



PÚBLICOS DE ARTES ESCÉNICAS

Modos de participación
en la pospandemia

AGOSTO 2023



ENFOQUE
CONSUMOS
CULTURALES

CON EL APOYO DE



MECENAZGO
Participación Cultural
Buenos Aires Ciudad



PROTEATRO

02.

Introducción

04.

Contexto

06.

Objetivos

07.

Metodología

11.

Principales resultados

14.

La nueva normalidad

29.

Los públicos habituales

37.

Los nuevos públicos

42.

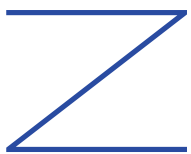
Públicos participativos

48.

Conclusiones

50.

Bibliografía



NOVEDADES

Junio de 2023. Espectadores/as sin barbijos, salas sin aforos reducidos ni dispensers de alcohol en gel. Escenas imposibles de imaginar dos años atrás, cuando se producían las aperturas de salas de artes escénicas en la Ciudad de Buenos Aires, con estrictas medidas sanitarias.

Entre 2020 y 2021 se plantearon hipótesis y se desarrollaron estudios. Se propició la reflexión sobre la transformación de percepciones y hábitos. Se comenzó a imaginar cómo serían los nuevos modos de gestión para la futura nueva normalidad. En muchos casos, los datos de las investigaciones conducían a conclusiones relativamente pesimistas, pues daban cuenta de que, en términos generales, la recuperación iba a ser lenta. En su mayoría coincidían en que las personas más implicadas volverían a la presencialidad rápidamente, pero una parte importante del público retrasaría su retorno y otra ya no volvería. No se trataba sólo del temor al contagio, sino de la **reconfiguración en las prácticas de consumo cultural** que se produjo durante la parte más dura de la pandemia y sus potenciales impactos en la pospandemia. La atracción creciente por los consumos digitales, la pérdida de la costumbre, las mutaciones de los hábitos y los rituales de participación cultural, las nuevas demandas de los públicos, la crisis económica, entre otras cosas, conducían a conjeturar un lento retorno.

Los **estudios de públicos de artes escénicas** realizados en conjunto entre Alternativa y Enfoque Consumos Culturales indicaban tendencias similares a las planteadas en las investigaciones disponibles. Desde noviembre de 2020, las salas de la Ciudad de Buenos Aires podían abrir con un aforo del 30% y con la aplicación del protocolo sanitario. El trabajo de campo de nuestra investigación "**Mediatización de las artes escénicas. Consumos durante la cuarentena y perspectivas futuras**" se realizó al calor de esas primeras reaperturas (diciembre 2020 - enero 2021). La encuesta online de 3039 casos realizada a la base de usuarios de Alternativa arrojaba el siguiente dato: el 15% ya había asistido a alguna sala, sobre todo entre los públicos más vinculados con el campo. Y entre quienes no habían concurrido, un 24% decía que pensaba hacerlo en cuanto encontrara programación de su interés, con una mayor propensión entre jóvenes y espectadores/as de asistencia muy frecuente antes de la pandemia. En otro extremo, el resto esperaba contar una mayor seguridad sanitaria para el retorno a las salas, con énfasis en los rangos etarios mayores, sobre todo quienes afirmaban que volverían cuando tuvieran la vacuna aplicada (24%) o que esperarían a que la tasa de Covid se redujera al mínimo (24%).

En abril de 2021 las salas volvieron a cerrar y reabrieron en junio de 2021, otra vez con un aforo inicial del 30%. Para octubre del mismo año, con el 50% de la población con dos dosis de la vacuna, la ocupación permitida era ya del 100%. En ese momento, realizamos el estudio **"Artes escénicas, consumos híbridos"**. El 65% de las personas consultadas había concurrido a alguna sala (encuesta online a la base usuarios de Alternativa, 2733 casos). Además, el 68% aseguraba que su frecuencia de asistencia aumentaría en los meses subsiguientes. Entre los/as mayores persistía el temor, ya que la participación presencial decrecía a medida que aumentaba la edad. Las principales razones para dilatar el retorno se relacionaban con las condiciones impuestas por la pandemia: temor a contagiarse Covid en una sala o en el transporte público o dificultades económicas.

Consideramos relevante recuperar esos datos porque, hoy en día, y pese a las consecuencias económicas, sociales, psicológicas y culturales de la pandemia, **la asistencia a muchas salas de artes escénicas de la Ciudad de Buenos Aires es intensa**. Hace un tiempo existía el miedo al retorno presencial, pero también la nostalgia por no haber podido participar durante un tiempo prolongado y la ansiedad de volver. Se trataba de la necesidad de recuperar una práctica que no es posible reducir a la relación con una oferta, una obra o un contenido, y que tampoco se puede explicar, simplemente, desde una noción del consumo cultural como evasión. Partiendo de la idea de multidimensionalidad de las prácticas de consumo cultural (Rosas Mantecón, 2009) -la compleja trama de actividades que engloban, las distintas motivaciones con las cuales los públicos se acercan, las diversas necesidades que intentan satisfacer, los diferentes usos y apropiaciones que realizan- sabemos que lo que moviliza a los/as espectadores/as no es sólo el deseo de ver una obra. Si "las prácticas de consumo cultural son formas de estar juntos" (Rosas Mantecón, 2009), es clave comprender el **papel de las redes de sociabilidad, la afectividad y la identificación grupal en el acercamiento y en el sostenimiento de la relación de los públicos con las ofertas culturales**.

