Las encuestas previas a esta versión de 2023 corresponden a los años 2011, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016, 2017, 2018 y 2021.

Al igual que en sus versiones anteriores, el **universo** corresponde a todos los públicos que participan de alguna actividad específica en GAM. El cálculo del universo se realizó en base a la cantidad total de públicos del año anterior.

La encuesta utilizó una **muestra probabilística estratificada**, con un margen de error del 3%. En total se alcanzaron **1.193 casos** (respuestas válidas), alcanzando la representatividad de los datos esperados.

La muestra estratificada buscó captar la especificidad de cada tipo de público según la actividad en la que participaron (y en la que fueron encuestados), permitiendo establecer comparaciones que visibilicen y evidencien su heterogeneidad. Los estratos corresponden a los públicos de teatro, danza, conciertos de música, como también aquellos que visitan las exposiciones en la Sala de Artes Visuales y Sala Mapa, los usuarios de la biblioteca (BiblioGAM), quienes participan de los programas y actividades de Mediación, los públicos de Comunidades (que usan de manera grupal los espacios de GAM con sus propias actividades), además de los públicos que asisten a otras actividades como ferias, lanzamientos, conversatorios, etc. Además, se consideraron los públicos de la cafetería (Café Público) y del restaurante (Bar El Bajo), ambos ubicados dentro del centro cultural. Cabe mencionar que, en versiones anteriores de la encuesta, estos últimos se medían por separado, pero en esta versión conforman un solo grupo.

Es importante señalar que los públicos del espacio CityLAB (locatarios) no fueron considerados en esta versión de la encuesta. Esto se debe a que, en el momento del diseño y cálculo muestral, no se contaba con registros específicos de públicos para este espacio. Además, a diferencia de la gestión actual, las actividades artísticas en ese lugar no se desarrollaban de manera recurrente.

En la siguiente tabla se presentan los valores de las submuestras por estrato, calculadas de forma proporcional al peso muestral, basado en la cantidad de públicos del año anterior (2022).

Tabla 1. Estratos de la muestra, frecuencia y porcentaje respecto a la muestra total.

Segmento	Frecuencia	Porcentaje
Función de Teatro (o multidisciplinar)	155	13%
Función de Danza	82	6,9%
Función de Música	50	4,2%
Sala Artes Visuales	197	16,5%
Sala MAPA	138	11,6%
BiblioGAM (usuarios)	125	10,5%
Actividades de Mediación y Vinculación	50	4,2%
Comunidades	57	4,8%
Café Público / Bar el Bajo	106	8,9%
Otras actividades de programación	233	19,5%
Total	1193	100%

El cuestionario se estructuró en 4 dimensiones: 1) Caracterizan sociodemográfica, 2) Prácticas de participación cultural, 3) Relación y vínculo con GAM, y 4) Comunicaciones y difusión de la oferta programática. Fue aplicado por un equipo de tres encuestadoras en terreno, de manera presencial durante los meses de octubre, noviembre y diciembre de 2023. Además, para lograr la muestra completa, se extendió el trabajo en terreno durante las primeras dos semanas de enero de 2024 (considerando solo a públicos de BiblioGAM y de las actividades de Mediación).

El análisis presentado en el informe se ordena según las dimensiones de la encuesta y cada variable considera un análisis descriptivo. Aquellas variables longitudinales muestran sus comparativos con años anteriores, considerando el periodo 2016 – 2023, es decir un rango de 8 años. Se debe considerar que la versión 2021, tuvo un instrumento que fue aplicado de manera digital y presencial.

Además se agregan tablas de contingencia que comparan los distintos tipos de públicos según los estratos, y se establecen relaciones significativas cuando corresponde.

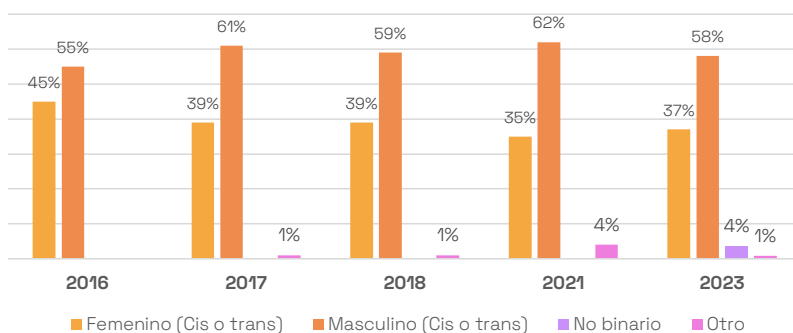
Resultados

1. Caracterización Demográfica

Esta primera dimensión considera variables que permiten caracterizar sociodemográficamente a los públicos de GAM, en cuanto a su género, edad, nacionalidad, región, zona y comuna de residencia, vecindad, pertenencia a pueblos originarios, discapacidad, afrodescendencia, ocupación, nivel educacional y nivel socioeconómico.

En primer lugar, los públicos de GAM son predominantemente de género femenino, tendencia que se ha mantenido durante los años. El 58% de los públicos son de género femenino, el 37% de género masculino, un 4% son personas no binarias, y un 1% indica que otro. Cabe destacar, que esta pregunta ha tenido modificaciones en sus alternativas de respuestas, desde el año 2017 se reemplazó la pregunta sobre el sexo a género, y se incluyó la alternativa “otro género”, luego en el año 2023, se incluye la alternativa “no binario” aparte de “otro género”.

Gráfico 1. Género - ECP 2023
(n=1.058)

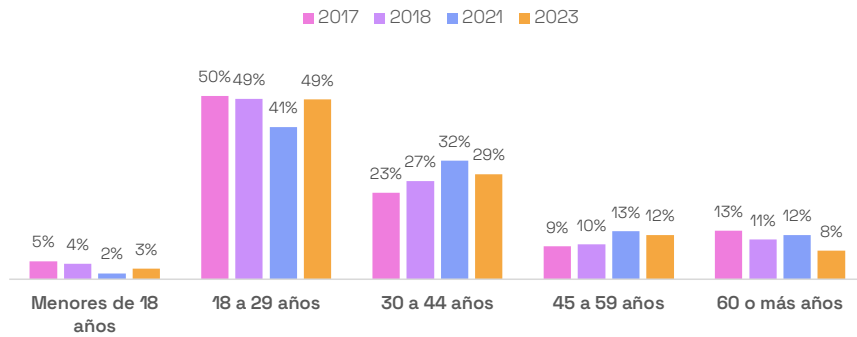


En cuanto a la edad de los públicos, se observa que casi la mitad de éstos son jóvenes entre 18 a 29 años (49%) rango etario que se ve incrementado respecto a la encuesta anterior el año 2021, sin embargo se mantiene constante en comparación con los años pre-pandemia (2018 y 2017). El

segundo rango etario predominante es el público adulto joven entre 30 a 44 años, éstos representan el 29% de los públicos, seguido por los públicos adultos de entre 45 a 50 años con un 12%. En menor porcentaje se encuentran los públicos adolescentes, menores de 18 años (3%) y las personas mayores de 60 años (8%).

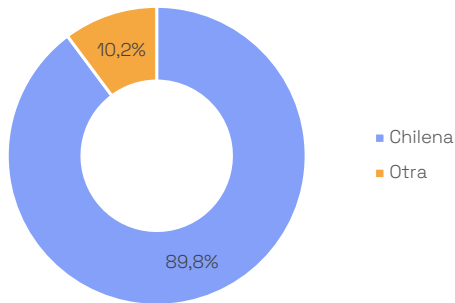
Comentado [MOU1]: Agregar cruce etario por segmento/actividad.

Gráfico 2. Rango etario - ECP 2023
(n=1.193)



En cuanto a la nacionalidad, el 10,2% de los públicos tienen una nacionalidad distinta a la chilena, éste porcentaje incrementó en 4,6 puntos porcentuales respecto a la ECP 2021. Estas corresponden en su mayoría a personas de nacionalidad venezolana (1,3%), argentina (0,9%), brasileña (0,9%), mexicana (0,9%), peruana (0,9%), y colombiana (0,8%).

Gráfico 3. Nacionalidad - ECP 2023
n= 1.059

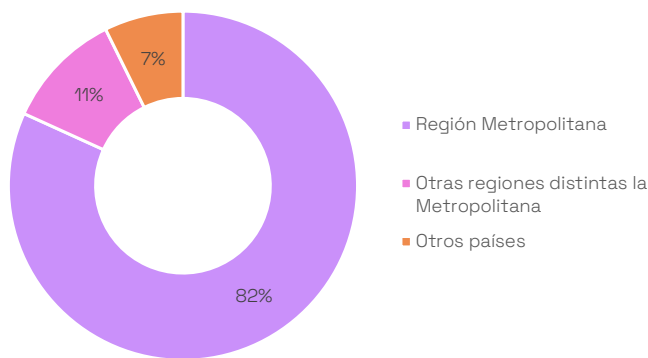


Ahora bien, según el lugar de residencia de los públicos, un 7,3% viven en otros países, es decir son turistas, la mayoría

proviene de Brasil (0,9%), México (0,8%) y Perú (0,6%).¹

De quienes si viven en Chile (93%), la gran mayoría, un 88,2% reside en la región Metropolitana y el 11,2% en otras regiones del país.

**Gráfico 4. Zona de residencia de los públicos - ECP
2023
(n=1.062)**



Los porcentajes de participación de públicos de regiones distintas a la Metropolitana no superan el 3,0% como es el caso de la Región de Valparaíso. Sigue en orden decreciente los públicos de la región de Biobío (1,6%) y los de la región del Libertador General Bernardo O'Higgins (1,5%).

