



Introducción

El 48 Hour Film Project es una competencia de cortometrajes desarrollada a lo largo de más de 150 ciudades del mundo. En Argentina tiene solo dos sedes: Córdoba y Buenos Aires. La propuesta busca impulsar a los cineastas —amateurs, aficionados y profesionales— a realizar un cortometraje en tan solo 48 horas. El festival contó con el apoyo de la Municipalidad de Córdoba, la Secretaría de Cine de la Agencia Córdoba Cultura y el Centro Cultural Córdoba. Esta edición fue beneficiada por el Programa de Apoyo a Festivales Independientes 2018 de la Municipalidad de Córdoba.

El público del Festival 48 Horas Film 2018*

Con el fin de recabar datos en relación a los hábitos de consumo audiovisual del público del Festival, se llevó adelante un estudio sobre el público asistente el cual tuvo los siguientes objetivos:

- Definir el **perfil demográfico** de los participantes del Festival 48 Horas Film 2018.
- Determinar la **procedencia** de los asistentes del Festival 48 Horas Film 2018.
- Definir y caracterizar los **hábitos de consumo audiovisual** del público del Festival 48 Horas Film 2018 en lo inherente a:
 - ✓ Frecuencia de asistencia al cine;
 - ✓ Tipo de salas, géneros cinematográficos, origen de las películas que prefieren;
 - ✓ Monto que suelen destinar para asistir al cine;
 - ✓ Momentos del año y compañía que prefieren para ir al cine.

- ✓ Medios de comunicación más utilizados para conocer la cartelera cinematográfica de la ciudad;
- ✓ Posicionamiento de las salas de cine de la ciudad de Córdoba;
- ✓ Frecuencia de consumo de contenidos audiovisuales en el hogar;
- ✓ Tipo de contenidos audiovisuales que consume en el hogar;
- ✓ Medios y soportes a través de los cuales consume contenidos audiovisuales en el hogar;
- Conocer la **percepción** que tiene el público sobre el Festival 48 horas film 2018 y qué sugerencias haría a los organizadores.

Para llevar adelante el relevamiento se utilizó la encuesta como instrumento de recolección de datos. Este tipo de estudio aporta, por un lado, información valiosa para la planificación de próximas ediciones del evento.

Por otro lado, conocer el perfil del asistente al Festival y sus hábitos de consumo audiovisual puede brindar oportunidades para el diseño y ejecución de propuestas inclusivas que garanticen la accesibilidad de este tipo de manifestaciones artísticas a toda la ciudadanía.

A continuación se presenta la ficha técnica del estudio y la descripción de los resultados obtenidos.

Metodología Implementada – Ficha Técnica:
Tipo de estudio: Descriptivo.
Técnica de recolección de datos: Encuesta.
Instrumento de recolección de datos: Cuestionario estructurado a partir de 4 ejes: <ul style="list-style-type: none"> • Datos demográficos • Hábitos de consumo de cine • Hábitos de consumo audiovisual • Festival 48 Horas Film 2018
Tipo de preguntas: cerradas <i>-de elecciones múltiples y dicotómicas-</i> y abiertas.
Diseño del relevamiento: casos a tomarse durante los dos días del Festival (27 y 28 de Octubre de 2018), a la tarde/ noche.
Población de estudio: 1500 personas esperadas al Festival 48 horas Film 2018.
Definición de las unidades de análisis: visitantes del 48 horas Film 2018 mayores de 18 años.

Tipo de muestreo: no probabilístico, por conveniencia. Los casos fueron tomados por conveniencia en la explanada del Centro Cultural Córdoba y en el Teatro Griego, el 27 y 28 de Octubre de 2018.

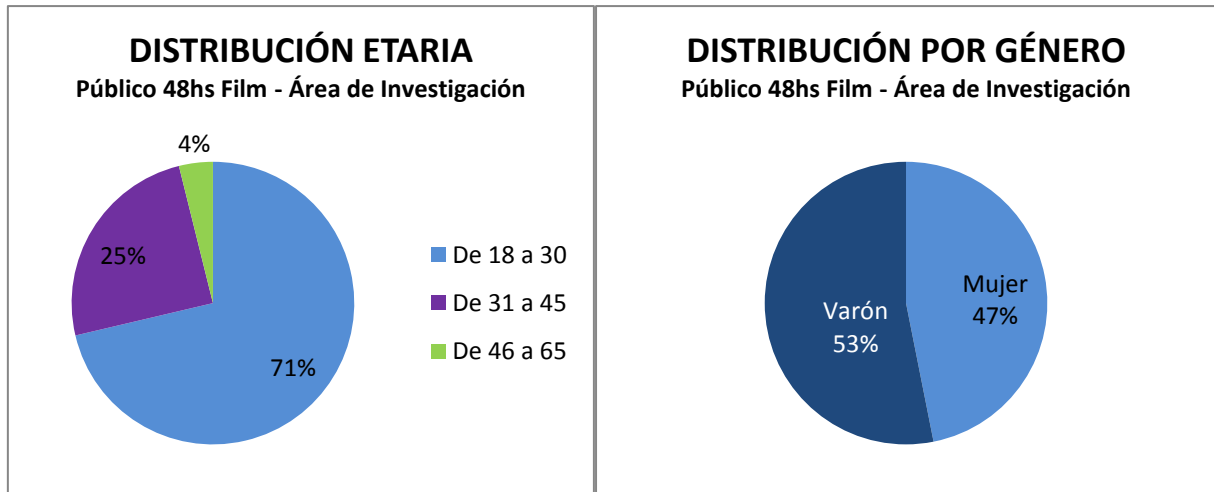
Total a relevar:

- 128 casos contemplando un universo estimado de 1500 personas esperadas.

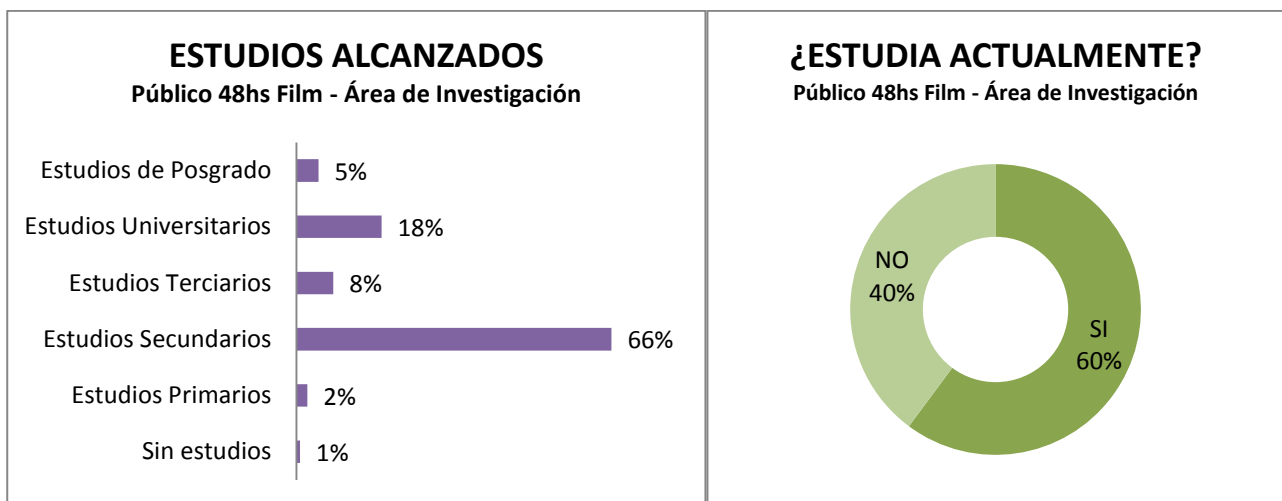
Fecha de realización del trabajo de campo: 27 y 28 de Octubre de 2018.