En la actualidad, el nivel de asistencia a distintas salas de artes escénicas no sólo muestra una recuperación sino que, en muchos casos, supera los números de 2019. Por otro lado, es imprescindible complementar el análisis con una mirada cualitativa sobre la experiencia de los públicos. La pregunta transversal de esta investigación es: ¿de qué modo se está dando esa participación? ¿Hay transformaciones en las prácticas y percepciones de los públicos luego de la pandemia? Este trabajo se propone como un primer acercamiento para empezar a responder esa compleja pregunta y, también, para desarrollar nuevas hipótesis y debates para próximos estudios.

CONTEXTO

El auge de la concurrencia de públicos de artes escénicas en 2023

En la Ciudad de Buenos Aires hay **más de 300 salas** de teatro entre el circuito comercial, independiente y oficial, según indica el sitio web del Gobierno de la Ciudad. Los espacios están distribuidos principalmente en la zona centro y norte de la ciudad.

Muchas de estas salas están viviendo una **participación creciente y sostenida de públicos en la pospandemia**. Un primer dato a subrayar surge de la **Encuesta Nacional de Consumos Culturales 2022** que realizó el Sistema de Información Cultural de la Argentina (SInCA) sobre una muestra de 3.380 casos: el 15% de las personas asistieron al menos una vez al teatro en el último año. Esto representa, a nivel nacional, un **incremento del 4%** respecto de la medición anterior de 2017.

Las cifras de 2023, provenientes de distintas fuentes, están mostrando una tendencia al auge de concurrencia de públicos de artes escénicas. Desde las salas independientes y estatales, que para junio de 2023 tenían un ticket promedio de 3.000 pesos, a las comerciales, cuyo costo de la entrada era de alrededor de 6.000 pesos.

Según los datos de la Asociación Argentina de Empresarios/as Teatrales y Musicales (AADET) -que nuclea 24 salas del **círculo comercial** de artes escénicas-, la cantidad anual de espectadores/as de esos espacios en 2022 ya había superado la cifra de 2019, después de la caída abrupta de la pandemia. Aunque es importante aclarar que se venía produciendo un descenso en la concurrencia desde 2018. El dato de AADET del **primer semestre de 2023** es más impactante aún: 1.479.159 personas asistieron a sus salas, lo que significa un incremento del **73% respecto del mismo período de 2019**.

La información de Alternativa, que da cuenta de la dinámica global del **círculo independiente** en la Ciudad de Buenos Aires -ya que hay diversidad de situaciones particulares en distintas salas-, indica también que el número de **asistentes en 2022 fue superior al de 2019** y que las cifras de 2023 se mantienen hasta el momento estables respecto a las de 2022. A esto se le suma un **cambio de comportamiento respecto de los modos de adquisición de tickets**. Alternativa ofrece a los públicos dos posibilidades: comprar las entradas online o reservarlas online y luego pagarlas en la boletería de las salas. El dato significativo es que, en 2022, las reservas bajaron un 50% respecto de 2019, mientras que las ventas online crecieron un 120%. Es decir, hay una mayor inclinación a la **compra online**, lo cual indudablemente se vincula con transformaciones en las percepciones y las prácticas respecto de las transacciones digitales durante la pandemia.

Ahora bien, el interrogante es **¿cómo están participando los públicos?** El trabajo de campo de esta investigación tiene un recorte específico: se realizaron encuestas y entrevistas en cinco salas del circuito independiente, aunque las preguntas planteadas no se limitaban a la concurrencia exclusivamente a ese tipo de espacios, sino a su participación como públicos de artes escénicas en general. Previamente al diseño de la investigación, conversamos con **responsables de los espacios seleccionados** sobre sus percepciones en torno a los comportamientos del público en la pospandemia. Entre las cuestiones más relevantes, observaban un mayor interés por parte de algunos/as espectadores/es en **conocer la duración de las obras**, según las consultas que se reportan desde la boletería. La presunción era que a una parte de los públicos le estaba costando más, en el retorno a la presencialidad, la **exigencia del “estar presente”**, que en salas pequeñas es mayor, por la exposición que supone cualquier **“indisciplina” o desafío a los pactos de consumo**. Esto redundaría, en algunos casos, en una mayor **dispersión** dentro de la sala, ya que, a veces, se encienden más las pantallas de teléfonos celulares o se producen breves conversaciones. Además, algunos/as sostenían que una parte de los/as asistentes está tomando **menos riesgos a la hora de elegir una obra** pues, antes de la pandemia, era más usual que muchos/as se acercaran a las salas sin una elección previa. Cabe suponer que la **variable económica** está incidiendo en este punto. También es posible vincularlo con una tendencia que vienen advirtiendo investigadores/as y especialistas en gestión de públicos: ciertos perfiles de espectadores/as, sobre todo entre los nuevos públicos, se caracterizan hoy por ser **infieles, críticos y participativos** (Ibacache, 2019; Colomer, 2021), puesto que “el acceso a más información y las mayores oportunidades de interactuar con los creadores y productores les hace avanzar hacia estadios con mayor capacidad de análisis crítico de las propuestas escénicas” (Colomer, 2021). Y, después de un tiempo en el cual la relación con las ofertas culturales fue exclusivamente digital, lo cual pudo haber fortalecido las tendencias a la fragmentación e individualización de las prácticas de consumo, Colomer (2021) planteó también que **los públicos buscarían en la concurrencia presencial valores distintos de los que les ofrecen los contenidos y prácticas digitales** y que participarían “en ellas si, por un lado, ofrecen vivencias artísticas de elevada emotividad y, por otro lado, experiencias comunitarias que creen vínculos entre los participantes”.