Tabla 1. Porcentaje según región de residencia

Región de residencia	%
Región Metropolitana	88,2
Región de Tarapacá	0,1
Región de Antofagasta	0,3
Región de Atacama	0,4
Región de Coquimbo	1,1
Región de Valparaíso.	3,0
Región del Libertador General Bernardo O'Higgins	1,5
Región del Maule	1,1
Región del Ñuble	0,8

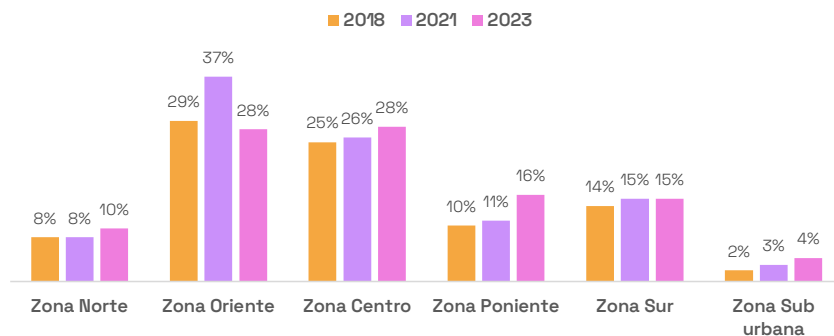
¹ Se debe considerar que estos porcentajes no consideran a públicos turistas que no hablan español, debido a la factibilidad de la aplicación del cuestionario en terreno.

Región del Biobío	1,6
Región de La Araucanía	0,2
Región de Los Ríos	0,4
Región de Los Lagos	0,7
Región de Magallanes y la Antártica Chilena	0,4

Al analizar los públicos de la Región Metropolitana según zona de residencia, se observa que la proporción mayoritaria corresponde a públicos de la zona oriente y a la zona centro con el mismo porcentaje de 28%. Esta variación es importante, ya que históricamente la zona oriente, la cual corresponde a las comunas con mayores ingresos del país era la zona de residencia más frecuente entre los públicos, este porcentaje disminuye en un 11% respecto a los datos arrojados en la ECP 2021.

Luego de la zona oriente y centro, sigue la zona poniente con un 16%, la cual aumenta su proporción en 5 puntos porcentuales, sigue la zona sur con un 15%, manteniendo el porcentaje obtenido en la ECP 2021. Con menor proporción sigue la zona norte con un 10% y la zona sub urbana con un 4%.

Gráfico 5. Zona de la RM de residencia - ECP 2023 (N=865)



Al analizar las comunas de procedencia de los públicos, se observa que las con mayores porcentaje en orden decreciente son: Santiago (19,9%), Ñuñoa (8,7%), Providencia (7,3%), Maipú (6,8%), La Florida (4,9%) y Puente Alto (4,0%).

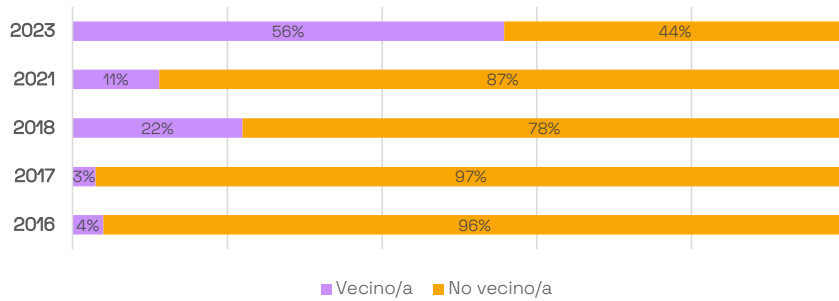
Tabla 2. Comuna de residencia de los públicos según zona de la Región Metropolitana

Zona	Comuna	%
Zona Norte	Recoleta	2,4
	Huechuraba	1,4
	Colina	0,5
	Conchalí	1,0
	Quilicura	1,7
	Tiltil	0,1
	Independencia	2,4
Total	9,6	
Zona Oriente	Las Condes	3,5
	La Reina	1,8
	Peñalolén	2,2
	Lo Barnechea	0,6
	Macul	2,9
	Nuñoa	8,7
	Providencia	7,3
Vitacura	0,6	
Total	27,5	
Zona Poniente	Lo Prado	0,9
	Cerrillos	0,8
	Maipú	6,8
	Pudahuel	2,8
	Quinta Normal	2,5
	Renca	0,9
	Cerro Navia	0,9
Total	15,7	
Zona Centro	Estación Central	2,5
	Pedro Aguirre Cerda	1,6
	San Joaquín	0,3
	San Miguel	3,6
	Santiago	19,9
Total	28,0	

Zona	Comuna	%
Zona Sur	Puente Alto	4,0
	San Bernardo	1,7
	La Pintana	0,9
	El Bosque	0,6
	La Cisterna	1,0
	La Granja	0,3
	Lo Espejo	0,8
	San Ramón	0,7
	La Florida	4,9
	Total	15,0
Zona Sub Urbana	Lampa	0,2
	San José de Maipo	0,1
	Pirque	0,2
	María Pinto	0,1
	Melipilla	0,7
	Peñaflor	0,3
	Padre Hurtado	0,6
	Talagante	0,7
	Buín	0,5
	Calera de Tango	0,2
	Paine	0,3
	Curacaví	0,1
Total	4,2	

Siguiendo con el lugar de residencia, llama la atención el alto porcentaje de los públicos que se considera vecino o vecina de GAM, el 55,5% de quienes residen en la Región Metropolitana responde afirmativamente a esta pregunta. Se ha llegado a la conclusión, que el porcentaje inusual está influenciado por el énfasis de la pregunta, considerándose no solamente la relación de vecindad en términos territoriales en cuanto a la cercanía con el lugar de residencia, estudio o trabajo, sino también respecto al sentido de pertenencia y vinculación identitaria.

Gráfico 6. Públicos que se perciben como vecinos o vecinas de GAM - ECP 2023 (n= 865)



Si siguiendo con la caracterización sociodemográfica, el 11% de los públicos de GAM pertenecen a un pueblo originario, porcentaje que ha disminuido respecto a los años anteriores. En su mayoría son personas que pertenecen al pueblo mapuche (76%), con un porcentaje mucho menor le siguen las personas que pertenecen al pueblo aymara (3%), quechua (3%) y diaguita (3%).

Gráfico 7. Pertenencia a pueblos originarios de los públicos de GAM - ECP 2023 (n= 1.057)

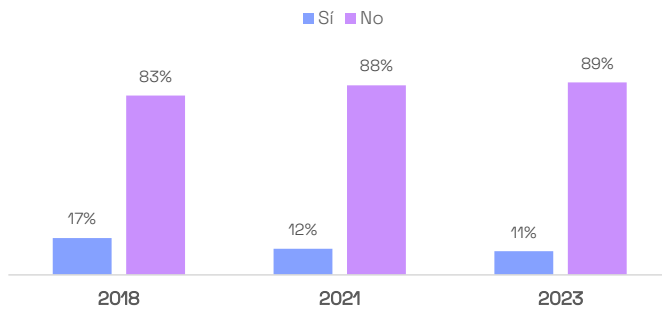
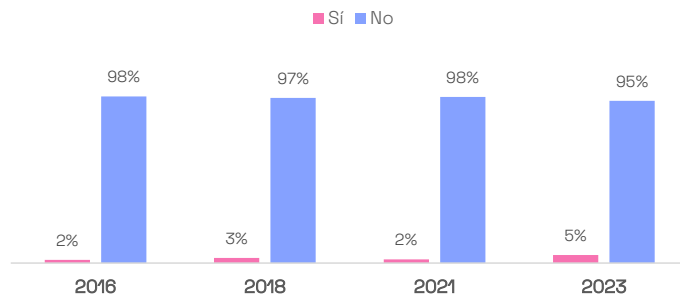


Gráfico 7. Pertenencia a pueblos originarios de los públicos de GAM

Por otra parte, el 3,6% de los públicos son afrodescendientes.

El porcentaje de públicos con discapacidad es del 5%, incrementándose en 3 puntos porcentuales respecto a la última medición (ECP 2021).

Gráfico 8. Públicos con discapacidad - ECP 2023
(n= 1.056)



Al preguntar el o los tipos de discapacidad que presentan los públicos, el 1,4% indica tener una discapacidad física y/o de movilidad, seguido del 1,3% discapacidad psiquiátrica, mental o intelectual. Con menor porcentaje están los públicos con sordera o dificultad para oír aun usando audífonos (0,6%), ceguera o dificultad para ver aun usando lentes (0,4%) y mudez o dificultad de habla (0,1%). Además un 0,7% indica tener otro tipo de discapacidad no indicada en las alternativas de respuestas.

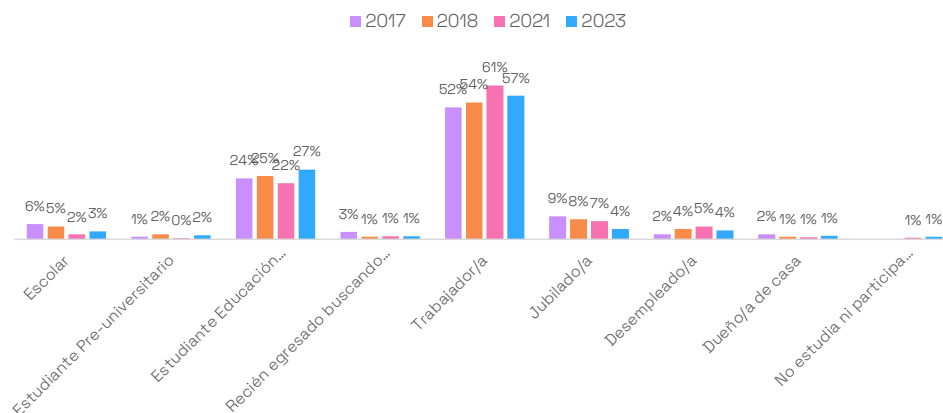
Tabla 3. Tipo de discapacidad de las personas con discapacidad.