Datos demográficos

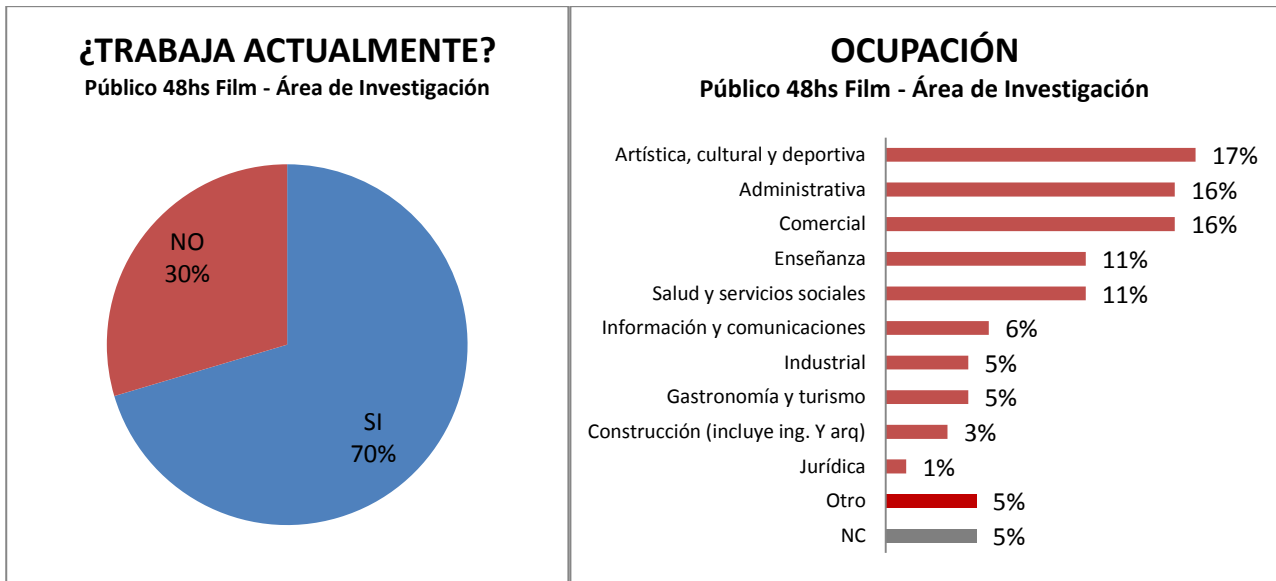
A partir del análisis de datos del relevamiento de público efectuado durante el Festival se desprende que 7 de cada 10 visitantes tienen entre 18 y 30 años de **edad** y que es casi nula la participación de adultos mayores a 45 años. La **distribución por género** es pareja, con una leve predominancia de hombres.



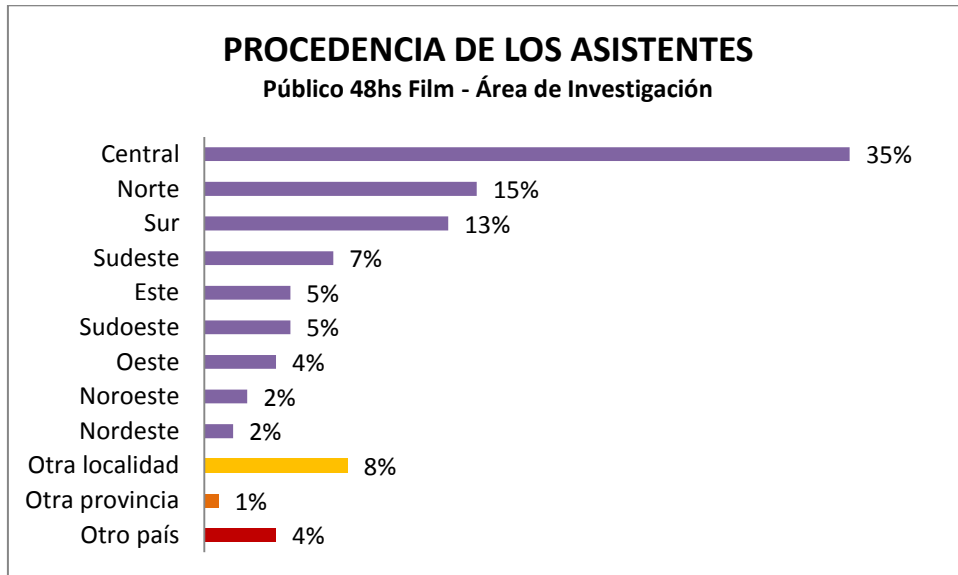
En cuanto al **nivel de estudios alcanzados**, se observa una preponderancia de estudiantes que apenas han terminado el secundario, y que probablemente se encuentran cursando estudios superiores. En efecto 6 de cada 10 asistentes estudia actualmente.



Siete de cada 10 asistentes **trabajan actualmente**, siendo mayoritariamente **ocupaciones** vinculadas al rubro “artístico, cultural, deportivo”, “administrativo” y “comercial”.

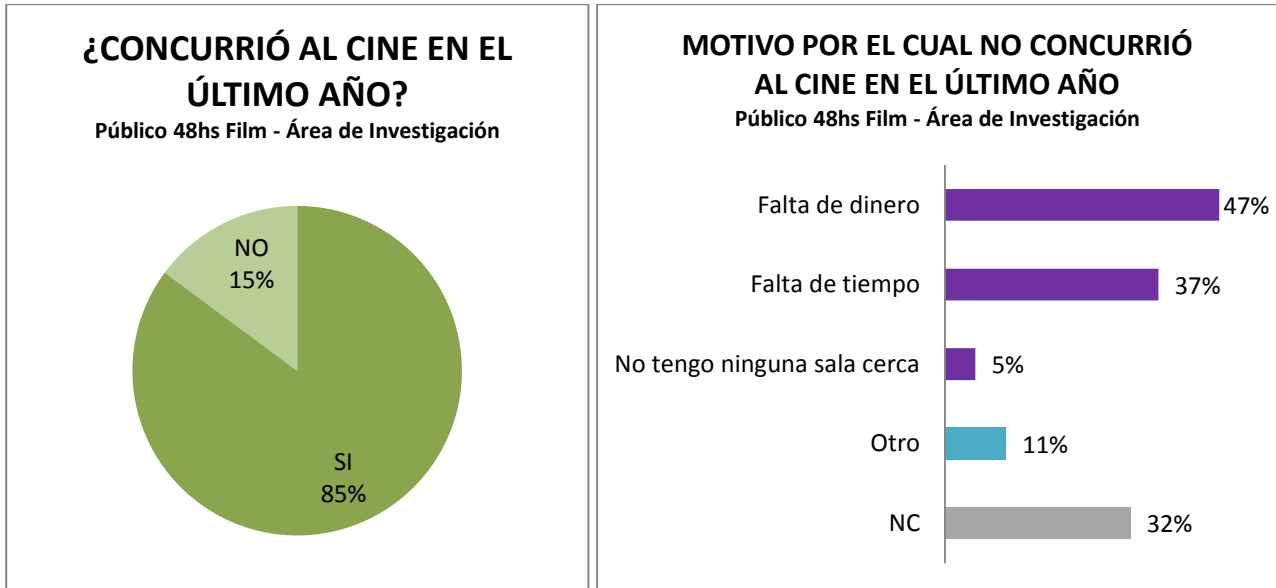


Seis de cada 10 asistentes del Festival **provino de barrios** del área central, norte y sur de la ciudad. De las demás zonas de la ciudad hubo baja participación, como así también de otras ciudades, provincias y países.