De esta manera, los datos de nuestras investigaciones previas, las discusiones planteadas por especialistas en gestión de públicos, la información sobre la asistencia de espectadores/as en 2022 y 2023 y el diálogo con los/as gestores/as de las salas seleccionadas para este estudio nos permitieron definir los ejes de indagación en la encuesta y las entrevistas.

OBJETIVOS

Transformaciones en percepciones y prácticas en la pospandemia

En esta investigación nos propusimos indagar y describir **percepciones y comportamientos** de públicos asistentes a salas de artes escénicas del circuito independiente de la Ciudad de Buenos Aires en la pospandemia, con énfasis en el **análisis de las transformaciones en sus hábitos de participación respecto de la prepandemia**.

Para realizar este trabajo contamos con un **importante volumen de datos propios**: hemos realizado tres estudios que dieron cuenta de distintos aspectos de las dinámicas de los públicos antes y durante la pandemia: de los hábitos y comportamientos del consumo de teatro independiente en 2019 a las nuevas lógicas de consumo digital durante el confinamiento y el cierre de salas en 2020 y 2021, hasta alcanzar el inicio del retorno a la presencialidad, aún con medidas sanitarias y cierta persistencia de los temores, caracterizado por consumos híbridos.

En el presente trabajo, recuperamos ciertos interrogantes que fueron surgiendo en esas investigaciones previas y los pusimos en diálogo con algunas hipótesis de especialistas y de gestores/as de las salas sobre la participación de los públicos en la pospandemia.

A diferencia de los trabajos anteriores, en los que realizamos la recolección de datos a través de herramientas digitales (encuestas online sobre la base de usuarios de Alternativa y análisis digitales de comentarios, opiniones y reacciones en las redes sociales y en el sitio), ahora planteamos una **investigación en situ en salas, mediante encuestas y entrevistas presenciales**, antes y después de las funciones. Se buscó, en este sentido, indagar no sólo lo que los públicos consumen sino cómo lo hacen, es decir, recuperar algunos aspectos de la **experiencia de consumo**, ligada a las redes de **sociabilidad** que conectan a las personas con las ofertas culturales y contribuyen al sostenimiento de esas relaciones.

Ejes de indagación:

- Hábitos de consumo: frecuencia de asistencia, experiencia como espectadores/as, criterios de selección y medios de acceso a la de información de la cartelera.
- Comparación de los hábitos de participación con los de la prepandemia.
- Identificación de nuevos públicos y diferencias con los públicos habituales.
- Consumo de artes escénicas digitales.
- Percepción e interés sobre otras formas de implicación con el campo de las artes escénicas.

METODOLOGÍA

Investigación cuali-cuantitativa: encuestas y entrevistas en salas independientes de la Ciudad de Buenos Aires

El trabajo de campo se realizó entre el **2 y el 4 de junio de 2023 entre las 18 y las 24 hs** en cinco salas de artes escénicas del circuito independiente de la Ciudad de Buenos Aires: **Border, El Extranjero, El Galpón de Guevara, El Método Kairós y Timbre 4**. Estos espacios se seleccionaron teniendo en cuenta su alta circulación de públicos y su distribución en distintos barrios de la ciudad: Palermo, Balvanera, Chacarita y Boedo.

Todas las salas cuentan con un bar que funciona como espacio de espera o de encuentro, sobre todo antes de las funciones, aunque también había quienes se quedaban después de ver las obras. Esos espacios fueron clave para realizar las encuestas y entrevistas, que se aplicaron en los **momentos previos y posteriores a las funciones de 39 obras** en los tres días que duró el trabajo de campo.

Las preguntas estuvieron orientadas a la **participación como espectadores/as de obras de artes escénicas en la Ciudad de Buenos Aires**, más allá del lugar de residencia de las personas consultadas. Y si bien el estudio se realizó en salas independientes, la consulta sobre consumo de artes escénicas no se limitó a la concurrencia en dicho circuito, si no a la asistencia a salas en general.



Sala El Galpón de Guevara



Sala El Método Kairós

Encuesta

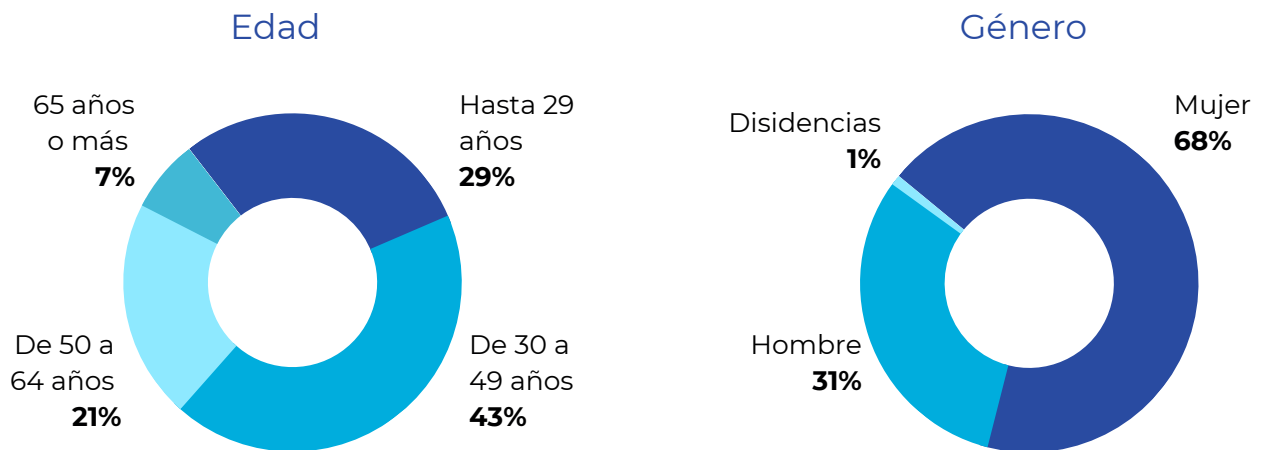
Se aplicó un **cuestionario semi-estructurado** que incluyó preguntas de respuesta simple, donde debían seleccionar una sola opción, y preguntas de respuesta múltiple, donde podían elegir varias opciones. En este último caso, los resultados suman más de 100%, dado que la base para calcular dicho porcentaje es en función de la cantidad de encuestados que responde cada opción.