Tipo de discapacidad	%
Física y/o de movilidad	1,4%
Mudez o dificultad de habla	0,1%
Psiquiátrica, Mental o intelectual	1,3%
Sordera o dificultad para oír aun usando audifono	0,6%
Ceguera o dificultad para ver aun usando lentes	0,4%
Otra	0,7%

Ahora bien, según la ocupación de los públicos, se observa que la gran mayoría es trabajador/a (57%), seguido por estudiantes de educación superior (27%). Cabe mencionar que en el primer caso, este porcentaje decrece respecto a la ECP 2021 en 4 puntos porcentuales, mientras la ocupación estudiante de educación superior se incrementó en 6 puntos porcentuales. Por otra parte, se observa una disminución de personas de ocupación jubilado/a (4%) en comparación con los últimos años. De todas

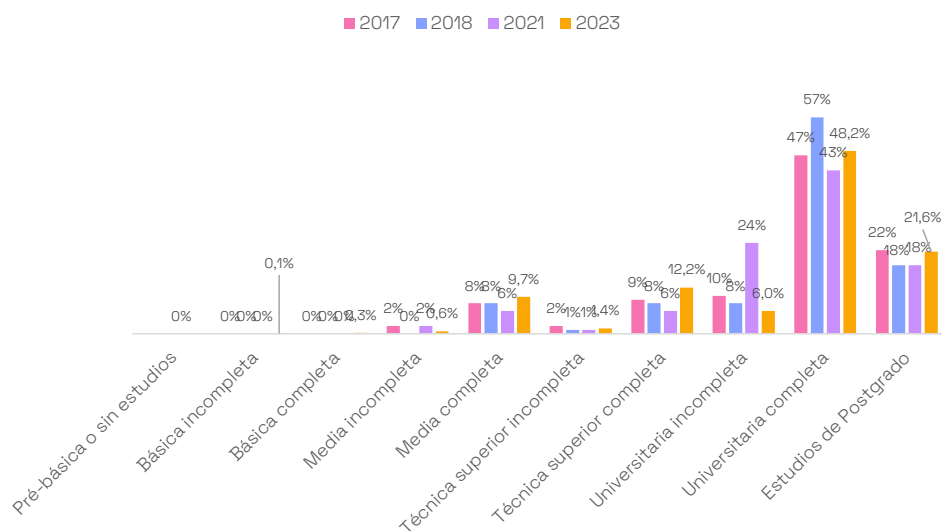
maneras, en general se mantienen la tendencia de la ocupación de los públicos.

Gráfico 9. Ocupación de los públicos de GAM - ECP 2023
(n= 1.056)



Otra variable importante al observar la composición de los públicos es el nivel educacional. En general la gran mayoría de los públicos tiene estudios universitarios, el 69,8% tiene al menos educación universitaria completa. Al analizar más específicamente, se observa que el 48,2% su nivel máximo alcanzado es universitaria completa, seguido del 21,6% que su nivel máximo son estudios de postgrado (magister o doctorado). En menor proporción, un 12,2% sigue los públicos cuyo nivel máximo alcanzado es educación técnica superior completa, seguido del 9,7% de nivel educación media completa. Los demás niveles alcanzan porcentajes menores a éste último, los que se pueden observar en el gráfico 10.

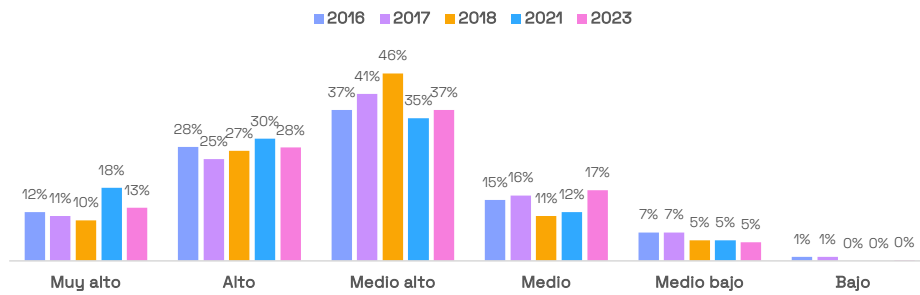
Gráfico 10. Nivel educacional de los públicos de GAM - ECP 2023
(n= 715)



El nivel socioeconómico de los públicos es en su mayoría medio alto, un 37% se encuentra en este segmento, el que mostró un incremento en las encuestas realizadas los años 2017 y 2018, y este año vuelve a tener la misma proporción que en el año 2016.

Le siguen los públicos de nivel socioeconómico alto (28%), y medio (17%), seguido de los públicos de nivel socioeconómico muy alto (13%). Los segmentos de menores ingresos y mayor vulnerabilidad tienen una baja representación, solo un 5% de los públicos es de nivel socioeconómico medio bajo, y no existen casos de nivel bajo (0%).

Gráfico 11. Nivel socioeconómico - ECP 2023
(n= 1.037)



Al observar el nivel socioeconómico según el tipo de actividad donde se encuestó a los públicos, llama la atención que los públicos de danza, café público/Bar el Bajo, teatro y de la Sala de Artes Visuales son más elitizados en cuanto tienen porcentajes sobre la media para nivel socioeconómico muy alto(13%) .

Así también en el nivel socioeconómico muy alto, se encuentran sobre la media (28%) los públicos de teatro, danza y café público/Bar El Bajo.

Cabe destacar que los públicos de BiblioGAM muestran porcentajes sobre la media para los niveles socioeconómicos medio alto y medio, así también los públicos de Comunidades marcan una tendencia mayor en el nivel medio y medio bajo.

Tabla 4. Nivel socioeconómico según segmento de público

Tipo de actividad	Nivel socioeconómico					
	Muy alto	Alto	Medio alto	Medio	Medio bajo	Baja
Función de Teatro (o multidisciplinar)	17%	38%	33%	12%	1%	0%
Función de Danza	29%	33%	32%	6%	1%	0%
Función de Música	9%	30%	38%	21%	2%	0%
Sala Artes Visuales	16%	23%	38%	19%	3%	1%
Sala MAPA	7%	24%	39%	22%	9%	0%
BiblioGAM	11%	18%	43%	23%	5%	0%
Actividades de Mediación y Vinculación	12%	26%	40%	19%	5%	0%
Comunidades	2%	23%	35%	27%	14%	0%
Café Público / Bar el Bajo	22%	35%	29%	10%	5%	0%
Otras actividades de programación	8%	29%	40%	18%	5%	1%
Total	13%	28%	37%	17%	5%	0%

2. Participación cultural

Para dar un marco general a la participación cultural, se preguntó en la encuesta sobre la participación en organizaciones sociales. A partir de esto, se observa que más de la mitad de los públicos no participa en organizaciones sociales, mientras que el 43% si lo hace. El porcentaje de participación ha bajado en 6 puntos porcentuales respecto al año 2021.

Las organizaciones en las que más participan los públicos de GAM son en primer lugar organizaciones artístico o culturales (11%), este porcentaje disminuyó significativamente respecto al año 2021 en 13 puntos porcentuales.

Llama la atención, la disminución de la participación en organizaciones específicas, por ejemplo la participación en organizaciones y colectivos políticos o movimientos sociales decreció en 13 puntos porcentuales, alcanzando solo el 3% este año. Así también la participación en organizaciones vecinales, también disminuye el porcentaje en 13 puntos porcentuales, alcanzando solo el 2% este año. Lo mismo sucede con la participación en organizaciones animalista o ambientalistas, donde el porcentaje se reduce 8 puntos porcentuales respecto al año 2021, alcanzando solo el 2%.

Gráfico 12. Participación en organizaciones sociales según año
(n 2024 = 1.193)

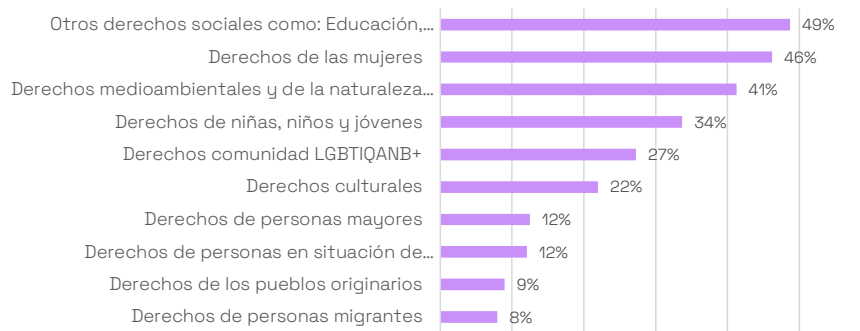


Sobre las causas sociales que representan a los públicos de GAM, el 49% indica los derechos sociales como educación, vivienda, salud, trabajo y seguridad social. Además al 46% de los públicos le representan los derechos de las mujeres, seguido del 41% que indica los derechos medioambientales y de la naturaleza, y con un 34% los derechos de niñas, niños y jóvenes.

Más de un cuarto de los públicos se sienten representados con las causa por los derechos de la comunidad LGBTQI+ (27%).

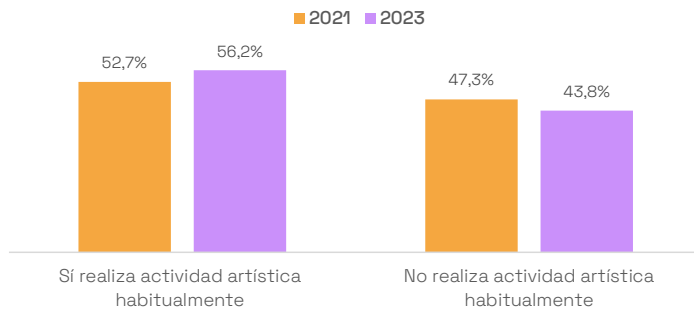
Y una quinta parte (22%) le representan las causas asociadas a los derechos culturales. Con menores porcentajes se encuentra los derechos de las personas mayores (13%), los derechos de las personas con discapacidad (12%), los derechos de los pueblos originarios (9%), y los derechos de las personas migrantes (8%).

Gráfico 13. Causas sociales que representan a los públicos - ECP 2023 (n= 1.193)



Sobre la participación cultural en torno a la realización de prácticas artísticas, se observa que la mayoría de los públicos, el 56,2% indica realizar alguna actividad artística habitualmente, porcentaje mayor en 3,5 puntos porcentuales respecto al año 2021.

