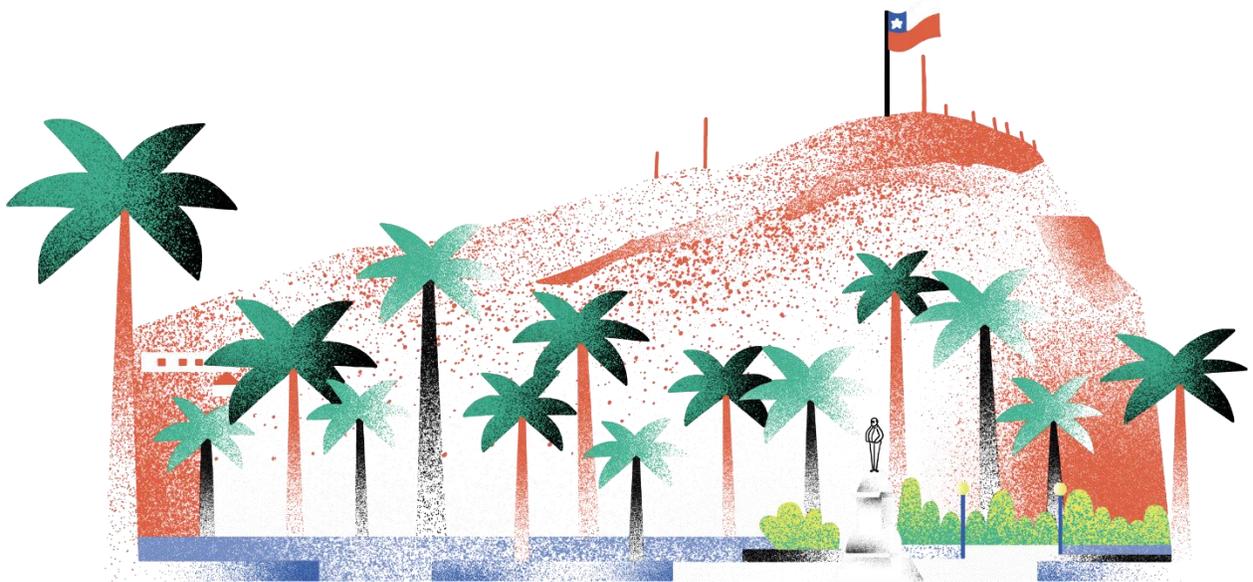

Informe

Primera Escucha Creativa 2025

Cecrea Arica



Producción Escuchas Creativas Cecrea 2025: Lupa Consultoras.

Coordinación Escuchas Creativas, gestión y sistematización de informe: Fernanda Casorzo Pino.

Producción Escuchas Creativas: Romina Aguirre Villarroel.

Coordinación Escucha Creativa Cecrea Arica: Ricardo Rodríguez Pino, Carlos Rodríguez Cisterna y Verónica Conzuelo Vicencio Guarachi.

Edición informe y coordinación nacional Escuchas Creativas: Teresita Calvo Foxley.

Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio, junio 2025. Programa Centros de Creación (Cecrea).

www.cecrea.cl

¿Qué es una Escucha Creativa Cecrea?

Es un encuentro de niños, niñas y jóvenes (NNJ), que se realiza dos veces al año en cada Centro de Creación (Cecrea) del país, para conocer sus inquietudes, intereses y opiniones. Con la información obtenida, se planifica la programación de Cecrea. Al mismo tiempo, es una metodología participativa y de investigación, de carácter cualitativo, que utiliza herramientas creativas y lúdicas posibilitando que quienes participan ejerzan su derecho a ser escuchados, a tomar decisiones en cada espacio, y a ejercer su ciudadanía creativa¹.

¿Cómo se hace?

Cada Escucha dura tres horas y se divide en tres momentos: Recepción, Maestranza y Consejo. Para su realización, se cuenta con un equipo de facilitadores/as, quienes guían las actividades y hacen preguntas para recabar la información que requiere el proceso. Además, participan tres profesionales de las ciencias sociales y humanidades, quienes cumplen el rol de observadores participantes, encargados de registrar lo expresado por NNJ, lo que luego será sistematizado en el informe de resultados que estás leyendo.