Los/as encuestadores/as recibieron una **capacitación** previa a la salida a campo y una **supervisión** durante el proceso de recolección de la información.

El cuestionario fue programado para **dispositivos móviles** que los/as encuestadores/as implementaron en el trabajo de campo. La grabación de los cuestionarios y el procesamiento de la información se realizaron con la utilización del **paquete estadístico SPSS**.

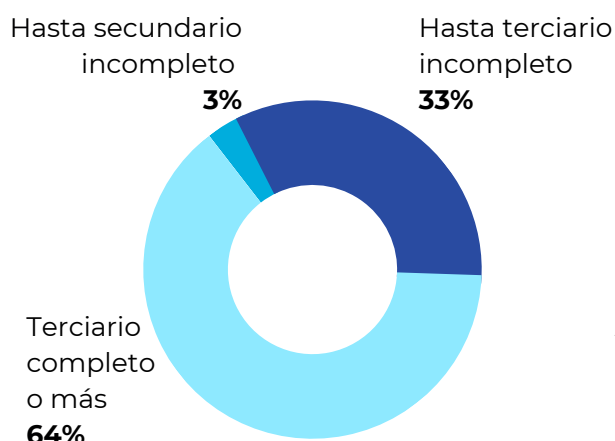
La muestra fue coincidental (selección al azar de las personas que circulaban por las salas) no probabilística y se alcanzó un total de **409 casos**.

Composición de la muestra

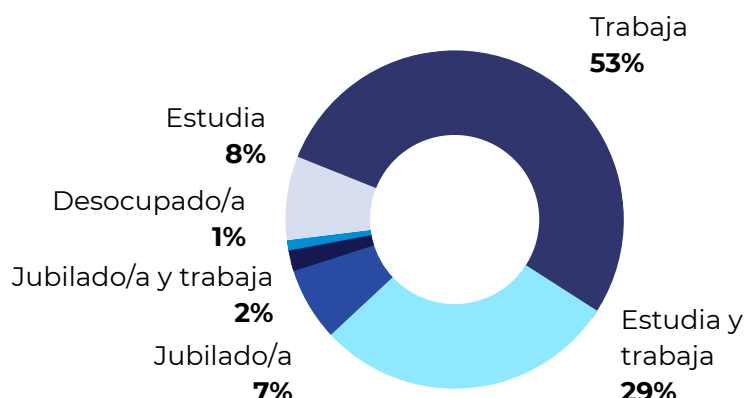


Al igual que en las investigaciones previas, para la clasificación de los segmentos etarios se tomó como referencia la que realiza el SInCA (Sistema de Información Cultural de la Argentina) en la Encuesta Nacional de Consumos Culturales. La única diferencia es que, en este estudio, el rango de hasta 17 años contó sólo con 6 casos, por lo cual fueron agrupados en la categoría "hasta 29 años".

Nivel educativo



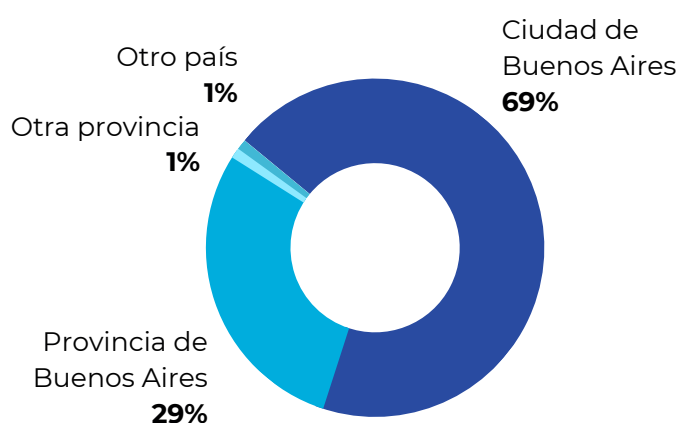
Ocupación



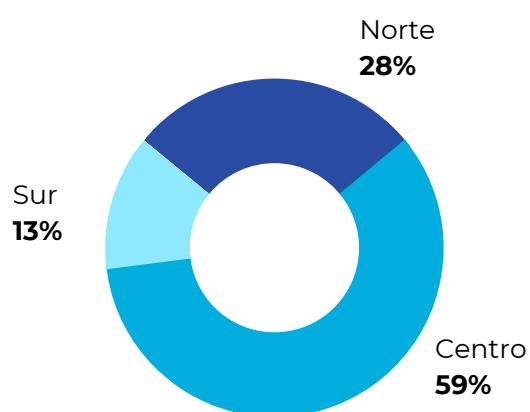
45%

de las personas encuestadas están relacionadas profesional o vocacionalmente con el campo de las artes escénicas.