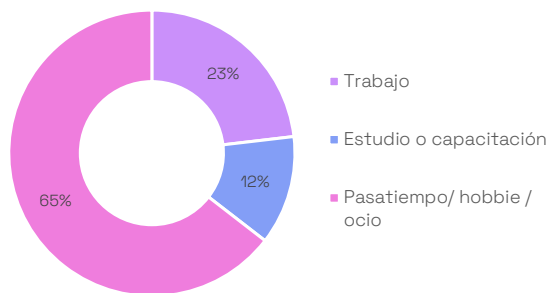
Gráfico 14. Realización de actividades artísticas según año (n= 1.054)



Las motivación principal por la cual realizan actividades artísticas, es en su mayoría a modo de pasatiempo, hobby u ocio, así lo declara el 65% de los públicos.

Por otra parte, el 23% de los públicos indica que la motivación principal es por trabajo, por lo que se infiere que esta es la proporción de artistas que componen los públicos de GAM. Por último el 12% indica que la razón principal se debe a estudio o capacitación.

Gráfico 15. Motivo principal por el cual realiza actividades artísticas (n=592)

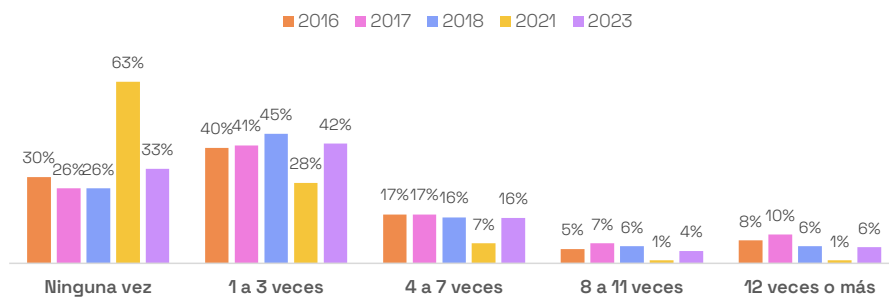


En la siguiente gráficos se muestra la frecuencia en la asistencia a distintos espectáculos de artes escénicas y exposiciones en los últimos 12 meses, y su variación con los últimos años.

Respecto a la asistencia a funciones de teatro, la mayoría de los públicos, un 42%, asistió entre 1 a 3 veces los últimos 12 meses, porcentaje que se igual a los obtenidos a las encuestas realizadas previa al periodo de pandemia (2016, 2017 y 2018), y se incrementa en 14 puntos porcentuales respecto al porcentaje obtenido el año 2021, lo que se entiende por el contexto social sanitario y de la realidad de la oferta programática teatral a nivel nacional. Por otra parte, un tercio de los públicos (33%) indica no haber ido a una función de teatro en los últimos 12 meses, mientras un 16% asistió entre 4 a 7 veces durante los últimos 12 meses, porcentaje similar al de años anteriores previo a la pandemia.

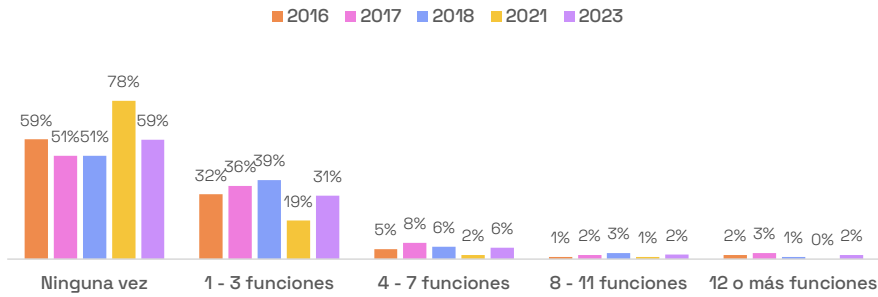
Cabe destacar que un 10% son públicos muy fidelizados de teatro, asistiendo a 8 o más veces en los últimos 12 meses.

Gráfico 16. Asistencia a funciones de teatro en los últimos 12 meses según año- ECP 2023 (n=1.050)



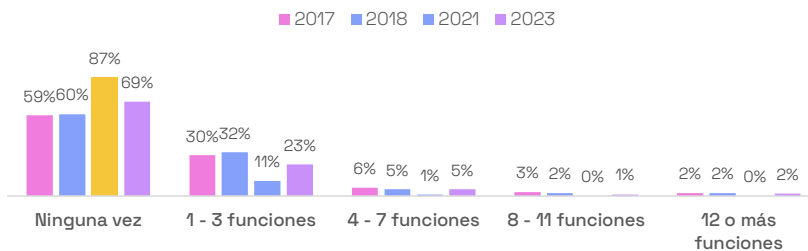
En el caso de la danza, se observa que la mayoría de los públicos, un 59% no asistió a una función en los últimos 12 meses, mientras que el 31% lo asistió entre 1 a 3 veces. Solo un 6% asistió a entre 4 a 7 veces a funciones de danza, y el 4% representan los públicos muy fidelizados que asistieron a 8 funciones o más durante los últimos 12 meses. Los porcentaje mantienen la tendencia con a los anteriores, sin considerar la variación existente durante el año 2021.

Gráfico 17. Asistencia a funciones de danza en los últimos 12 meses según año - ECP 2023 (n=1.050)



Ahora bien, en cuanto a la asistencia a conciertos de música clásica, se observa que la mayoría, el 69% no ha asistido durante los últimos 12 meses, mientras el 23% lo hizo entre 1 a 3 veces. Solo un 5% asistió a conciertos de música clásica entre 4 a 7 veces, y a penas el 3% asistió 8 o más veces los últimos 12 meses. Cabe destacar que en este caso si se advierte una diferencia respecto a los años 2017 y 2018, evidenciándose una disminución en la asistencia de los públicos de GAM a este tipo de espectáculo en particular.

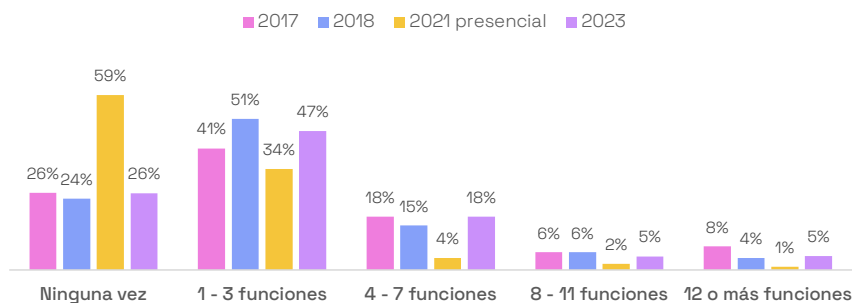
Gráfico 18. Asistencia a conciertos de música clásica en los últimos 12 meses según año - ECP 2023 (n=1.050)



Para el caso de los conciertos de música popular la frecuencia es mayor, la mayoría, el 47% asistió entre 1 a 3 veces los últimos 12 meses, mientras un 18% indicó haber asistido entre 4 a 7 veces a conciertos de música popular,

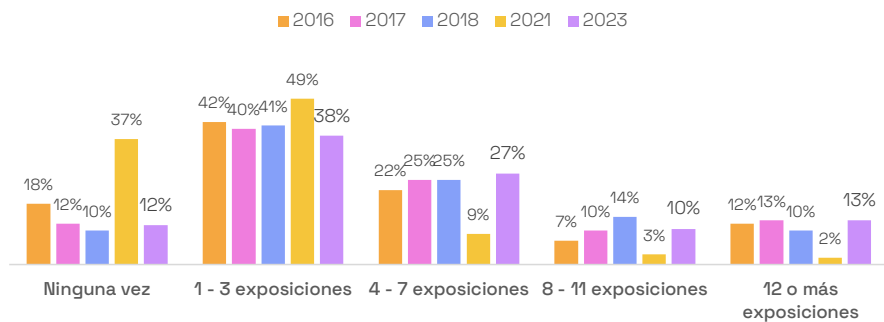
además un 10% asistió 8 o más veces. En esta categoría, solo un cuarto de los públicos declaró no haber asistido durante los últimos 12 meses a un concierto de música popular.

Gráfico 19. Asistencia a conciertos de música popular en los últimos 12 meses según año - ECP 2023 (n=1.050)



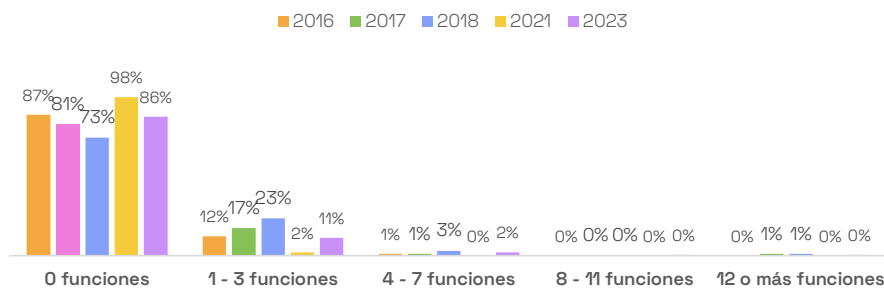
La actividad que en mayor proporción participan los públicos, es la asistencia a exposiciones de arte, solo el 12% declara no haber asistido a una exposición durante los últimos meses. La mayoría, el 38% asistió entre 1 a 3 veces, y el 27% declara haber asistido entre 4 a 7 veces durante los últimos 12 meses. Llama la atención que el 23% asistió a 8 o más exposiciones durante los últimos 12 meses.