Hábitos de consumo de cine

Como dato relevante del estudio se desprende que 8 de cada 10 asistentes **ha concurrido al cine el último año**. El 15% que no lo hizo fundaron sus **razones** principales en la “falta de dinero” y “falta de tiempo”.

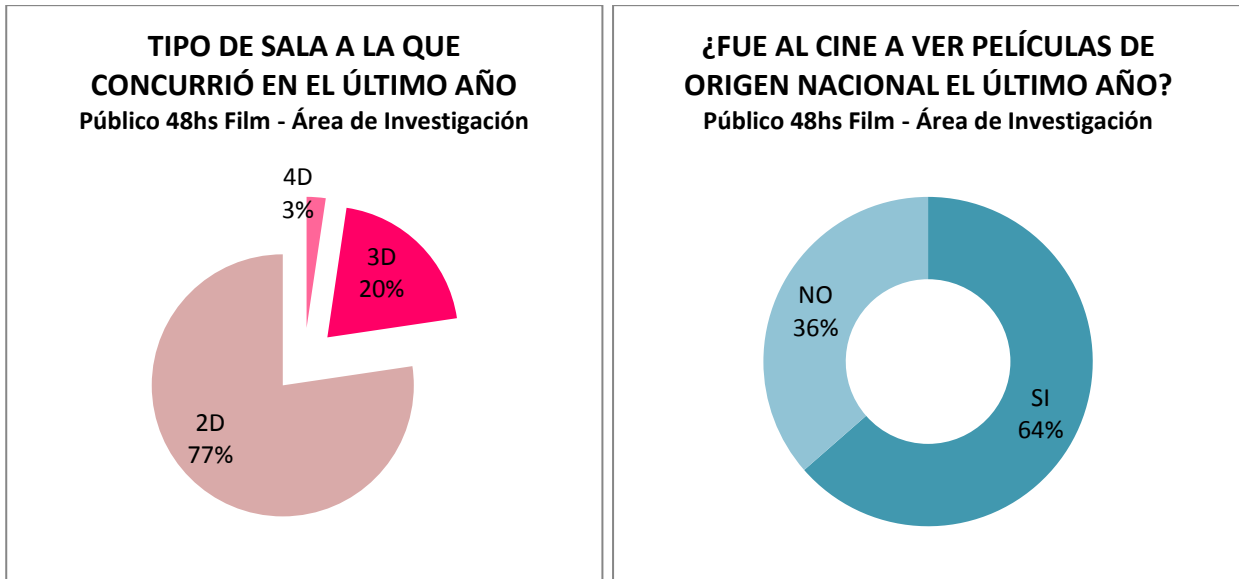


Centrados en aquellos casos que indicaron que sí concurrieron, el 66% lo hizo con una **frecuencia** de “entre una y 5 veces” en los últimos 12 meses. Otro dato significativo es que en 2 de cada 10 casos se indicó una alta frecuencia de asistencia al cine superando las “10 veces” en el último año.

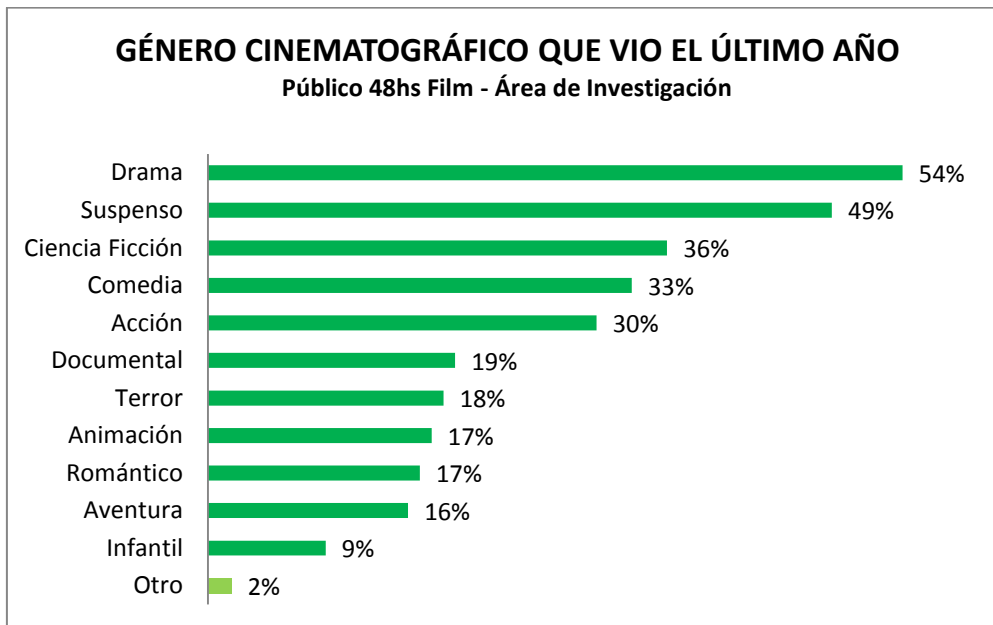


Por su parte, primó la asistencia a “salas 2D” en el último año, dato que puede guardar relación con la mayor disposición de este **tipo de salas** en Córdoba. Además, una importante

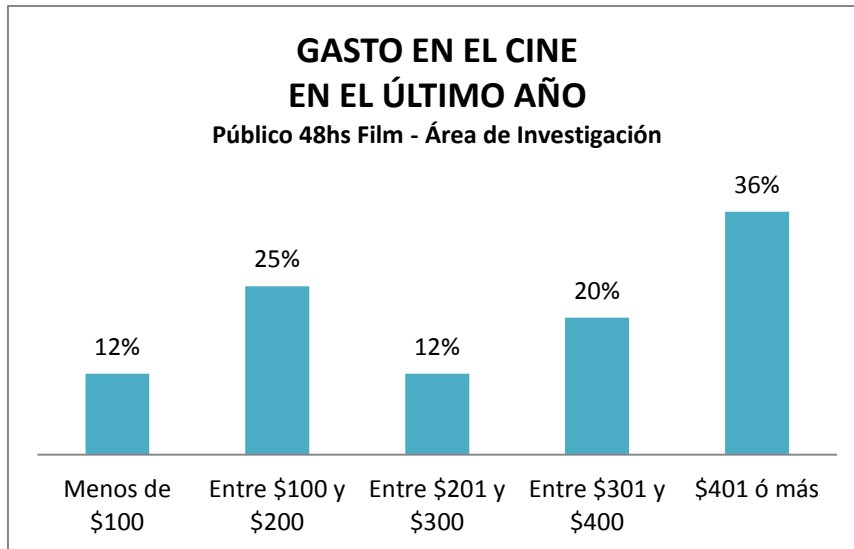
proporción de asistentes al Festival concurren a ver **películas de origen nacional** en los últimos 12 meses.