Primer ciclo Escuchas Creativas Cecrea 2025

Objetivo general

Reflexionar con los y las participantes de Cecrea sobre el acceso y la participación de niñas y juvenudes en el Programa para contribuir con sus ideas y opiniones al diseño de una estrategia que fortalezca su participación significativa.

Objetivos específicos

- Analizar críticamente las *estrategias de convocatoria y difusión* del programa a nivel local para co-diseñar con niños, niñas y jóvenes acciones más efectivas que respondan a sus intereses y formas de comunicación.
- Reflexionar sobre la *participación y permanencia* de niños, niñas y jóvenes en los laboratorios creativos de cada Cecrea para mejorar la estrategia que permita aumentar y consolidar su participación.
- Identificar *intereses* de niños, niñas y jóvenes e ideas para laboratorios Cecrea.

Metodología para la sistematización y análisis

Para llevar a cabo el análisis, se organizó la información recopilada mediante *observación participante* durante la Escucha. Esta técnica se basa en la interacción entre investigadores e informantes en su contexto social (Taylor & Bogdan, 1986), y permite recoger datos significativos en terreno mediante una pauta estructurada. A partir de estos registros, se aplicó un *análisis de contenido* (Krippendorff, K., 1997), orientado a identificar sentidos, patrones, consensos, disensos y elementos emergentes en las percepciones y propuestas de NNJ. Este análisis se centró en tres ejes definidos por los objetivos específicos de la Escucha: **estrategias de convocatoria y difusión**, donde se evaluaron los medios actuales y se incorporaron nuevas propuestas; **participación y permanencia en los laboratorios**, considerando motivaciones, estados emocionales y condiciones logísticas que inciden en la continuidad; e **intereses e ideas para la programación futura**, reconociendo temas, formatos y referencias culturales significativas para NNJ, desde una perspectiva situada y co-creativa orientada al fortalecimiento del programa Cecrea.

¹ Para más información sobre el modelo de implementación del programa revisar www.cecreea.cl

¿Dónde y cuándo se realizó?

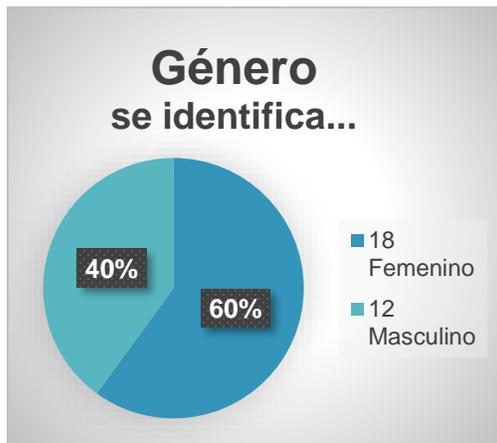
Cecrea Arica

Fecha: viernes 16 de mayo de 2025

Hora: 15:00 a 18:00 hrs.

¿Quiénes participaron?

Participantes: 30 niños, niñas y jóvenes.



Facilitadores

Carolina Águila

Nelson Aguirre

Jaime Escobar

Fredy Jiménez

Bastián Palza

Observadoras

Marcela Araya

Leslie Berríos

Tanya Durán

¿Qué hicimos?

Cada Escucha tiene 3 fases metodológicas: Recepción – Maestranza – Consejo. En Cecrea Arica, durante estos tres momentos se realizaron actividades destinadas a incentivar la participación de NNJ. Estas se enmarcaron en la elaboración de dibujos, el movimiento, la escritura libre y la disposición espacial, todas consideradas formas válidas de comunicación. Del mismo modo, el uso del suelo como superficie de expresión transformó el entorno en un “tercer educador”, favoreciendo la autoexpresión, la espontaneidad y la ruptura con las metodologías tradicionales.