Gráfico 20. Asistencia a exposiciones de arte en los últimos 12 meses según año - ECP 2023 (n=1.050)



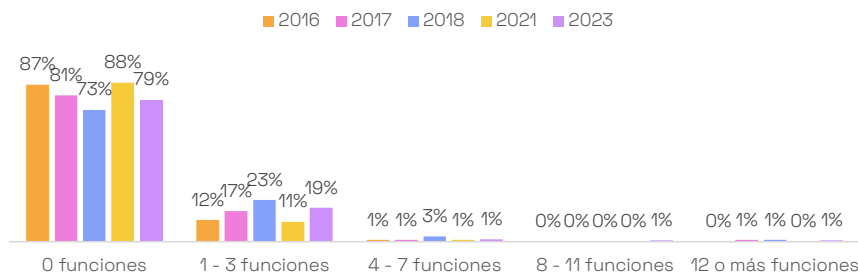
Por otra parte, la ópera es la expresión escénica a la que menos asisten los públicos de GAM, e 86% declara no haber asistido a una función de ópera en los últimos 12 meses, mientras que el 11% indica haber asistido entre 1 a 3 veces durante los últimos 12 meses. Solo el 2% asistió 4 o más veces durante los últimos 12 meses.

Gráfico 21. Asistencia a funciones de ópera en los últimos 12 meses según año - ECP 2023 (n=1.050)



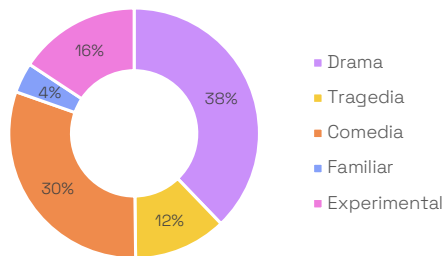
Otra disciplina de las artes escénicas poco frecuentada por los públicos de GAM es el circo, la mayoría, un 79% indica no haber asistido a una función de circo (sin distinción entre circo contemporáneo o tradicional). Mientras el 19% indicó a ver asistido entre 1 a 3 veces durante los últimos 12 meses, y un 3% asistió 4 veces o más.

Gráfico 22. Asistencia a funciones de circo en los últimos 12 meses según año - ECP 2023 (n=1.050)



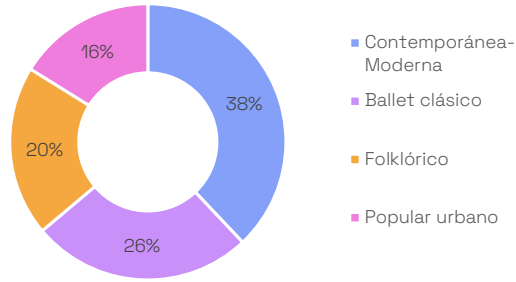
Además se preguntó por el género de preferencia para distintas disciplinas artísticas, en el caso del teatro, el género de preferencia de la mayoría de los públicos es el drama con 38%, seguido de la comedia con un 30%, y el teatro experimental con un 16%. Con menos porcentaje se encuentra la tragedia con un 12% y el teatro familiar con tan solo un 4%.

Gráfico 23. Género teatral de preferencia - ECP 2023 (n=1.050)



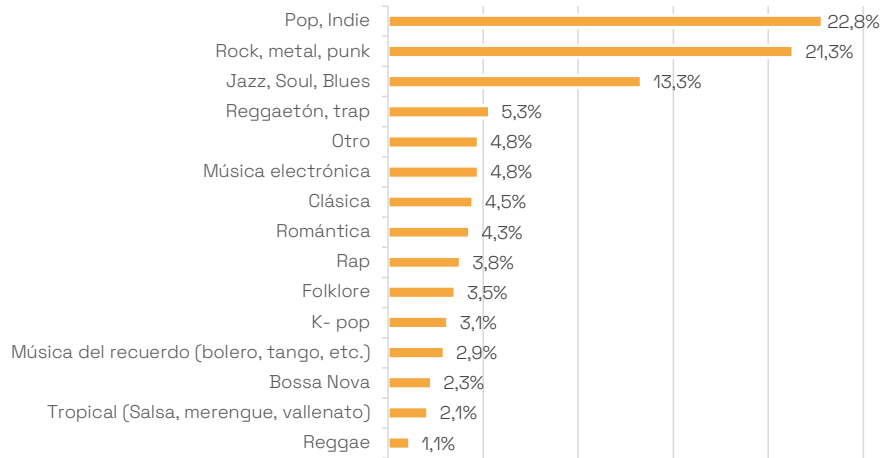
El género de danza de preferencia por la mayoría de los públicos es la danza contemporánea o moderna con un 38%, seguida del ballet clásico con el 26% y la danza folklórica con un 20%. La danza urbana, con menor porcentaje, es la preferente para el 16% de los públicos de GAM.

Gráfico 24. Género de danza de preferencia - ECP 2023 (n=1.046)



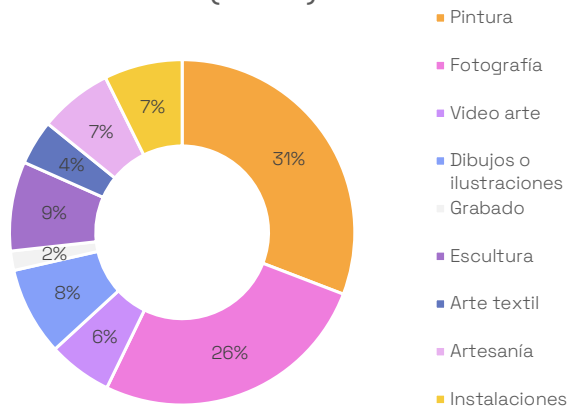
En cuanto al género musical de preferencia, el 23% indica el pop/indie, seguido del 21% que prefiere el rock, metal o punk, y luego el jazz, soul y blues con un 13%. Los demás géneros musicales alcanzan porcentajes igual o inferior a 5%.

Gráfico 25. Género musical de preferencia - ECP 2023 (n=1.051)



Sobre el tipo de exposición de preferencia, existen dos tipos predominantes, el con mayor porcentaje son las exposiciones de pintura con un 31%, y las exposiciones de fotografía con un 26%. Los otros tipos de exposiciones alcanzan porcentaje inferiores: escultura un 9%, dibujo, ilustraciones un 8%, artesanía un 7%, instalaciones un 7%, arte textil un 4% y grabado un 2%.

Gráfico 26. Tipo de exposición de preferencia - ECP 2023
(n=1.051)



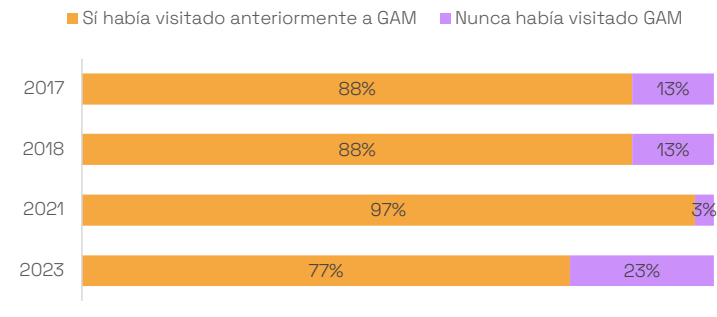
3. Vinculación con GAM

En este apartado se analizará la vinculación y formas de participación de los públicos en GAM, entendida como la frecuencia de visitas, conocimiento sobre actividades y espacios de GAM, tipo de actividades en las que participan y las que quisieran participar, motivaciones y valoración de distintos aspectos de GAM.

En primer lugar, destaca el porcentaje de públicos nuevos respecto a años anteriores, siendo el más alto de la historia de GAM²: el 23% de los públicos no habían visitado GAM anteriormente. Esta cifra está 20 puntos porcentuales respecto a la obtenida el año 2021, y 10 puntos porcentuales respecto al año 2018 y 2017.

Por otra parte el 77% de los públicos sí habían visitado GAM anteriormente.

Gráfico 27. Públicos que han visitado anteriormente GAM y públicos nuevos según año - ECP 2023 (n=1.051)



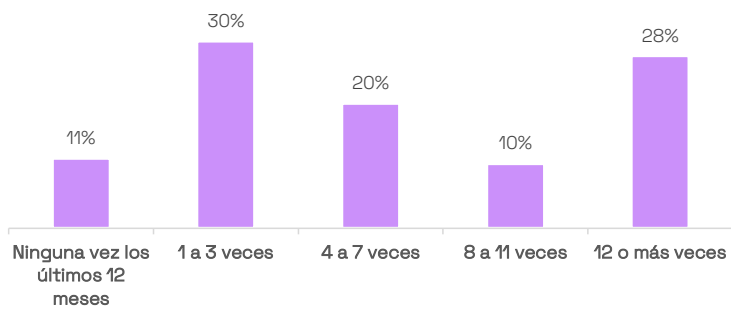
De los públicos que si habían visitado anteriormente GAM podemos decir que en general son públicos recurrentes, más de la mitad (58%) lo ha hecho 4 veces o más durante los últimos 12 meses. Destaca que más de un cuarto

² El año que le sigue en proporción de públicos nuevos es el 2014, donde éstos representaban el 22%.

(28%) son públicos muy fidelizados que visitaron GAM 12 veces o más durante los últimos 12 meses, es decir un promedio mínimo de 1 vez al mes.

Por otra parte un 30% de los públicos ha visitado GAM entre 1 a 3 veces, y solo el 11% no lo había hecho durante los últimos 12 meses.

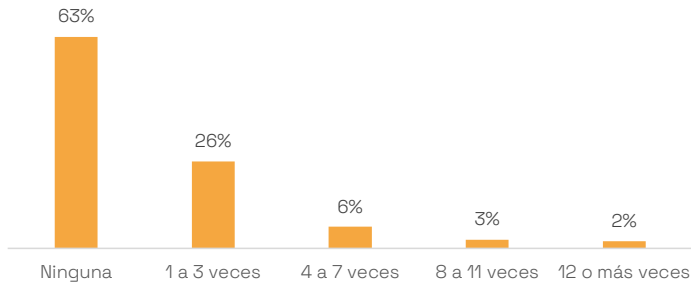
Gráfico 28. Cantidad de visitas a GAM los últimos 12 meses - ECP 2023 (n= 812)



Además, de los públicos que sí habían visitado GAM anteriormente, más de un tercio (37%) ha participado como público de una función de teatro, danza o conciertos de música en GAM durante los últimos 12 meses, mientras que el 63% no lo ha hecho.