Haciendo foco en el **género cinematográfico que vio el último año**, se destacan “drama” y “suspenso” como los más vistos, seguidos de “ciencia ficción”, “comedia” y “acción”.

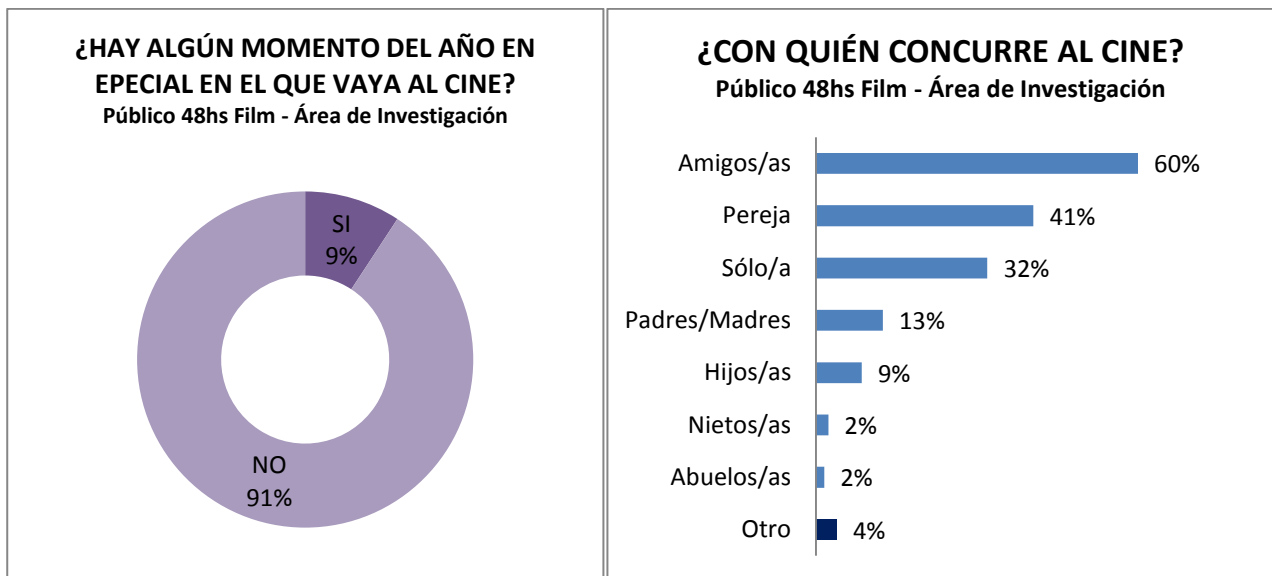


Con respecto a **cuánto gastó en el cine en el último año**, casi el 60% de los casos indicaron más de \$300.

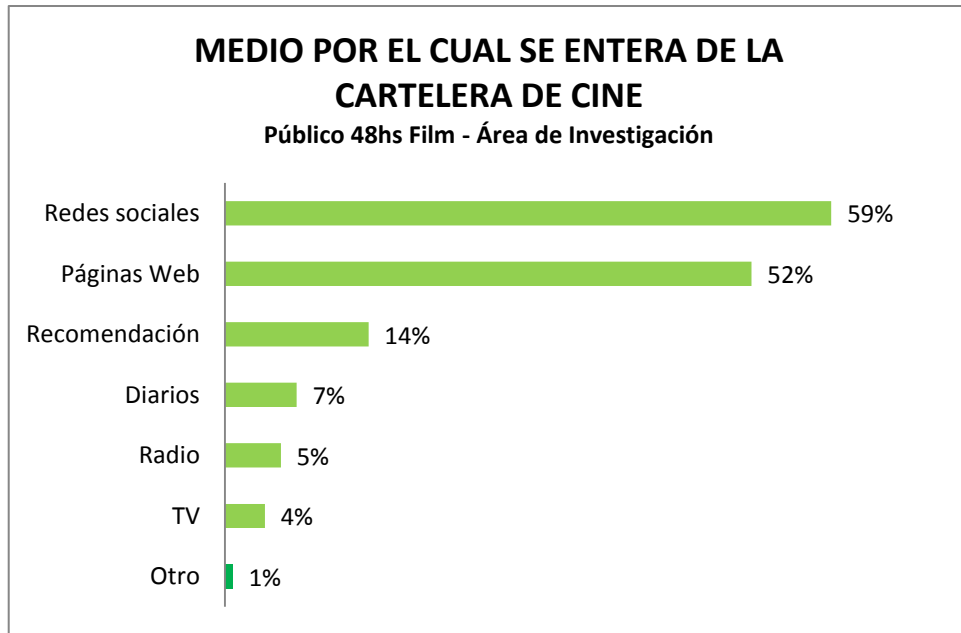


Nueve de cada 10 asistentes, no tienen un **momento en particular del año para ir al cine**. No obstante, para quienes sí lo hay se mencionó más frecuentemente el mes de julio.

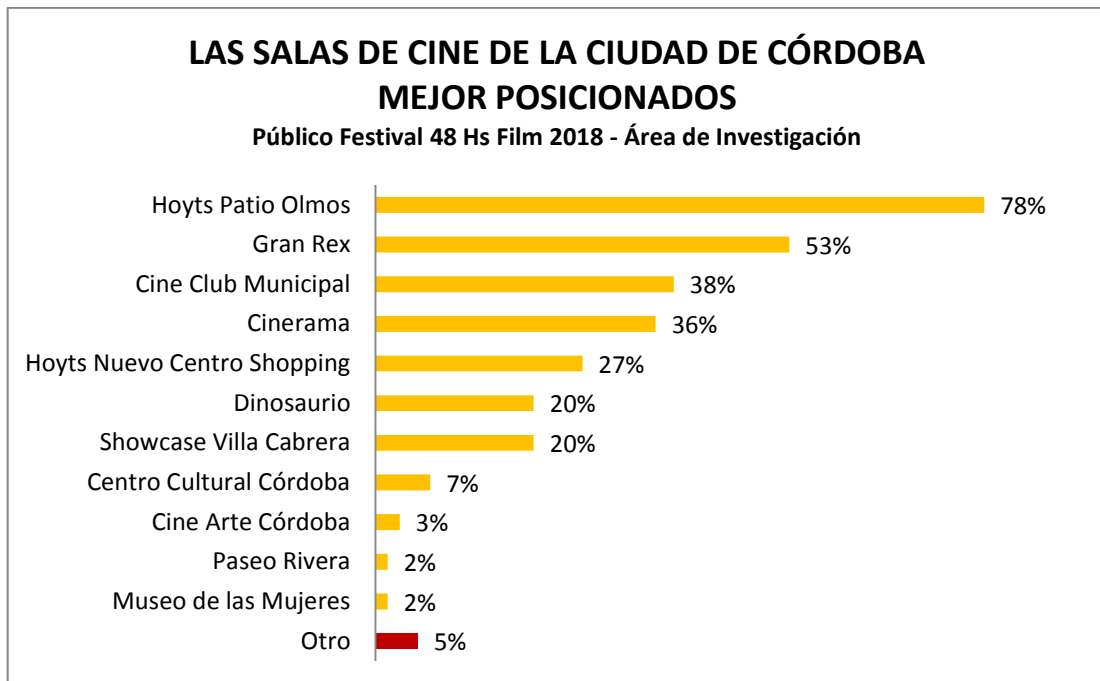
El público del Festival concurre al cine principalmente en compañía de “amigos” y en menor medida “pareja”. Tres de cada 10 asistentes va sólo/a al cine. La baja la asistencia al cine con “hijos” y “nietos” podría asociarse a que el público del Festival es joven.