La experiencia propuso invitar a NNJ a viajar a través del tiempo para rescatar a Cecrea de una “congelación temporal”. Con una estética retro-futurista, los/as participantes analizaron críticamente las estrategias de participación del pasado, diseñaron campañas innovadoras y replantearon el futuro del programa, integrando sus ideas en un proceso lúdico y teatral. A continuación, se enuncian las actividades llevadas a cabo en la Escucha Creativa de Cecrea Arica:



RECEPCIÓN

Batería de las emociones

¿Qué laboratorio imaginan para Cecrea?

¿Qué les motiva a asistir Cecrea?

MAESTRANZA

1. Diagnóstico de difusión de Cecrea:

Misión reinventar Cecrea: análisis de afiches de laboratorios anteriores

•2. Creación de campaña publicitaria retro-futurista

CONSEJO

Reflexiones finales

- *¿Qué laboratorio imaginan para Cecrea?*

En esta actividad, los tres grupos etarios, guiados por la dupla lúdica Luna Groove y Dr. Chrono, fueron recibidos en un espacio dispuesto con artefactos comunicacionales antiguos —máquinas de escribir, teléfonos fijos, celulares obsoletos, computadores, cartas— que podían manipular libremente para descubrir cómo se comunicaban las personas antes de la era digital. Luego, fueron invitados a interactuar con la “cabina telefónica del futuro”, donde, de forma voluntaria, dejaban un mensaje en voz alta con ideas para los laboratorios que les gustaría tener en Cecrea. A continuación, se muestran los resultados:



Ideas de laboratorios	
<p>🎮 Juego, recreación</p> <ul style="list-style-type: none"> • Que haya trampolines • Que haya piscina • Juegos • Harto tandeo • Juegos de mesa 	<p>🎵 Música</p> <ul style="list-style-type: none"> • Más laboratorios de música • Que haya más guitarras • Quiero un laboratorio de baile y música. • Un laboratorio para cantar y expresarse y poder sentirse bien. • Laboratorio de canto • Quiero K POP – T Pop (versión tailandesa del coreano. La letra del T POP habla de quererse a sí mismo)
<p>🎭 Artes escénicas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Quiero un taller de teatro <3. Actuar <3. • Nos presentemos en el teatro • Laboratorio de danza 	<p>🧘 Bienestar</p> <ul style="list-style-type: none"> • Que haya más comida • Laboratorio autocuidado • Laboratorio de tranquilidad – relajación
<p>🔬 Ciencias</p> <ul style="list-style-type: none"> • Quiero un taller de ciencias • Laboratorio de mutaciones donde se puedan modificar los genes humanos con los de los animales y crear mutaciones. 	<p>✂️ Manualidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Laboratorio manualidades • Manualidades (papelería, cartas, flores de no sé uwu)
<p>🌿 Naturaleza</p> <ul style="list-style-type: none"> • Que haya un zoológico • Salir a la naturaleza 	<p>🍳 Cocina</p> <ul style="list-style-type: none"> • Laboratorio cocina – hornear • Que haya más comida
<p>🎨 Artes plásticas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Que haya más arte 	

- *¿Qué les motiva a asistir a Cecrea?*

En el subterráneo del Centro, ambientado como un espacio entre lo ancestral y lo futurista, con decoración flúor, luces, humo y música étnica, se desarrolló el juego del “teléfono roto”, donde NNJ comprobaron de forma lúdica cómo los mensajes se transforman en la transmisión boca a boca. A pesar de que el mensaje original logró mantenerse durante gran parte del juego, se distorsionó en el tramo final, dando paso a la risa y reflexión grupal. Para cerrar, se invitó a NNJ a plasmar en muros y papeles sus ideas sobre cómo atraer a más niños, niñas y jóvenes a Cecrea y qué les motiva del Centro, utilizando el dibujo o la escritura como forma libre de expresión. A continuación, se muestran las opiniones de NNJ, clasificadas en dimensiones para el análisis:

Qué les motiva de Cecrea y cómo atraer a más NNJ en el futuro	
Vínculos sociales y afectivos	Diversión, entretenimiento y disfrute
<p>“Acá conocí a la mitad de mis amigos” (Juan Pablillo) “Me motiva mis amigos de Cecrea” (Cris) “Compartir con mis pares” “Conocer a personas” “Conocer muchas personas” “Me motiva mis amigos de Cecrea y las actividades” “Lo que me motiva a venir es que siento confianza y me gustan los talleres” “Yo cuando vengo a cecrea → :) / yo cuando no vengo a Cecrea → :(” “Lo que me motiva es las personas de Cecrea y sus (...) divertidas” “Me motiva venir a ver a mi amiguita Francisca para despejarme, relajarme y hacer cosas nuevas :)” “Me motiva mi mamita. Además, que me gusta bastante el Cecrea. Nikosito” “Porque me motiva mi tía” “Porque así apoyo a mi mamá y puedo jugar”</p> <p>Una parte significativa de las motivaciones se centra en la posibilidad de compartir con pares y hacer amistades. También es relevante que en algunos casos la motivación para asistir proviene de sus familiares. Esto sugiere que Cecrea es percibido como un entorno relacional positivo y seguro, donde se construyen redes afectivas importantes para NNJ.</p>	<p>“Es entretenido, me gusta” (Tania) “La diversión” “Viva la vida loca” “La motivación es que hay muchas creatividades y diversión” “Es divertido y bacán, es mi primer día” “Cosas buenas” “La entretención y la motivación que te dan” “La libertad y diversión que nos entrega: gracias por todo” “Porque sí” “Me llamó la atención” “Me motiva a venir la diversión que encuentro aquí en Cecrea y la tranquilidad que hay” “Sin colegio !!” “Hay actividades entretenidas. Puede conocer gente nueva. Salir de casa. Distraerse. Divertirse.” “Estar feliz y en un lugar seguro, por eso me gusta venir” “Hotel Valhalla” “Esta actividad estaba más orientada a niños y no a adolescentes y jóvenes” “Cecrea necesita ser más grande”</p> <p>La dimensión lúdica es otra fuente clave de motivación. Palabras como “diversión”, “entretenido”, “bacán” o simplemente “porque sí” reflejan que Cecrea es un espacio donde se rompe con la rutina y se accede a momentos de alegría, libertad y relajación. También relacionan la diversión con conocer personas nuevas.</p> <p>Algunos NNJ perciben limitaciones en la oferta de Cecrea, lo que indicaría una necesidad de diversificar y ampliar las actividades para que resulten igualmente atractivas y pertinentes para todos los rangos etarios.</p>

Expresión, creatividad y crecimiento personal	Reflexión
<ul style="list-style-type: none"> • “Cecrea me gusta porque uno puede liberar toda su creatividad” • “Aquí estuvo Bambin. Me inspiré hacer nuevas cosas” • “Me motiva el trabajo que ponen las personas en hacer actividades entretenidas” • “Distraerme de los problemas. Hermes Aprove! (sigan @artes.esquizo) (dwaekki)” • “Me motiva ser parte del Consejo, ser productiva” (Miel, 18 años) • “Greet the world with open arms. Música. Matar el tiempo y el aburrimiento (mi responsabilidad auto inculcada como miembro del Consejo)” (Miel) • “J-hop. Jungkook. Taehyun. Kim Seokjin. Kim Namjoon. Jimn j-hope. Yoongi. Army. BTS.” • “Black pink y twis. Amo a black pink. Blink <3” <p>Varias respuestas revelan que Cecrea es también un lugar donde NNJ sienten que pueden expresarse libremente, experimentar con su creatividad, inspirarse y desarrollar nuevas ideas. En este plano, el valor del espacio no solo radica en lo que ofrece, sino en cómo permite a cada participante a encontrar su voz, probar cosas nuevas y asumir un rol activo en su propio aprendizaje o proceso creativo, por ejemplo, mediante la conexión con sus bandas favoritas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • “¿Y qué pasa si el futuro no existe?” (Agustín) • “Hay una pregunta sin respuesta ¿cuál es el sentido de la vida?” (Anto) <p>Aunque menos frecuentes, algunas respuestas muestran una profundidad en el pensamiento de NNJ, con preguntas filosóficas o reflexiones personales sobre el sentido de la vida o del futuro. Esto sugiere que Cecrea también es percibido como un entorno que permite cuestionarse, pensar críticamente y conectar con dimensiones más abstractas o emocionales del ser.</p>