En detalle, el 26% indica haber participado entre 1 a 3 veces en alguna de las actividades mencionadas, un 6% lo hizo entre 4 a 7 veces, un 3% lo hizo entre 8 a 11 veces, y un 2% lo hizo 12 veces o más.

Gráfico 29. Participación de los públicos en funciones de teatro, danza o conciertos de música en GAM los últimos 12 meses - ECP 2023 (n=810)



El porcentaje de participación de actividades como talleres, visitas guiadas, conversatorios u otras actividades de mediación es similar al de funciones y conciertos, el 67% no ha participado los últimos 12 meses, mientras que el 33% si lo ha hecho.

Al desglosar, y tal como se muestra en el gráfico, el 29% de los públicos participó entre 1 a 3 veces en este tipo de actividades los últimos 12 meses, y el 3 lo hizo entre 4 a 7 veces.

Gráfico 30. Participación en talleres, visitas guiadas, conversatorios u otras actividades de mediación - ECP 2023

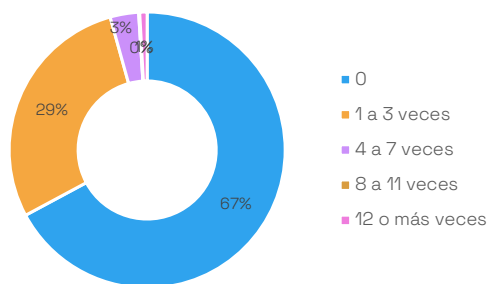
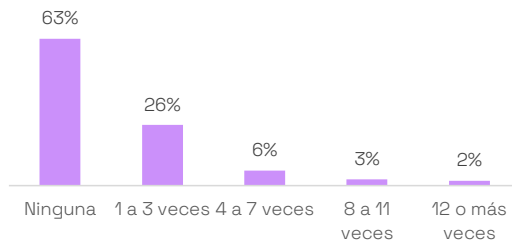
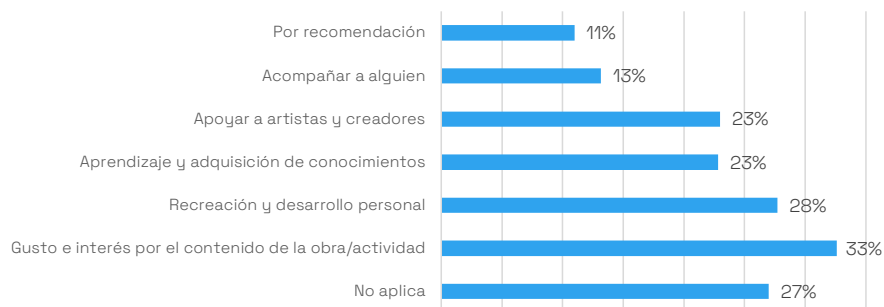


Gráfico 31. Participación en funciones de teatro o danza, o conciertos de música en GAM los últimos 12 meses (n=8'10)



Las motivaciones que conducen a participar en funciones o actividades pueden ser múltiples y variadas, en la encuesta se preguntó por las principales. La motivación con mayor porcentaje (33%) es el gusto o interés por el contenido, seguido de la recreación y desarrollo profesional (28%). Con el mismo porcentaje le sigue la motivación por los aprendizajes y adquisición de conocimientos (23%) y apoyar a artistas y creadores (23%). Además un 13% indica que una de sus motivaciones principales es apoyar artistas y creadores, y un 11% es motivado por la recomendación de otra persona.

Gráfico 32. Principales motivaciones para asistir a funciones y/o actividades en GAM

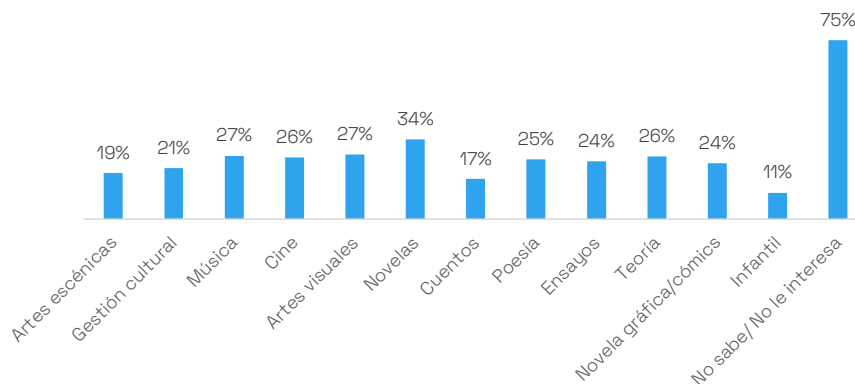


Al indagar en las preferencias acerca de los libros que quisieran encontrar los públicos en BiblioGAM, se observa que tres cuartas partes mencionan que no saben o no le interesa.

El tipo de libro que quisiera encontrar la mayoría es novela, el 34%, lo que difiere de los libros que se pueden encontrar actualmente, al ser una biblioteca especializada en artes escénicas y visuales. Sigue en orden decreciente, los libros sobre Artes Visuales (27%), Música (27%), Teoría (26%), Cine (26%), poesía (25%), ensayos (24%), novela gráfica/comics (24%), gestión cultural (21%), artes escénicas (19%),

Comentado [MOU2]: No estoy segura de esto específicamente, buscar la definición precisa.

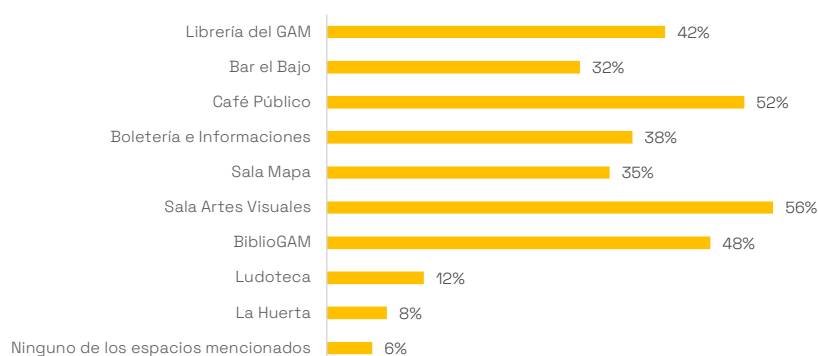
Gráfico 32. Tipo de libros que quisiera encontrar en BiblioGAM - ECP 2023



Sobre el conocimiento que tienen los públicos acerca de distintos espacios o acciones de GAM, llama la atención a modo general, que ninguna de las categorías logra un porcentaje superior al 56%, es decir ningún espacio es ampliamente conocido por la totalidad de los públicos.

El espacio que indican conocer en mayor proporción los públicos de GAM es la Sala de Artes Visuales con un 56%. Sigue el Café Público el cual es conocido por el 52% de los públicos y BiblioGAM con un 48%. Siguen en orden decreciente, la Librería del GAM (42%), Boletería e informaciones (38%), Sala MAPA (35%), Bar el Bajo (32%), la Ludoteca (12%) y la Huerta (8%).

**Gráfico 34. Conocimiento sobre espacios o acciones de GAM
- ECP 2023**



Sobre las acciones que indican haber realizado los públicos en sus visitas a GAM los últimos 12 meses, destaca que el 64% indica que visitó alguna exposición, además el 56% usó los baños públicos de GAM, y un 49% se encontró con otras personas en GAM.

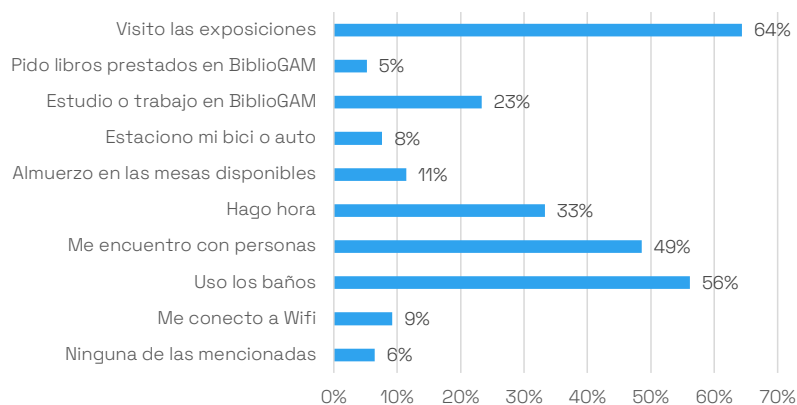
Además, un tercio de los públicos indica haber “hecho hora” en GAM, y un 23% a estudiado o trabajado en BiblioGAM.

Los públicos que han almorzado en las mesas disponibles en GAM, un 11%, y destaca el bajo porcentaje de los públicos que han utilizado el wi-fi de GAM, solo el 9%.

El 8% indica haber estacionado su bicicleta o auto, con esto se infiere que la gran mayoría llega a GAM en locomoción colectiva, caminando, taxi u otro servicio de transporte.

Por último, el 5% indica haber pedido prestado un libro en BiblioGAM.

Gráfico 35. Acciones que realizan los públicos cuando visitan GAM



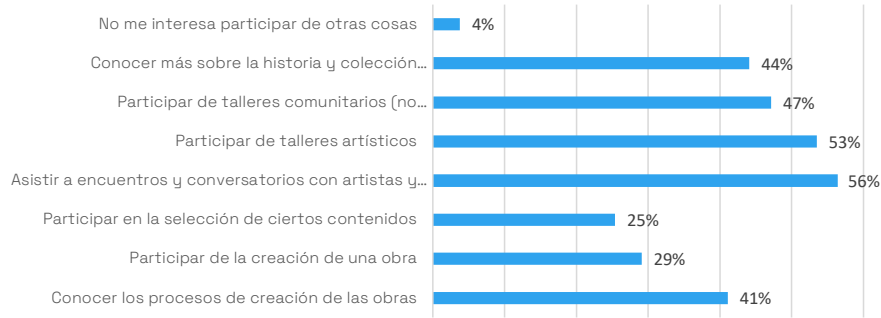
Al preguntarle a los públicos de qué otras formas les gustaría participar en GAM, más de la mitad responde que asistiendo a encuentros o conversatorios con artistas y creadores (56%), y participar de talleres artísticos (53%).