Lugar de residencia



Zona de residencia en CABA



Según los datos de la Dirección General de Estadística y Censos de la Ciudad de Buenos Aires, el ingreso per cápita familiar medio de los hogares de la zona norte en el primer trimestre de 2023 es un 113% superior al de los hogares de la zona sur y un 32% mayor al de los de zona centro. En el centro y norte de Buenos Aires es también donde se concentra la mayor parte de la oferta de artes escénicas.

Entrevistas

Se realizaron **45 entrevistas** de alrededor de diez minutos a las personas asistentes a las salas mientras esperaban el ingreso a una función o al salir de alguna obra en los días y horarios en los que se organizó el trabajo de campo. Las entrevistas se tomaron tanto en **forma individual como en duplas o grupos de tres personas que concurrían juntas**. Esto permitió, en varios casos, el contraste de opiniones entre distintos perfiles de públicos.

Los ejes de las entrevistas apuntaron a profundizar en la indagación sobre las percepciones de los públicos respecto de sus comportamientos en la pospandemia.

Los nombres de las personas entrevistadas son ficticios para garantizar la protección de datos y su privacidad.



Sala El Método Kairós



Sala Timbre 4

PRINCIPALES RESULTADOS

01

Hábitos actuales de consumo

La **mitad** de las personas ha concurrido a salas de artes escénicas en la Ciudad de Buenos Aires en forma **intensiva** en los últimos seis meses, es decir, una vez al mes o con más frecuencia. La tendencia a la participación intensiva es superior entre las personas más implicadas.

Además de asistir a salas **independientes**, el 50% concurrió también a salas **oficiales-estatales** y el 45% a salas **comerciales**.

48% vio **obras de artes escénicas online** entre 2020 y 2021, mientras que en los últimos seis meses sólo el 11% lo hizo.

02

Acceso a la información sobre la oferta

Los datos indican la primacía de **nuevos mediadores**, cuya relevancia se intensificó durante la pandemia y en la pospandemia: las **redes sociales**. Al referirse a los medios por los cuales se informaron sobre las obras en cartel en los últimos seis meses, 47% mencionó **Instagram**, 39% **recomendaciones** y 32% **Alternativa** (respuesta múltiple). Es decir, se privilegian los canales que permiten conocer al relato de la experiencia de otras personas.

De todos modos, los públicos tienden a preferir una **preparación previa básica** que les permita tener sólo la información necesaria para comprar la entrada, pero optan por no profundizar para privilegiar la **sorpresa**. La búsqueda de información adicional se produce más bien posteriormente al intercambio artístico, donde también se conversa sobre la experiencia vivida.

03

Modos de selección: relevancia de la trama social

Entre los principales **criterios de selección de obras** se encuentran las **recomendaciones** con el 51%, seguidas del **tema/argumento** con 44% y los **actores y actrices** con 25% (respuesta múltiple). Las recomendaciones más valoradas son, para el 86%, las provenientes de **pares** –amigos, familiares, compañeros/as de talleres, público en redes o Alternativa- con énfasis en los rangos menores a 49 años. Un 29% valora las sugerencias de **expertos** – críticos, docentes, artistas-, con una tendencia superior entre mayores de 50 años (respuesta múltiple).

La relevancia de las redes de **sociabilidad** y los vínculos afectivos para la construcción de gustos y hábitos de consumo se evidencia también en otros datos: para 7 de cada 10 es importante la **compañía** de alguien para ir a ver obras de artes escénicas.

El 56% concurre con **amigos/as** y el 43% con su **pareja** (respuesta múltiple). Asimismo, la participación intensiva es algo mayor aquellas personas que lo hacen con amistades. De todos modos, compartir la asistencia a una sala no implica necesariamente tener las mismas motivaciones, criterios o expectativas.

Por otra parte, el **plan continúa después de la obra** y se vuelve parte de la experiencia: 9 de cada 10 realizan alguna actividad posterior, principalmente ir a cenar (60%) o a tomar algo (23%), donde además se habla de lo visto.

Hay otros aspectos significativos para la experiencia de participación: el **costo** de la entrada es importante para el 70% y la **climatización** para el 53%. En cambio, cuestiones como la duración de la obra o el tamaño de la sala no están entre las determinantes a la hora de decidir la concurrencia, aunque sí se rescata la **intimidad** y la cercanía con artistas en los **espacios pequeños**.

04

Públicos habituales: cambios en la pospandemia

El **80% concurría a salas de artes escénicas antes de la pandemia**. 6 de cada 10 modificaron su frecuencia de participación en la pospandemia: **29%** asisten con **mayor asiduidad** que antes y **29%** lo hacen **menos**.

La tendencia al **incremento** es superior entre **jóvenes** (40% concurre más) y residentes de la **zona norte** de Buenos Aires (41% asiste más), donde el poder adquisitivo es muy superior al resto de la ciudad.

Entre las principales **razones** para explicar el **incremento** de su frecuencia de asistencia, el 27% afirma que le interesa **apoyar** al teatro independiente –que en 2020 y 2021 se declaró en emergencia cultural–; un 20% asegura que intenta asistir más ahora porque **sufrió la interrupción** de esta práctica y un 19% dice que le atrae más la oferta actual (respuesta múltiple).

Los propios públicos dicen que observan una asistencia intensa y entusiasta a las salas, una combinación de **revancha y revalorización**.

Entre las explicaciones de la **disminución** 31% dice que hoy **no tiene tiempo** para concurrir. En segundo lugar, un 20% señala aspectos **económicos** y un 20% menciona que **perdió la costumbre**. El miedo a contagiarse Covid en una sala tiene apenas un 5% de menciones.