Maestranza

1. Diagnóstico de difusión de Cecrea

- *Misión reinventar Cecrea: análisis de afiches de laboratorios anteriores*

Se invitó a NNJ de 7 a 11 años a realizar un diagnóstico sobre afiches diseñados en Cecrea Arica para difundir su programación, e identificar lo que consideraban positivo, aspectos mejorables y recoger propuestas concretas para optimizar estos procesos. Dado que en este momento se encontraban dispersos y algo ajenos al objetivo de la actividad, solo se registraron par de respuestas que reflejan sus opiniones. En los otros grupos se utilizaron afiches antiguos como insumos para las creaciones de la campaña comunicacional, pero no se generó un análisis de estos.

- “Afiches sin vida” (Juan Pabliño).
- “Los colores son fome o apagados” (Alain, 11 años).

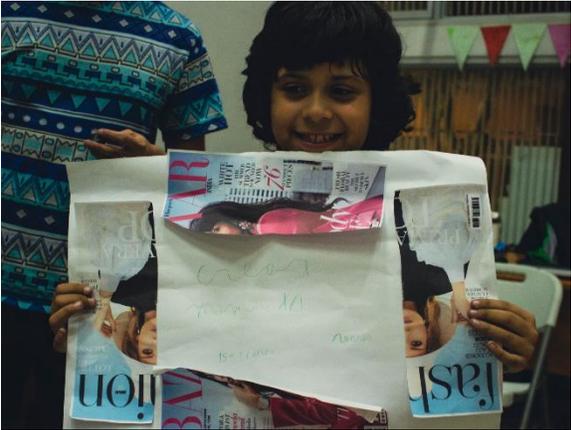


2. Campaña publicitaria

- *Creación de campaña “Retrofuturista”*

NNJ disponían de una serie de materiales (revistas, impresiones de letras, bichos, animales, objetos, pegamento, lápices de colores, pliegos de cartulinas, hojas blancas y de colores), para crear un afiche con las temáticas que más les llamasen la atención o interesaran, para atraer nuevos públicos a Cecrea. A continuación, se muestran los resultados:

Grupo etario de 7 a 11 años	
Tipo de producto creado	Afiches
Público objetivo	Niñas y niños de su rango etario
Canal de difusión	WhatsApp y TikTok
Tema elegido (interés de NNJ que podría considerarse para futuro laboratorio).	Les entusiasmó especialmente poder destacar en su afiche que Cecrea es un <i>espacio seguro y diverso</i> , donde nadie es excluido y todas y todos pueden participar en igualdad de condiciones.
Qué se dice y cómo se dice (mensaje)	Qué: reflejar la diversidad de actividades que ofrece Cecrea. Además, destacaron la libertad de expresión

	<p>que sienten en el espacio y la posibilidad de ser ellos/as mismos/as, sin temor. Cómo: utilizando variedad de colores en sus creaciones.</p>
Reflexiones	<ul style="list-style-type: none"> • “Queremos colocar muchos colores para representar las distintas actividades que hay acá” (Montse, 11 años). • “Queremos juntar muchas cosas distintas para que se note que en Cecrea hay distintas cosas, muchos colores” (Alain, 10 años). • “No me gusta cortar, esta hora me da como sueño” (Juan Pablino).
	