Un 47% indica que le gustaría participar de talleres comunitarios, no necesariamente con contenido artístico, además un 44% indica que le gustaría conocer más sobre la historia y colección patrimonial de GAM, y el 41% está interesado en conocer más sobre los procesos de creación de las obras.

Si bien las categorías de respuestas que apuntan a la co-creación obtienen porcentajes más bajos que los recién mencionados, no dejan de ser importantes, el 29% de los públicos indica que le gustaría participar de la creación de una obra, y un cuatro de los públicos (25%) le gustaría participar en la selección de ciertos contenidos de GAM.

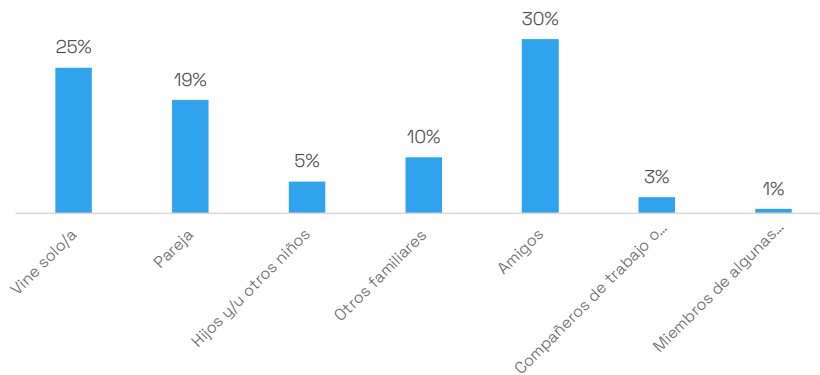
En general, los públicos de GAM demuestran interés por participar de formas diferentes a las tradicionales respectivas a la asistencia, o niveles de participación de menor control creativo (Brown, 2004). Solo un 4% indica que no le interesa participar de otras formas de las que ya realiza.

Gráfico 36. Otras formas que le gustaría a los públicos participar en GAM - ECP 2023



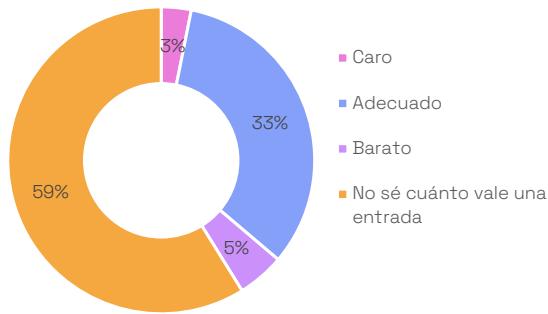
Para entender el contexto de las visitas a GAM, se preguntó a los públicos quien los estaba acompañando. La mayor parte, un 30% indicó que lo acompañaban amigos, seguido de un cuarto de los públicos (25%) que viene solo/a a GAM. Un 19% indicó estar acompañado/a de su pareja, y un 10% de otros familiares (distinto a la pareja o hijos/as). Solo un 5% indicó que estaba acompañado de sus hijos/as u otros niños/as, y solo un 3% viene acompañado de compañeros de trabajo o estudio.

Gráfico 37. Personas que acompañan la visita a GAM - ECP 2023



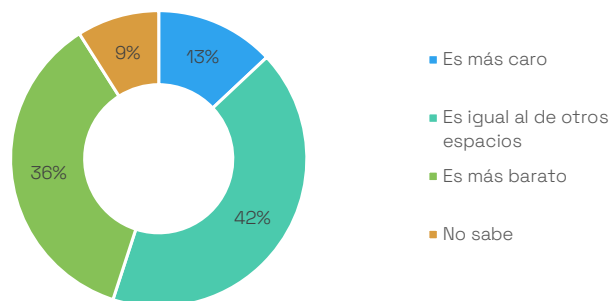
A continuación, se abordarán las variables sobre percepción del valor de las entradas o “tickets” de GAM y disposición de pago. Primero destaca que la mayoría de los públicos, un 59% no sabe cuál es el valor de éstas. Seguido de un tercio que el precio le parece adecuado. Con porcentaje minoritarios sigue el 5% que percibe el valor como barato, y solo el 3% lo encuentra caro.

Gráfico 38. Percepción del precio del ticket para asistir a obras en GAM - ECP 2023 (n=1.047)



Ahora bien, considerando solo a las personas que saben cuánto vale una entrada en GAM, el 42% indica que en comparación con otros teatros o espacios culturales el valor de la entrada es igual al de otros espacios similares, seguido del 36% que indica que el valor de las entradas en GAM es más barato que en otros espacios. Al contrario, el 13% indica que el valor de las entradas es más caro en comparación que en otros espacios, y por último el 9% indica que no sabe.

Gráfico 39. Percepción del valor de la entrada a obras en GAM en comparación con otros espacios culturales o teatros - ECP 2023 (n=431)



Sobre la disposición máxima de pago por una entrada a una obra en GAM, se observa que cerca del 40% indica estar dispuesto a pagar \$15.000³ o más, correspondiendo al rango más alto.

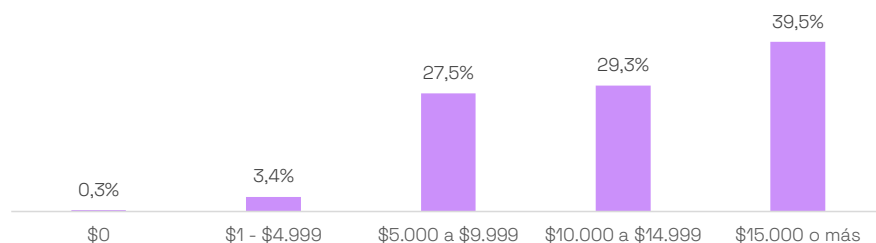
Seguido del 29% que estaría dispuesto a pagar entre \$10.000 a \$14.999. **Es decir, un 69% pagaría más de lo que actualmente cuesta en promedio una entrada para ver una obra de teatro o danza en GAM.**

Por debajo de ese valor, se encuentra el 28% de los públicos que estarían dispuestos a pagar como máximo entre \$5.000 y \$9.999, seguido de un porcentaje muy inferior (3%) que estaría dispuesto a pagar entre \$1 a \$4.999. Solo un 0,3% de los públicos indica que no estaría dispuesto a pagar.

El valor promedio de disposición de pago, considerando una media recortada al 5% superior, es de **\$12.031**.

³ Los valores están expresados en pesos chilenos. Actualmente \$15.000 pesos chilenos son 16 USD.

Gráfico 40. Disposición máxima de pago por una entradas a una obra a GAM - ECP 2023 (n=1.030)



Al analizar la disposición de pago según segmento de público, destaca por distar de la media, los públicos de música, danza y clientes de Bar El Bajo/Café Público tienen una mayor disposición de pago, el 62%, 51%, y 48% respectivamente se ubica en el rango mayor de disposición de pago (\$15.000 o más).

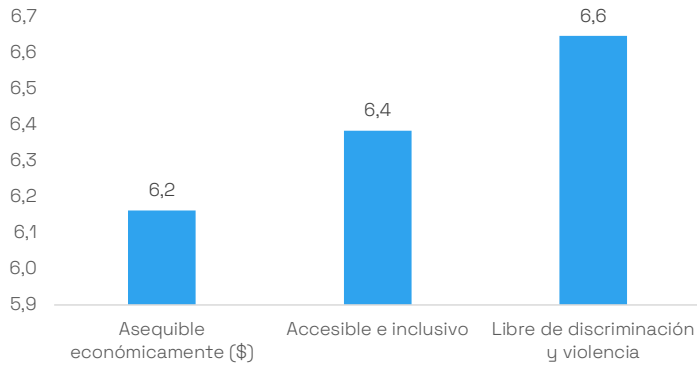
Además, los públicos de la sala MAPA son los que tienen menor disposición de pago, un 10% indica estar dispuesto a pagar entre \$1 y \$4.999.

Por último, en el rango medio de pago, es decir entre \$5.000 y \$9.999, los segmentos que se encuentran por sobre la tendencia general (27,5%), son los públicos de BiblioGAM (38%), Sala de Arte Visuales (34%) y Sala MAPA (32%).

Tabla 5. Disposición máxima de pago a una obra en GAM según segmento de público.

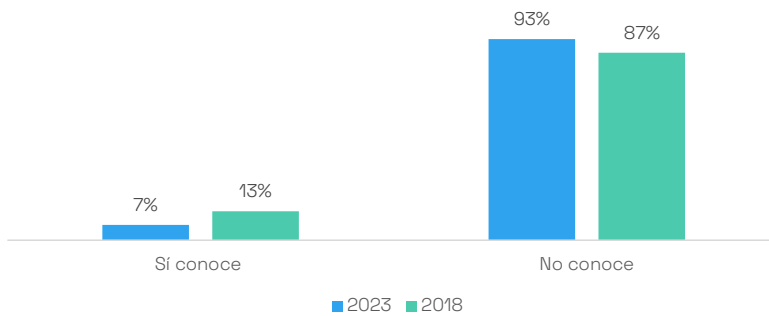
Disposición máxima de precio	Teatro	Danza	Música	Sala Artes Visuales	Sala MAPA	BiblioGAM	Mediación y Vinculación	Comunidades	Café Público / Bar el Bajo	Otras actividades de programación	Total
\$0	0%	0%	0%	0%	1%	0%	0%	0%	1%	1%	0,3%
\$1 - \$4.999	0%	1%	0%	4%	10%	4%	5%	6%	4%	2%	3,4%
\$5.000 a \$9.999	19%	22%	19%	34%	32%	38%	26%	29%	24%	25%	27,5%
\$10.000 a \$14.999	37%	25%	19%	27%	31%	31%	29%	31%	23%	30%	29,3%
\$15.000 o más	44%	51%	62%	35%	26%	28%	41%	35%	48%	42%	39,5%

Gráfico 41. Calificación a GAM en diferentes ámbitos (asequible, accesible y libre de discriminación y violencia)



Por otra parte, se les preguntó a los públicos, al igual que en la ECP 2018, si tenían conocimiento sobre la nueva construcción de GAM, o segunda etapa de GAM. Se observa que solo el 7% respondió afirmativamente, lo que significa una disminución de 5 puntos porcentuales respecto al 2018.