Los datos indican algunas transformaciones en la preparación previa en la pospandemia: **la mitad de las personas hace una selección más exhaustiva de las obras**: 51% se informa más antes de comprar una entrada y 46% elige con mayor precisión lo que va a ver. Además, un 46% también le presta más atención al **costo** del ticket.

05

Los nuevos públicos de la pospandemia

Un 20% de las personas encuestadas empezó a asistir a salas de artes escénicas después de la pandemia. Las razones por las cuales explican su iniciación en esta nueva práctica están, en distintas maneras, atravesadas por las **redes de sociabilidad**. 37% se acercó porque un/a amigo/a o familiar lo/a llevó; 27% buscando nuevas experiencias luego de la pandemia; 27% porque empezó a estudiar artes escénicas o carreras afines; y 14% por cuestiones prácticas que facilitaron el acceso. Además, los nuevos públicos le otorgan **mayor importancia** a la posibilidad de asistir a salas de artes escénicas en **compañía** de amigos/as, familiares, compañeros/as de estudio en comparación con los/as asistentes prepandemia.

Entre los públicos recientes hay una mayor proporción de **jóvenes** y residentes en la **Provincia de Buenos Aires** en relación a quienes habitan la Ciudad de Buenos Aires.

En cuanto a los modos de consumo, entre estos nuevos participantes advertimos un porcentaje superior de asistentes **esporádicos**. Además, el 35% de quienes iniciaron la práctica de asistencia a salas en la pospandemia había visto alguna **obra de artes escénicas online** entre 2020 y 2021.

Asimismo, los nuevos públicos se inclinan a buscar las obras en **Instagram** en una proporción algo mayor (65% frente al 59% de los concurrentes prepandemia).

06

Los públicos participativos

Una parte de los públicos muestra interés por otros espacios de participación que trascienden la asistencia a una obra. Esa inclinación se produce mayormente entre **personas vinculadas profesional o vocacionalmente** con el campo, o entre asistentes más **frecuentes**.

Al mismo tiempo, algunos/as prefieren una intervención **racional-intelectual**, mientras que otros se inclinan por una participación **corporal-emocional**.

Los **encuentros con directores/as y actores/actrices** después de las funciones son interesantes para el 55%; el **acceso a contenidos** sobre el detrás de escena de las obras para el 54%; la asistencia a obras de artes escénicas **inmersivas** para el 42% y los **clubes de espectadores** para el 29%.

LA NUEVA NORMALIDAD

Frecuencia de participación, acceso a la información y condicionantes de la asistencia.

Las personas encuestadas tienen, en su **mayoría**, una **participación como espectadores/as de artes escénicas previa a la pandemia**. Además, el 72% cuenta con una experiencia mayor a 10 años como público de este campo. En el otro extremo, hay un **20% de nuevos públicos**, es decir, personas que iniciaron su práctica como espectadores/as de artes escénicas después de la pandemia.



Como hemos visto en estudios anteriores, los públicos, al igual que los/as artistas, no transitan por los distintos circuitos en forma exclusiva, aunque haya ciertas preferencias. Entre las personas consultadas en esta investigación, **además de asistir a espacios independientes, el 50% concurrió a salas oficiales-estatales y el 45% a salas comerciales en los últimos seis meses**. De todos modos, como era esperable debido a la delimitación del trabajo de campo, las salas independientes son las preferidas por el 65%.

Por otra parte, el **consumo digital de artes escénicas** -que fue un hábito recurrente durante la pandemia para una parte importante de los públicos- **perdió relevancia**: 11% de los/as encuestados/as vio obras online en los últimos seis meses.

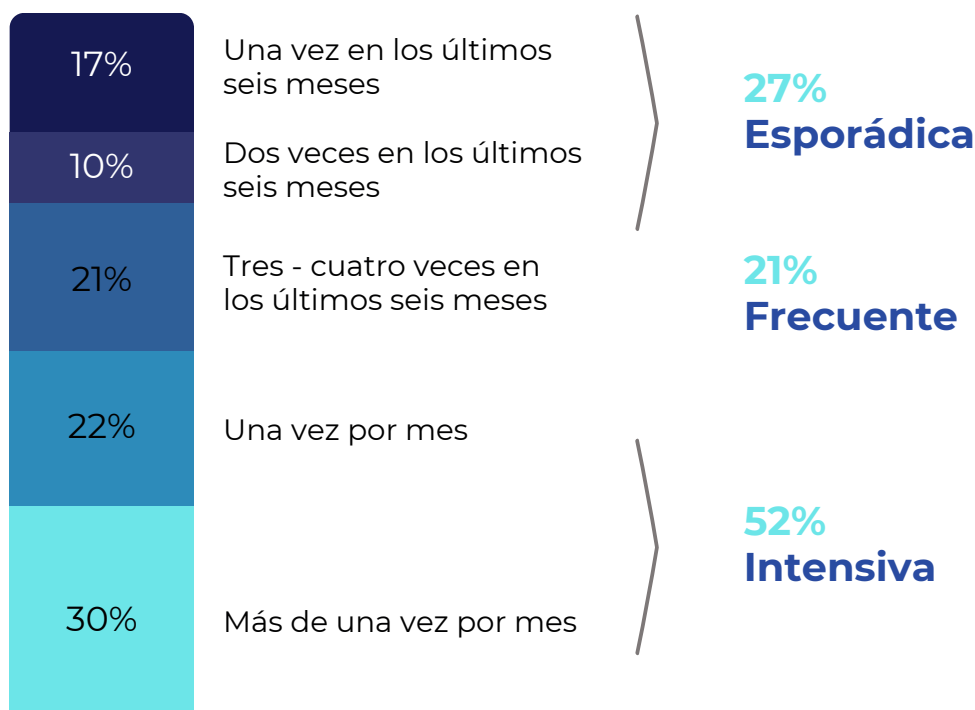
Frecuencia de participación

52%

asistió a salas de artes escénicas en forma intensiva en los últimos seis meses.