Crea tu meme	Laboratorios divertidos

Grupo etario de 12 a 15 años	
Tipo de producto creado	Afiches
Público objetivo	NNJ de su rango etario
Canal de difusión	No se aborda
Tema elegido (interés de NNJ que podría considerarse para futuro laboratorio).	En este caso es importante señalar que, de los 10 participantes, solo 2 conocían previamente Cecrea y habían participado en sus laboratorios, lo que generó un grupo mixto que no se conocía entre sí. Esto dificultó la comunicación y la toma de acuerdos en la elaboración de los afiches. A partir de preguntas sobre gustos, necesidades e intereses, surgieron ideas relacionadas con el reciclaje, el EcoTeatro y la sustentabilidad , lo que dio origen a campañas con temáticas ambientales , entre otras.
Qué se dice y cómo se dice (mensaje)	Durante la observación se lograron obtener algunos argumentos respecto al mensaje de los afiches, las que se detallan más abajo, junto a la imagen de estos.
Reflexiones	<ul style="list-style-type: none"> • “Soy Johana, vengo del liceo B4 y me gustan mucho las flores. Me gusta mucho recortar”. • “Soy Nico y me gusta la música, y digo que nos

encontraríamos más si escucháramos música”.
• *“Me llamo Agustín y me gustan los animales. Solo estoy pensando para mí mismo ¡No sé qué hacer!”*
(Agustín).



Maquillaje y flash

Une la creatividad del maquillaje artístico con la fotografía experimental. A partir de la idea de que "el maquillaje hace la foto y la foto el maquillaje", proponen diseñar looks coloridos y originales para luego capturarlos en sesiones fotográficas en distintos espacios, como plazas u otros entornos urbanos.



Maripocultu

Propone una exploración creativa en torno a la mitología y la historia de las mariposas, incluyendo sus distintos tipos y significados culturales. Este laboratorio podría desarrollarse integrando las artes visuales y las ciencias, permitiendo tanto la expresión artística como el aprendizaje sobre este insecto.



Crea tu mariposa



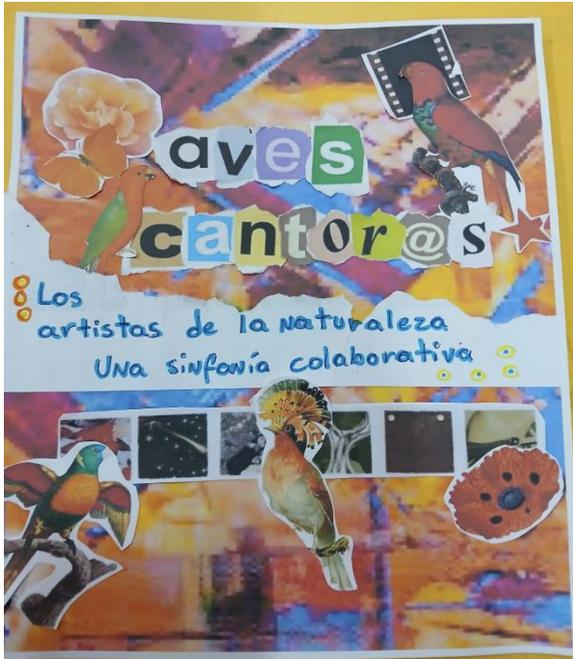
Laboratorio Artístico



Laboratorio de música

La idea es que las y los participantes puedan experimentar componiendo melodías, construyendo o utilizando instrumentos, y compartiendo sus gustos e ideas sobre la música en general.

Grupo etario de 16 a 18 años	
Tipo de producto creado	Afiches
Público objetivo	NNJ de su mismo rango etario
Canal de difusión	Redes Sociales (no especifican cuáles)
Tema elegido (interés de NNJ que podría considerarse para futuro laboratorio).	Laboratorios de acuerdo a sus intereses (moda, maquillaje, fotografía, baile, pintura, botánica, bienestar, música).
Qué se dice y cómo se dice (mensaje)	<i>Qué:</i> invitar a participar en los laboratorios. <i>Cómo:</i> a través de la realización de afiches tipo collage, intervenidos con plumones y recortes, donde cada participante elige y adapta las imágenes según su propia creatividad. Expresaron que es importante que los afiches sean creados por ellos/as mismos/as, reflejando sus propios intereses, ya que así podrían captar mejor la atención de sus pares y motivarlos a participar en Cecrea.
Reflexiones	<ul style="list-style-type: none"> • “¡Sí! De fotografía convergencia moda (Trini, 16 años). • “Maquillaje, porque es de nuestro gusto personal y nos gustaría compartirlo. Porque hay mucha gente de mi edad que les gustaría aprender maquillaje” (Daniella y Arhiely, 15 años). • “Somos del Consejo y queremos exponer para decir que queremos que los afiches los realicemos nosotros. Encontramos muy planos los afiches que vemos en las RRSS” (Daniella y Arhiely, 15 años).