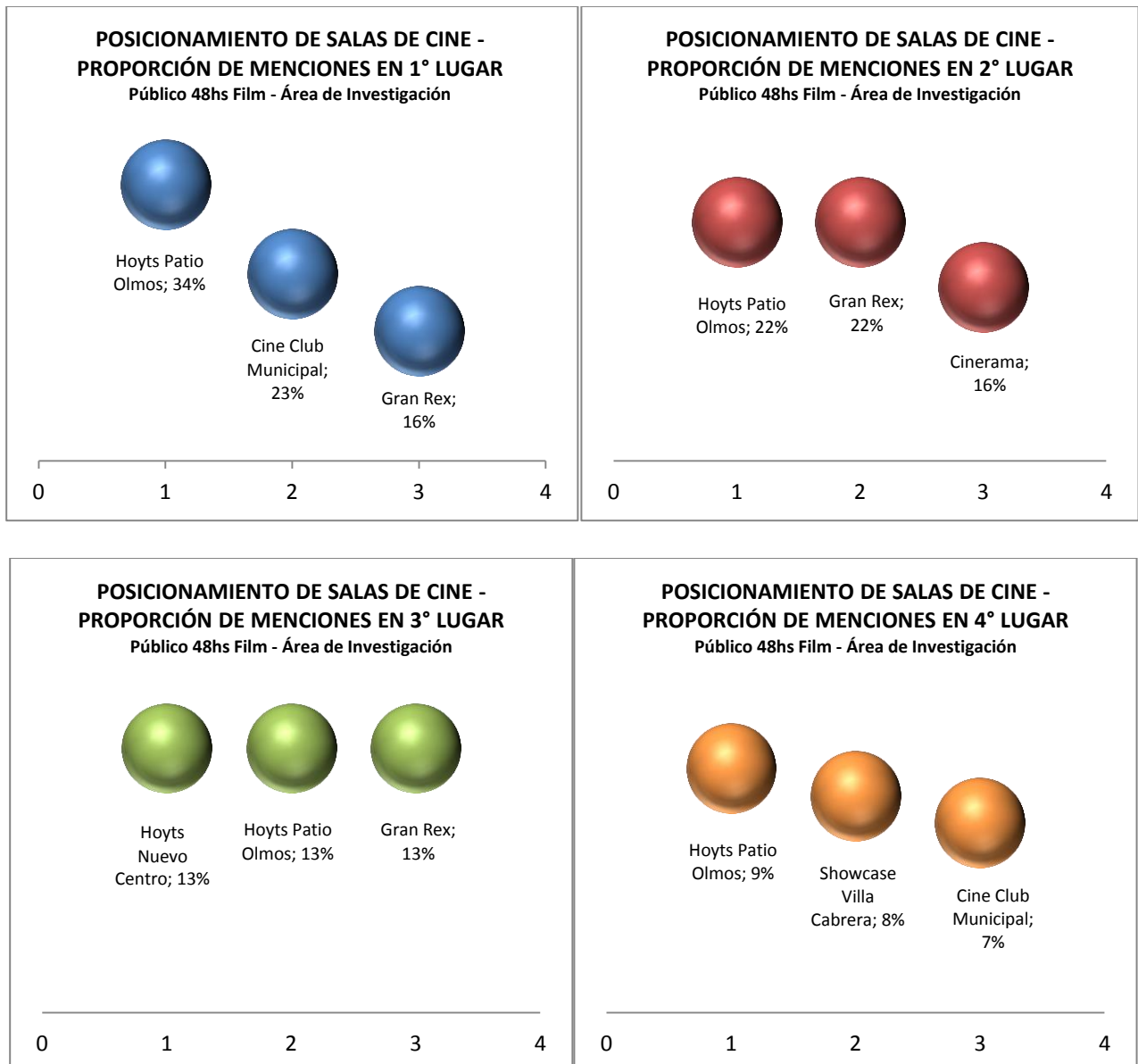
Consultados sobre los **medios de comunicación más utilizados para conocer la cartelera de cine de la ciudad**, 6 de cada 10 asistentes del Festival se inclinó por las “Redes sociales” y 5 de cada 10 por “página web”. Los medios tradicionales como “diarios”, “radio” y “televisión” fueron los menos seleccionados.



Acerca de las **salas de cine de la ciudad más presente para el público del Festival** al momento de realizar la encuesta, se destacan las ubicadas en el centro de la ciudad como las mejor posicionadas. Entre las primeras se ubica el Cineclub Municipal, única sala de cine pública de la ciudad.

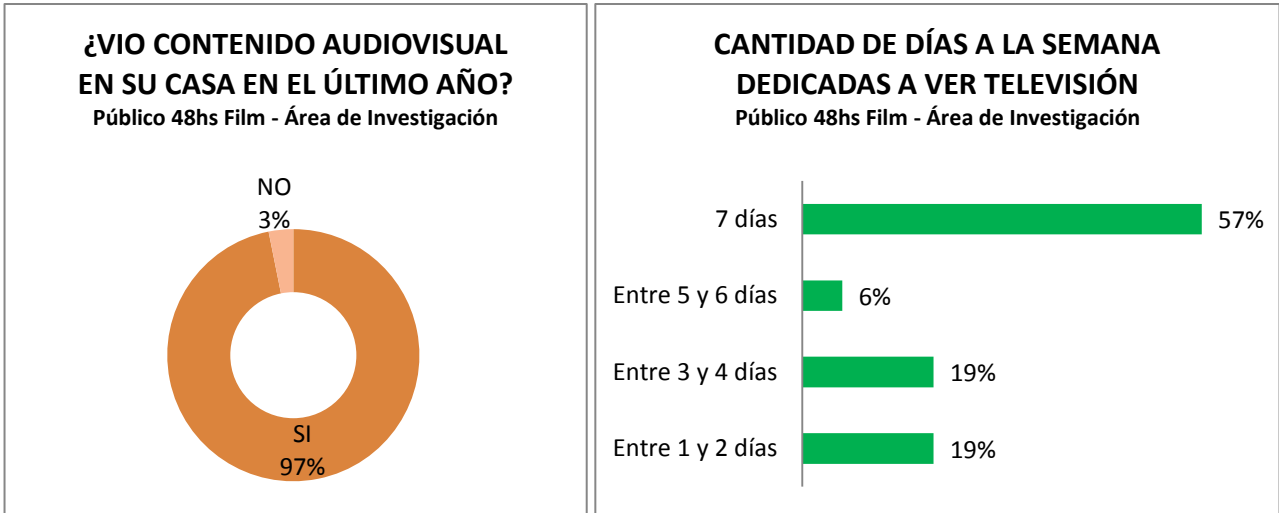


Desglosando los datos por orden de mención, graficamos a continuación los resultados:

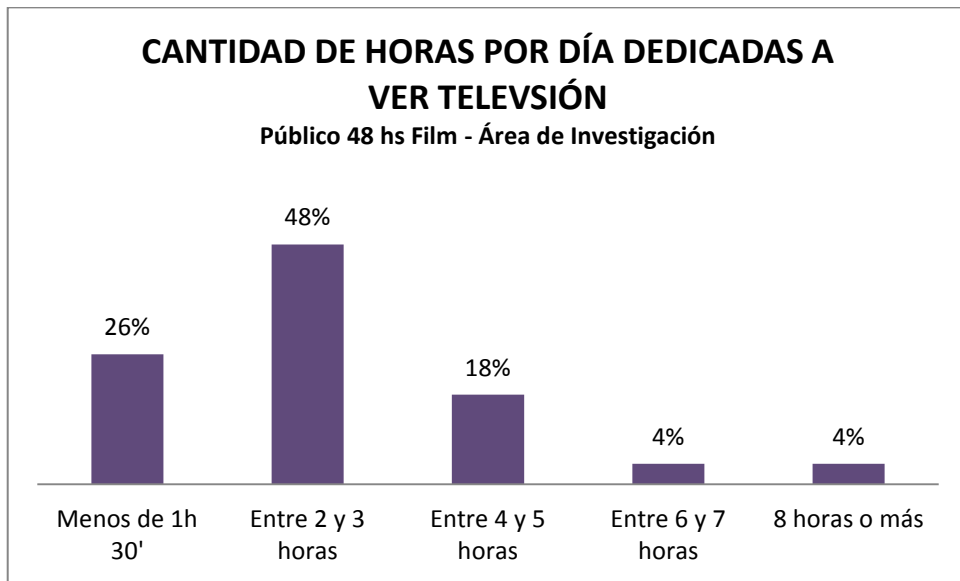


Hábitos de consumo audiovisual en el hogar

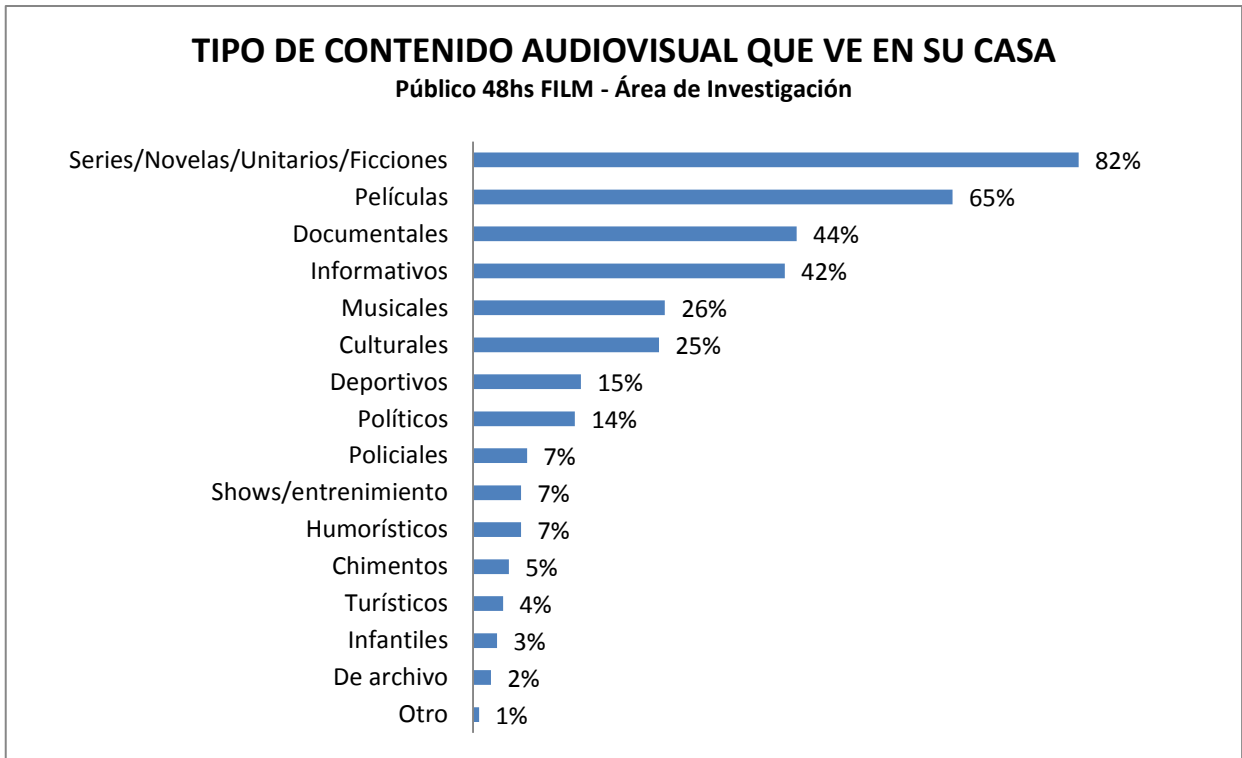
En relación a los hábitos de **consumo audiovisual en el hogar**, casi el 100% de los casos mencionó que sí ha visto algún contenido en los últimos 12 meses. En los pocos casos que no lo hicieron manifestaron que fue por “falta de tiempo”, por algún “problema de salud” y por “no tener dispositivo” para hacerlo.



Consultados sobre la frecuencia en cantidad de días y horas dedicadas al consumo de contenidos audiovisuales en el hogar casi el 60% de los casos manifestó “7 días” a la semana. Asimismo, la mayor parte de los casos señaló “entre 2 y 3 horas” diarias de consumo.

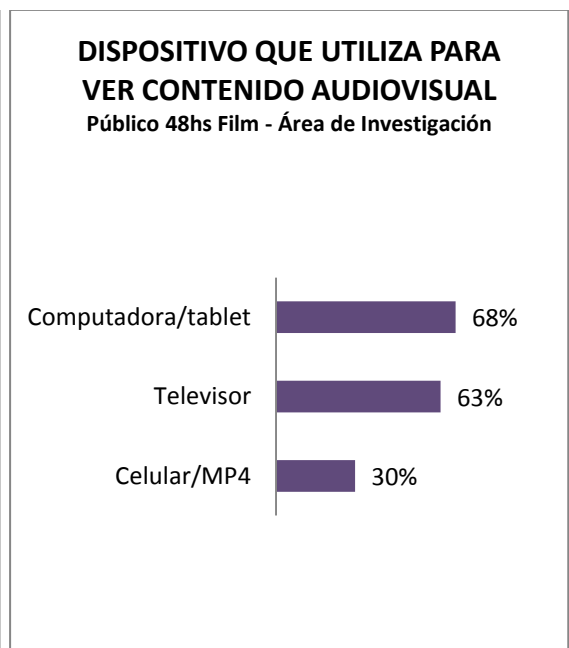
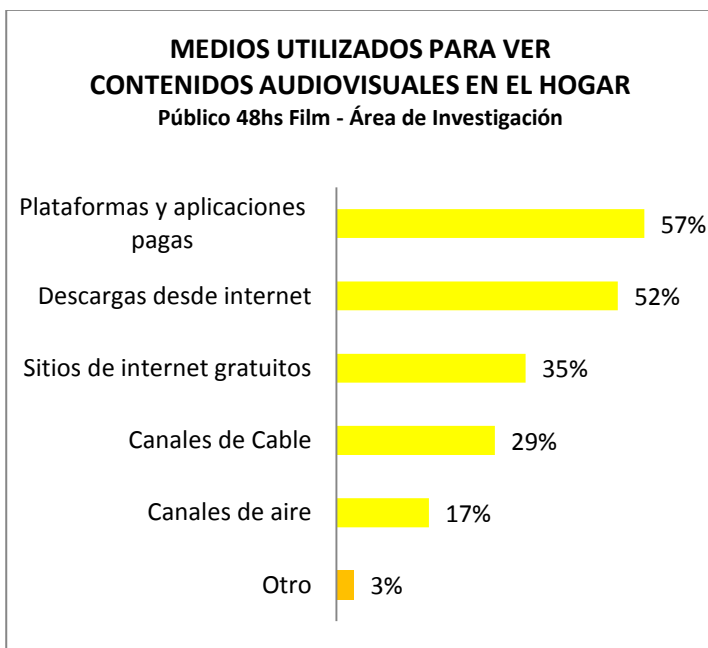


Centrándonos en el tipo de contenidos audiovisuales que consume el público del Festival en su casa, 8 de cada 10 indicó “Series/Novelas/Unitarios/Ficciones”. En segundo lugar se ubicó la preferencia por “Películas” seguidamente de “Documentales” e “Informativos”.