Gráfico 42. Públicos en conocimientos de la nueva construcción de GAM (segunda etapa) - ECP 2023 (n= 1.041)



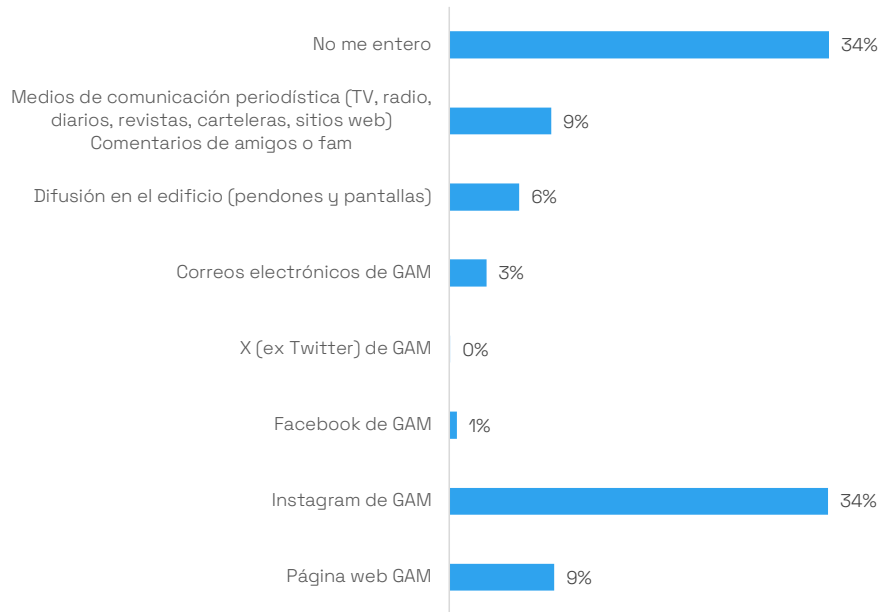
4. Comunicaciones y difusión GAM

En este capítulo se abordarán las variables que miden la forma en que los públicos se informan sobre GAM, en cuanto a los principales medios de difusión que utilizan, redes sociales y uso de la página web de GAM.

Se observa que con la misma proporción, están los públicos que indican no enterarse de la programación del GAM (34%), y quienes indican que el medio de difusión principal es Instagram (34%), siendo este el medio considerablemente más usado por los públicos de GAM. En menor proporción están los públicos que se enteran principalmente por la página web de GAM (9%), y por medios de comunicación periodística, como anuncios y noticias de televisión, anuncios en radio, prensa, etc. (9%). Solo un 6% indica como medio de difusión principal aquella dispuesta en el edificio como pendones y pantallas, y un 3% indica los correos informativos de GAM.

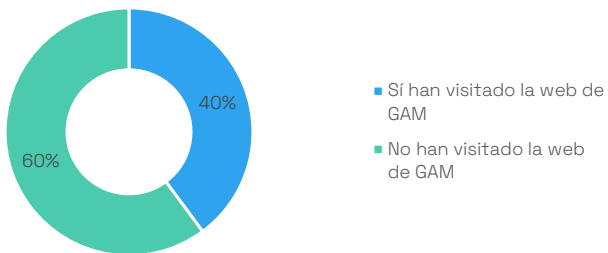
Se observa que entre los públicos que no se enteran están los de SAV (22%), otras actividades de programación (21%) y MAPA (18%). Para las personas mayores el medio de difusión de su predilección son los medios de comunicación periodística (29%) y correos electrónicos (13%).

Gráfico 43. Medio de difusión por el que se enteran de la programación de GAM - ECP 2023 (n=1.046)



Al preguntar a los públicos si han visitado la página web de GAM, el 40% responde de forma afirmativa

Gráfico 44. Públicos que han visitado la web de GAM - ECP 2023 (n=1.046)

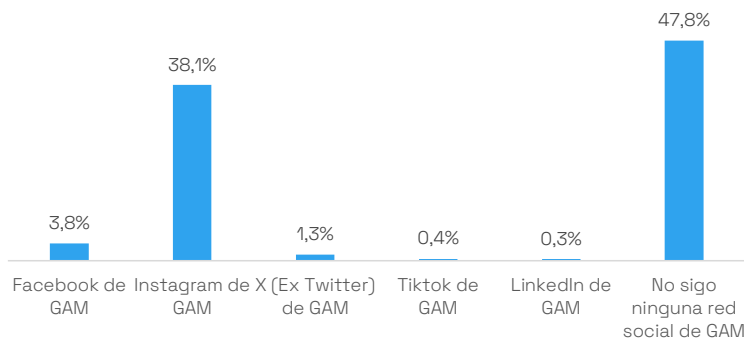


Frente a la pregunta *¿Encuentras lo que buscas en la web de GAM?*, la gran mayoría, el 88% responde que sí y que le resulta fácil, aun así el 10% indica que si bien encuentra lo que busca en la web lo hace con dificultad. Solo un 2% indica que no encuentra lo que busca en la web.

Sobre las redes sociales de GAM que siguen los públicos, el 38,1% afirma seguir el Instagram, y solo un 3,8% sigue el Facebook de GAM. Tendencia que se ha incrementado en los años acorde al uso de estas plataformas a nivel global.

Destaca que un 47,9% de los públicos dice no seguir ninguna red social de GAM.

Gráfico 45. Redes sociales que siguen los públicos de GAM - ENCP 2023



Principalmente los contenidos que se buscan en las redes sociales de GAM son en primer lugar respecto a la cartelera de obras y conciertos (46%), recomendación de panoramas (12%) y sobre actividades gratuitas (11%).

Índice de gráficos

Gráfico 1. Género	7
Gráfico 2 Rango etario.....	8
Gráfico 3 Nacionalidad.....	8
Gráfico 4. Zona de residencia.....	9
Gráfico 5. Zona de la Región Metropolitana de residencia	10
Gráfico 6. Públicos que se perciben como vecinos o vecinas de GAM	12
Gráfico 7.Pertenencia a pueblos originarios de los públicos de GAM.....	12
Gráfico 8. Públicos con discapacidad.....	13
Gráfico 9. Ocupación de los públicos de GAM	14
Gráfico 10. Nivel educacional de los públicos de GAM	15
Gráfico 11. Nivel socioeconómico	16
Gráfico 12. Participación en organizaciones sociales según año	18
Gráfico 13. Causas sociales que representan a los públicos.....	19
Gráfico 14. Realización de actividades artísticas según año	20
Gráfico 15. Motivo principal por el cual realiza actividades artísticas.....	20
Gráfico 16. Asistencia a funciones de teatro en los últimos 12 meses según año.....	21
Gráfico 17. Asistencia a funciones de danza en los últimos 12 meses según año.....	22
Gráfico 18. Asistencia a conciertos de música clásica en los últimos 12 meses según año	22
Gráfico 19. Asistencia a conciertos de música popular en los últimos 12 meses según año	23
Gráfico 20. Asistencia a conciertos de música popular en los últimos 12 meses según año	23
Gráfico 21. Asistencia a funciones de ópera en los últimos 12 meses según año	24
Gráfico 22. Asistencia a funciones de ópera en los últimos 12 meses según año	24
Gráfico 23. Asistencia a funciones de ópera en los últimos 12 meses según año	25
Gráfico 24. Género de danza de preferencia	26
Gráfico 25. Género musical de preferencia	26
Gráfico 26. Tipo de exposición de preferencia.....	27
Gráfico 27. Públicos que han visitado anteriormente GAM y públicos nuevos según año	28
Gráfico 28. Cantidad de visitas a GAM los últimos 12 meses.....	29
Gráfico 29. Participación de los públicos en funciones de teatro, danza o conciertos de música en GAM los últimos 12 meses	30
Gráfico 30. Participación en talleres, visitas guiadas, conversatorios u otras actividades de mediación.....	30
Gráfico 31. Participación en funciones de teatro o danza, o conciertos de música en GAM los últimos 12 meses.....	31
Gráfico 32. Principales motivaciones para asistir a funciones y/o actividades en GAM	31
Gráfico 33. Tipo de libros que quisiera encontrar en BiblioGAM.....	32
Gráfico 34. Conocimiento sobre espacios o acciones de GAM	33
Gráfico 35. Acciones que realizan los públicos cuando visitan GAM	34
Gráfico 36. Otras formas que le gustaría a los públicos participar en GAM.....	35
Gráfico 37. Personas que acompañan la visita a GAM	35
Gráfico 38. Percepción del precio del ticket para asistir a obras en GAM.....	36

Gráfico 39. Percepción del valor de la entrada a obras en GAM en comparación con otros espacios culturales o teatros.....	37
Gráfico 40. Disposición máxima de pago por una entradas a una obra a GAM	38
Gráfico 41. Disposición máxima de pago por una entradas a una obra a GAM	39
Gráfico 42. Públicos en conocimientos de la nueva construcción de GAM (segunda etapa).....	39
Gráfico 43. Medio de difusión por el que se enteran de la programación de GAM.....	41
Gráfico 44. Públicos que han visitado la web de GAM.....	42
Gráfico 45. Redes sociales que siguen los públicos de GAM	42
Gráfico 46. Contenido principal que se busca en las redes sociales de GAM.....	42