Aves cantoras

Surge a partir de una observación de Miel (18 años), quien al notar la presencia de aves pequeñas anidando en los árboles cercanos, expresó que “las aves son las cantoras de la naturaleza”. Propone la observación atenta del entorno natural y la grabación de cantos de aves para luego intervenirlos y transformarlos en creaciones musicales. Adaptable a los diferentes rangos etarios.



New t-pop in Arica: un nuevo estilo de baile



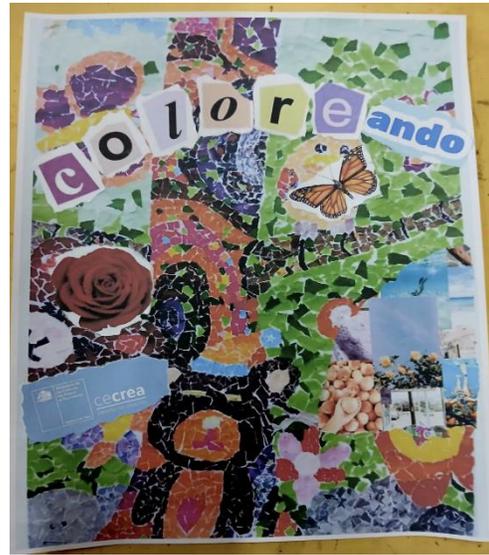
Fotografía y musical



Click natural



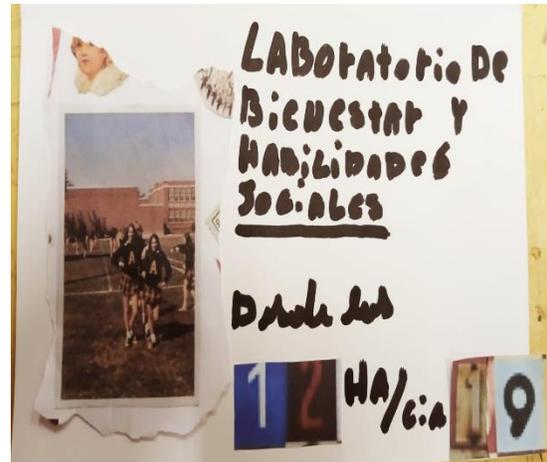
Botánica



Pintura



Moda para toda la gente



Bienestar y habilidades sociales

- *Resumen de campaña publicitaria*

Aquí se presenta resumen de las ideas de laboratorios propuestas por niñas, niños y jóvenes durante la campaña publicitaria, en función de sus intereses, gustos, y las proyecciones que expresaron sobre lo que les gustaría que existiera en el Programa.

Grupo etario de 7 a 11 años	Grupo etario de 12 a 15 años	Grupo etario de 16 a 18 años
💻 Tecnología Crea tu meme	♻️ Medioambiente Reciclaje Sustentabilidad Eco teatro	🌿 Naturaleza Aves cantoras Botánica
🎨 Artes plásticas Afiches divertidos	🎭 Artes visuales y escénicas Maquillaje y flash Maripocultu Ecoteatro	🎭 Artes visuales y escénicas Click natural New T-pop in Arica Moda para toda la gente
	🎨 Artes plásticas Laboratorio artístico	🎨 Artes plásticas Coloreando
	🎵 Música Laboratorio de música	🎵 Música Aves cantoras
	🌸 Naturaleza Flores	🧘 Bienestar y desarrollo personal Bienestar y habilidades sociales
	🏛️ Ciencias Maripocultu	