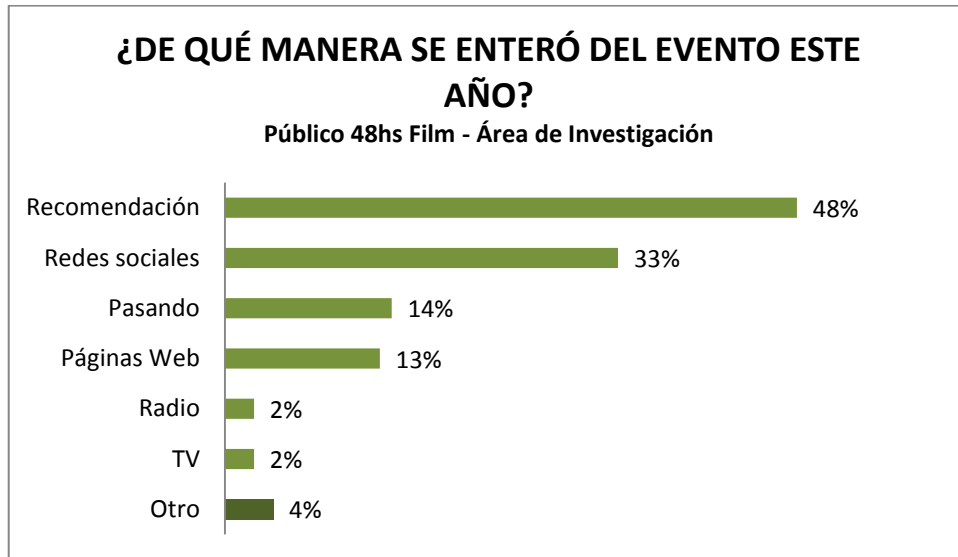
Los **medios más utilizados para ver contenidos audiovisuales en el hogar** son la “plataformas y aplicaciones pagas” tales como Netflix, Flow, Fox, etc. y las “Descargas desde internet”. El uso de canales de aire es bastante menos frecuente por el público del Festival.

El **dispositivo** más utilizado por el público del Festival para ver contenido audiovisual en el hogar es la “Computadora/Tablet” y en proporción similar el “Televisor”.

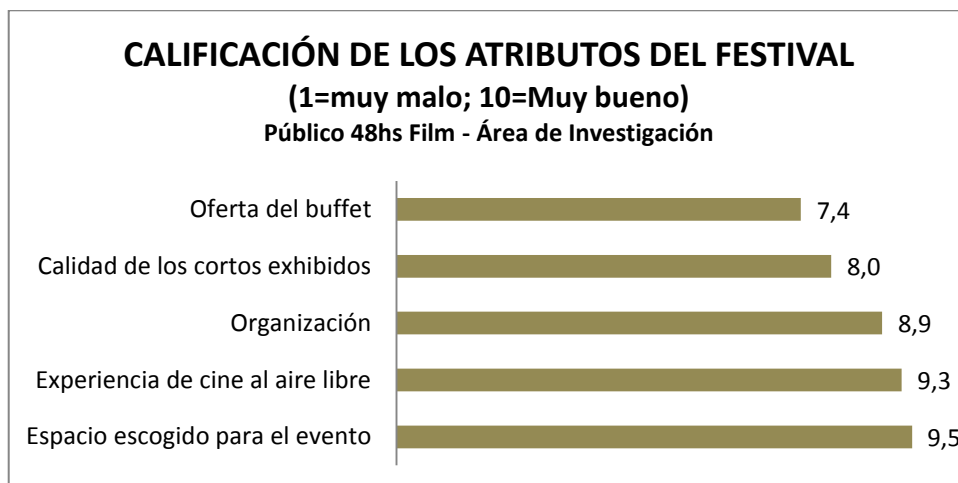


Percepción 48 Horas Film

Mayoritariamente, el público se enteró del festival por canales informales de comunicación que por los planificados para tal función. Así, el 63% se enteró por “recomendación” o “pasando”, mientras que el 50% los hizo por algún medio con estrategia de comunicación dirigida. Entre estos últimos el más efectivo fue “Redes sociales”. Esto se puede relacionar con una de las sugerencias más recurrentes realizada a los organizadores del evento: la necesidad de “mayor difusión” de la propuesta.



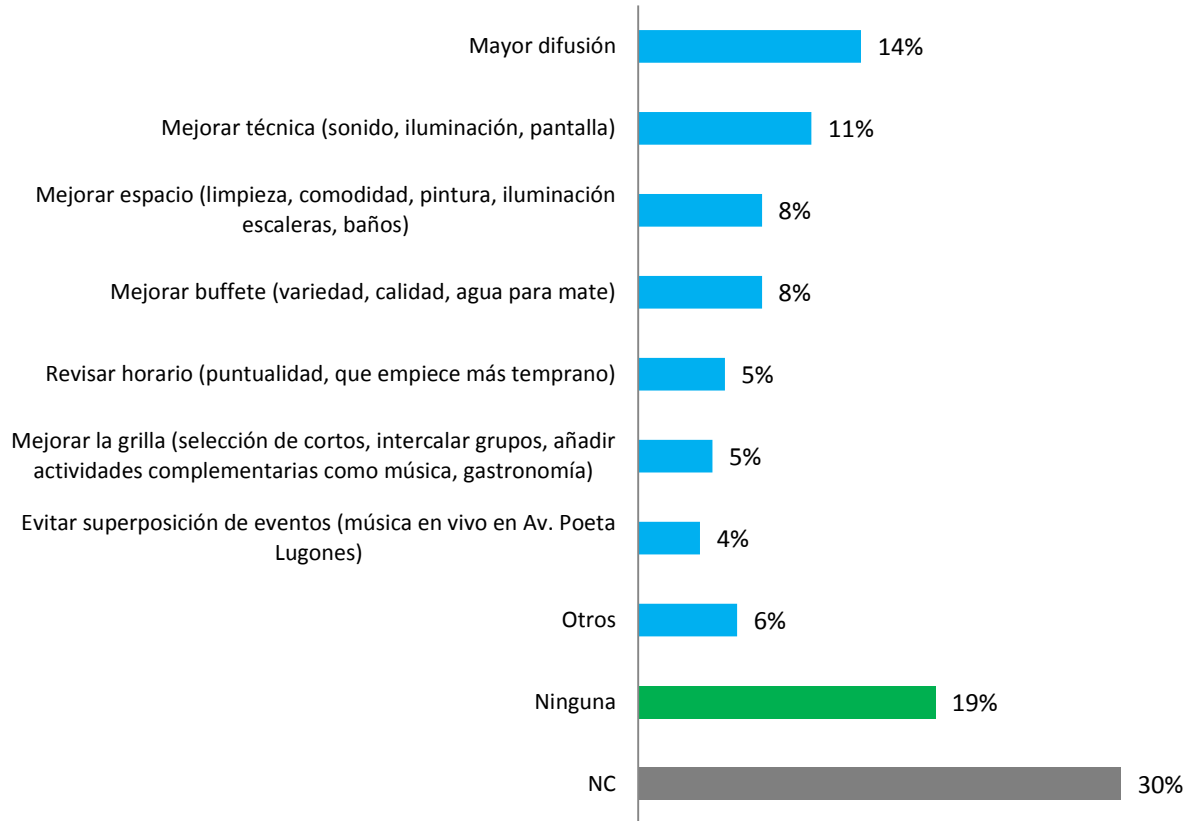
Consultados por la calificación de diferentes aspectos del Festival, identificamos un balance positivo del evento siendo lo mejor ponderado por el público el “espacio escogido para el evento” y la “experiencia al aire libre”, mientras que lo menos valorado fue la “oferta del buffet”.