En los últimos seis meses, ¿con qué frecuencia asististe a ver obras de artes escénicas en la Ciudad de Buenos Aires?

Base total: 406 casos.



Como es sabido, el acceso en términos **geográficos** a la oferta de artes escénicas tiene un impacto en la participación. En efecto, las personas con asistencia más intensiva son quienes viven en la Ciudad de Buenos Aires (57% frente al 39% de concurrentes intensivos residentes en Provincia de Buenos Aires).

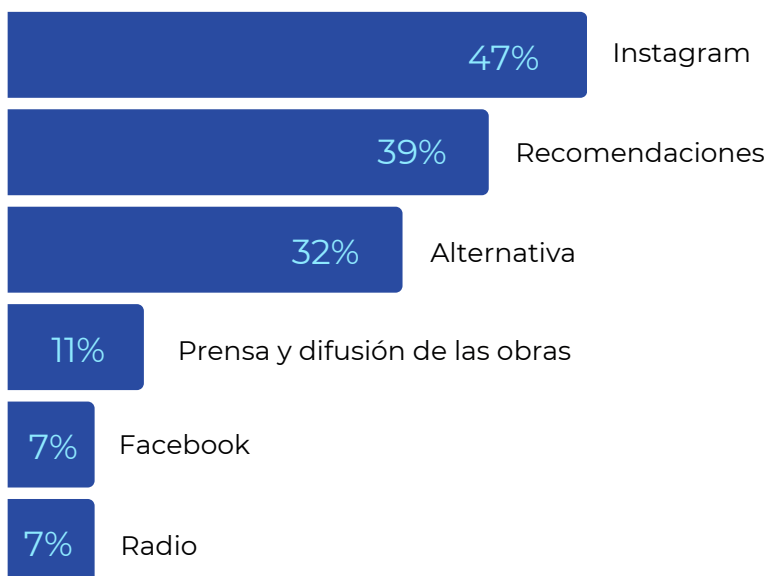
De la misma forma que observamos en todas nuestras investigaciones anteriores, **los públicos más implicados en el campo de las artes escénicas son quienes muestran una participación más intensiva**: el 61% de las personas con una experiencia como espectadores/as de más de 15 años son asistentes muy frecuentes. También lo son en mayor proporción quienes tienen un vínculo profesional o vocacional con las artes escénicas (66% de concurrencia intensiva frente al 41% entre quienes no tienen esa relación con el campo).

Acceso a la información sobre la oferta

La reorganización de las prácticas de acceso y participación cultural alienta otros roles de público y el **surgimiento de distintos mediadores** (Rosas Mantecón, 2021). Las **redes sociales**, sobre todo **Instagram**, han ganado cada vez más terreno entre las principales fuentes de información sobre ofertas culturales y, específicamente, sobre la programación de artes escénicas. En cambio, los canales más tradicionales, como las acciones de prensa y difusión de las obras o los correos electrónicos enviados por las salas, han quedado relegados entre las referencias de una parte importante de los públicos. Si bien esta tendencia se observaba antes de la pandemia, es posible suponer que el uso de las redes sociales para este fin **se fortaleció en la pospandemia**.

En los últimos seis meses, ¿por qué medios te informaste sobre obras de artes escénicas en cartel en la Ciudad de Buenos Aires?

Respuesta múltiple. Base total: 409 casos.



Con proporciones menores aparecen los diarios online, la televisión y los emails de las salas.

Al igual que en nuestros estudios previos, la tendencia al uso de **Instagram** se acentúa entre **jóvenes**: en el rango de hasta 29 años alcanza el 61% y va decreciendo a medida que aumenta la edad. **Facebook** es la red social más mencionada por personas de entre **50 a 64 años**. Además, **medios tradicionales** como la radio, la televisión y los diarios online también aparecen con proporciones superiores entre las personas de más de 50 años.

La búsqueda de información a través de **Alternativa** muestra mayor porcentaje entre quienes han asistido en forma **intensiva** a las salas en los últimos seis meses (43% en este segmento). Asimismo, su uso es algo mayor entre las personas con más años de experiencia como espectadores/as de artes escénicas.

Uso de redes sociales

Teniendo en cuenta esa relevancia creciente que tienen las redes sociales como mediadoras entre los públicos y las ofertas culturales y, en definitiva, por su papel en la construcción de gustos de los espectadores/as, decidimos indagar algunas cuestiones más específicas sobre su uso a la hora de informarse sobre las propuestas de artes escénicas.

Cuando estás interesado/a en ver una obra de teatro de artes escénicas en la Ciudad de Buenos Aires, antes de verla...

Respuestas múltiples. Base total: 409 casos.

Al momento de la consulta Twitter no había cambiado su nombre ni su logo.

... buscás la **OBRA** en estas redes sociales?



... buscás a los/as **ACTORES/ACTRICES** en estas redes sociales?



... buscás a la **SALA** en estas redes sociales?



... buscás al **DIRECTOR/A** en estas redes sociales?