Conclusiones

Una vez realizada la sistematización y análisis de la Escucha en Cecrea Arica, considerando el objetivo principal (Reflexionar con los y las participantes de Cecrea sobre el acceso y la participación de niñas y jóvenes en el Programa para contribuir con sus ideas y opiniones al diseño de una estrategia que fortalezca su participación significativa), y en directa relación con los objetivos específicos, podemos concluir lo siguiente:

- **Respecto a las estrategias de convocatoria y difusión del programa a nivel local para codiseñar acciones más efectivas**

Los resultados evidencian que, aunque Cecrea logra generar motivación y vínculos significativos una vez que NNJ participan, las estrategias de difusión actuales no están logrando convocar de manera eficaz a otros NNJ, especialmente a los mayores. Esto se deduce de comentarios como “esta actividad estaba más orientada a niños y no a adolescentes y jóvenes” o “Cecrea necesita ser más grande”, que revelan posibles limitaciones de alcance.

Si bien valoran la creatividad, lo lúdico y lo expresivo, no se mencionan canales ni formas específicas por las que llegaron a Cecrea, lo que sugiere la necesidad de codiseñar nuevas estrategias de convocatoria, incluyendo formatos más visuales, digitales (RRSS señaladas en dos rangos etarios), personalizados por edades, y que integren el lenguaje propio de NNJ, por ejemplo, las referencias a BTS, K-POP y la estética juvenil. La revisión de afiches también apunta a que los materiales de difusión deben actualizarse e integrar estéticas y formas de comunicación contemporáneas, donde NNJ tengan un rol protagónico en su diseño.

- **Respecto a la participación y permanencia de NNJ en los laboratorios creativos**

La alta gama de emociones positivas al inicio de la jornada (motivación, alegría, calma, inspiración) sugiere que Cecrea es capaz de generar ambientes acogedores y seguros. La permanencia se ve sostenida principalmente por los vínculos sociales, la diversión y la libertad creativa: NNJ valoran profundamente la posibilidad de compartir con pares, hacer amigos, salir de la rutina y tener un espacio donde se sientan escuchados y respetados. A su vez, sindicaron a sus familias como elementos motivadores y estimulantes respecto a su permanencia en el Programa.

Sin embargo, hay señales de brechas etarias y falta de oferta diferenciada, sobre todo para jóvenes mayores, que podrían afectar la continuidad. Frases como “Me motiva ser parte del consejo, ser productiva” o “¿Y qué pasa si el futuro no existe?” reflejan intereses más complejos, reflexivos o de liderazgo, que requieren propuestas más profundas o de largo plazo. Por tanto, es clave diseñar rutas diferenciadas de participación sostenida, con roles activos y proyectos de mediana duración y espacios de autoría que respondan a estos perfiles.

- **Respecto a la identificación de intereses e ideas para laboratorios Cecrea**

Las ideas expresadas en la “cabina telefónica del futuro” y en la creación de afiches para invitar a laboratorios, muestran una **amplia diversidad de intereses**, agrupables en las áreas: juego y recreación, música, artes visuales y escénicas, bienestar, ciencias, naturaleza, medioambiente, manualidades y artes plásticas, cocina, reflexión o pensamiento crítico.

Esto indica que NNJ buscan laboratorios que combinen lo lúdico, expresivo, sensorial, artístico y relacional, y también espacios para pensar, descansar o cuidar de sí mismos.

Además, en los tres grupos etarios se observan convergencias claras entre disciplinas artísticas y otras áreas, como la ciencia, el medioambiente y el desarrollo personal. Destacan propuestas que combinan arte y ciencia (como *Maripocultu* o *Aves cantoras*), integrando el conocimiento de lo natural con la expresión creativa.

Bibliografía

- Krippendorff, Klaus. (1997). *Metodología de Análisis de Contenido*. Teoría y Práctica. Barcelona: Paidós.
- Taylor, S. J., & Bogdan, R. (1986). *Introducción a los métodos cualitativos de investigación: La búsqueda de significados*. Barcelona: Paidós.