Finalmente, se grafican las sugerencias más recurrentes efectuadas por el público del Festival a sus organizadores, las cuales contribuirán a mejorar la experiencia para futuras ediciones.

SUGERENCIAS PARA FUTURAS EDICIONES DEL EVENTO

Público 48hs Film - Área de Investigación



ANEXO

Nº:

Encuestador:

Fecha:

Lugar:

ENCUESTA voluntaria y anónima sobre hábitos de consumo audiovisual

El presente cuestionario forma parte del trabajo de investigación "Hábitos de Consumo Audiovisual del público del Festival 48 Hours Film Project 2018", llevado a cabo por la Secretaría de Cultura municipal; solicitamos su participación, respondiendo cada pregunta de manera veraz. Anticipadamente, le agradecemos por su tiempo.

A. DATOS DEMOGRÁFICOS

1- Edad:		2- Género:						
3- ¿Qué estudios tiene? (indicar el máximo alcanzado)	Sin estudios				Terciarios completos			
	Primarios completos				Universitarios completos			
	Secundarios completos				Estudios de Posgrado completos			
4-¿Estudia actualmente?	Sí		No		5-¿Trabaja?	Sí		No
<i>Si respondió sí a la pregunta 5 continúe con la 5.1- ¿Qué tipo de actividad desarrolla?</i>								
Administrativa		Comercial		Enseñanza		Salud y servicios sociales		Jurídica
Información y comunicaciones				Artística, cultural, deportiva				Investigación
Industrial				Otro, ¿cuál?				
6-¿De dónde nos visita?	Córdoba Cap.				Otra localidad de Cba			Otra provincia
	Barrio:				¿Cuál?			¿Cuál?
								Otro País
								¿Cuál?

B. HÁBITOS DE CONSUMO DE CINE

7- ¿Concurrió al cine durante el último año?	Sí		No	
---	----	--	----	--

Si responde **Sí** salte a la pregunta 8, sino continúe con la pregunta 7.1. y luego salte a la 14.

7.1- ¿Por qué? (elegir una opción)

No le gusta		Falta de dinero		Problemas de salud en la vista/oído, etc.	
Falta de tiempo		No tengo ninguna sala cerca	Otro, ¿Cuál?		

8-¿Con qué frecuencia concurrió al cine el último año?					
Una vez		Entre 2 y 5 veces		Entre 6 y 10 veces	Más de 10 veces

9- ¿A qué tipo de sala de cine concurrió el último año? (Opción múltiple)					
2D		3D		4D	

10- ¿Fue al cine a ver películas de origen nacional el último año?				Sí		No	
--	--	--	--	----	--	----	--

11- ¿Qué género cinematográfico vio en una sala de cine en el último año? (Opción múltiple)													
Acción		Suspens o		Aventura		Ciencia ficción		Comedia		Dram a		Terror	
Romántico		Animación		Documental		Infantil		Otro, ¿Cuál?					

12- ¿Cuánto gastó en cine en el último año, por persona?									
\$100 o menos		Entre \$101 y \$200		Entre \$201 y \$300		Entre \$301 y \$400		\$401 o más	

13- ¿Hay algún momento del año en especial en el que vaya al cine?				Sí		No	
13.1- En caso de responder sí, ¿en qué mes/es?							

14- Habitualmente, ¿con quién concurre al cine? (Opción múltiple)									
Amigos/as		Padres/Madres		Hijos/as		Nietos/as		Abuelos/as	
Pareja		Solo/a		Otro:					

15- ¿Por qué medio se entera habitualmente de la cartelera del cine? (Opción múltiple)									
Radio		Diarios (papel/online)		Redes sociales		Páginas Web (no redes)		Recomendación	
TV		Otro, ¿Cuál?							

16- Nombre las primeras cuatro salas de cine de Córdoba Capital que le vienen a la mente en este momento:			
1°		3°	
2°		4°	

C. HÁBITOS DE CONSUMO AUDIOVISUAL EN EL HOGAR: Programas de TV, películas, series

17- ¿En el último año, vio contenidos audiovisuales en casa (programas de TV, películas, series, documentales)?

Sí		No	
----	--	----	--

Si responde **Sí** salte a la pregunta 18, si responde **NO** continúe con la pregunta 17.1.y luego salte a la 24.

17.1- ¿Por qué? (elegir una opción)

No le gusta		No le interesa		No tiene artefacto (TV, Computadora, Tablet, etc.)	
Falta de tiempo		Problemas de salud en la vista/ oído, etc.		Otro, ¿Cuál?	

18- En promedio, ¿cuántos días a la semana consume contenidos audiovisuales en su casa?

19- En promedio, ¿cuántas horas al día consume contenidos audiovisuales en casa?

20- ¿Qué tipo de contenidos audiovisuales ve habitualmente en casa? (Opción múltiple)

Informativos		Series / novelas / unitarios / ficciones		Culturales		Humorísticos		Musicales	
Políticos		Shows /entretenimientos		Películas		Chimentos		Infantiles	
Deportivos		De archivo / sobre otros programas		Policiales		Documentales		Turísticos	
Otro, ¿Cuál?									

21- ¿A través de qué medios vio contenidos audiovisuales en su casa el último año? (Opción múltiple)

Canales de cable		Descargas desde internet		Plataformas y aplicaciones pagas como Netflix, Flow	
Canales de aire		Sitios de internet gratuitos como YouTube, Cuevana		Otro, ¿Cuál?	

22- ¿En qué soportes ve contenidos audiovisuales con mayor frecuencia? (Opción múltiple)

Televisor		Computadora /Tablet		Celular/ similar		MP4 o		Otro, ¿Cuál?	
-----------	--	---------------------	--	------------------	--	-------	--	--------------	--

D. FESTIVAL 48 HOUR FILM PROJECT

23- ¿De qué manera se enteró del Festival? –Opción múltiple–

Radio		Televisión		Periódico		Redes		Recomendación		Web		Pasando	
Otro, ¿Cuál?													

24- Califique los siguientes atributos del Festival 48 Hour Film Project 2018 (1=Muy malo y 10=Muy bueno)

Organización		Experiencia de cine al aire libre		Calidad de los cortos exhibidos		Oferta del buffet		Espacio escogido para la realización del evento	
--------------	--	-----------------------------------	--	---------------------------------	--	-------------------	--	---	--

25- ¿Qué sugerencia haría a los organizadores del Festival?

--

¡Muchas gracias!