Advertimos aquí también las tendencias ya señaladas: en términos generales, la búsqueda de información en **redes sociales** es superior entre **jóvenes**. Específicamente, el uso de Instagram muestra una marcada inclinación en el rango de hasta 29 años: 74% busca la obra; 58% a actores y actrices y 54% a la sala allí. El uso de Tik Tok para conocer más sobre las obras antes de asistir también muestra una tendencia mayor en ese rango etario.

Los usos de Facebook aparecen, igualmente, con más referencias entre las personas de 50 a 64 años: el 22% busca la obra y el 16% busca a actores y/o actrices en esta red.

Por último, las personas de **más de 65 años** se inclinan en mayor medida a mencionar que no usan **ninguna** red social para obtener esta información. 83% en este rango no usa las redes para buscar actores y/actrices y 76% tampoco busca la obra y la sala en estos medios.

Retomando los principales medios a través de los cuales acceden a la información sobre la programación, resulta importante subrayar que los tres más mencionados -Instagram, recomendaciones y Alternativa- son **canales que permiten conocer la experiencia de otras personas**. En efecto, como veremos más adelante, las recomendaciones también siguen siendo el principal criterio de selección de las obras.

De los relatos de las entrevistas en relación al uso de las **redes sociales** surge también que, en diversos casos, no hay una búsqueda de una obra específica, sino que la obra "les apareció en Instagram", por lo cual la **exploración es posterior a esa irrupción** y puede conducir a la elección de esa obra. Con esto no queremos afirmar que la selección quede reducida a una influencia mecánica y lineal de un algoritmo, incluso si se trata de públicos ocasionales o nuevos públicos, al menos entre los/as espectadores/as de artes escénicas de este estudio. Las personas que dijeron que la obra irrumpió mientras miraban una red social, combinaron su modo de selección con **otros criterios**, como la búsqueda de comentarios, o la elección por género o temática.

Ahora bien, desde el momento que alguien decide asistir a un evento artístico va acumulando y compartiendo información contextual. Sin embargo, **las formas de preparación preliminar y contextualización previa son diversas**, dependiendo de grados de implicación con las propuestas, capital cultural, vinculación con el campo, etc. Como explican Brown y Ratzkin (2016) "mientras algunos disfrutaban con una preparación exhaustiva, otros prefieren acudir al intercambio artístico con una 'página en blanco'; en otras palabras, libres del sesgo de cualquier contexto específico del evento, para permitir el elemento sorpresa". Los relatos de las entrevistas indican una tendencia a preferir una **preparación previa básica** que les permita tener la información necesaria para comprar la entrada, pero no profundizar para privilegiar ese **efecto sorpresa**.



Lucila: A mí no me gusta mucho saber de qué se trata algo y que me sorprenda, así que prefiero ni saber.

Entrevista N° 40, Lucila y Soledad, 30 años, Timbre 4, 4/6/23

Anabela: Tal vez por el hecho de que empiezo como a seguir (en redes sociales), entonces si ellos suben voy leyendo las cosas, pero tampoco me quiero andar spoileando mucho porque también me quiero sorprender digamos, qué esperar más o menos, pero tampoco quiero que me anden contando todo.

Entrevista N° 27, Anabela, 33 años, El Método Kairós, 4/6/23

Lautaro: Ella (por su novia) tiene toda la info y yo le pido que no me diga nada porque no me gusta ni ver los trailers de las pelis, así que es lo mismo.

Entrevista N° 42, Lautaro, 23 años, Timbre 4, 4/6/23

"Tras la conclusión del intercambio artístico, el público entra en un período de intenso 'tratamiento posterior': el momento de procesar y extraer sentido de lo ocurrido y de formarse una opinión crítica" (Brown y Raztkin, 2016). Respecto de ese proceso, hay una inclinación entre las personas entrevistadas a **buscar más información sobre la obras o artistas después** de verlas, sobre todo entre los públicos más frecuentes e implicados. Además, como observaremos más adelante, la mayoría realiza alguna actividad con otras personas luego de ver una obra, sobre todo ir a comer o tomar algo, y todos/as manifestaron que hablan en ese momento sobre lo que vieron. Incluso quienes retornan a sus hogares después de una función conversan sobre la experiencia en el viaje en auto o vía Whatsapp en los días que siguen.



Emilia: En general, una obra o una película en el cine te modifica o te deja algo en el momento que hace falta, no sé, exorcizarlo, sacarlo. Es raro salir de una obra o de una película en el cine o de ver una muestra de algo y salir y hablar de otra cosa. Se habla de eso y después se habla de cualquier cosa y se vuelve y capaz que en la semana te acordás de algo o te aparece algo y decís "viste lo que me pasó, tal cosa". No sé, lo volvés a comentar, volvés a compartir con las personas que compartiste esa obra o esa película o esa muestra.

Entrevista N° 44, Emilia, 40 años, Timbre 4, 2/6/23

Leonardo: Primero veo y me fijo si me gusta. Cuando yo encuentro que salgo satisfecho como hoy, ahora sí cuando llegue a casa voy a buscar un montón de información.

Entrevista N° 1, Leonardo, 45 años, Teatro Border, 3/6/23

Juana: Investigo toda la vida de los actores... tipo curriculum, qué ha hecho cada uno. Sí, me encanta investigar y seguramente ahora, cuando salgamos las dos investigamos todo de nuevo, cómo se llamaba cada actor.

Entrevista N° 13, Flavia y Juana, 45 años, El Extranjero, 4/6/23

Entrevistadora: ¿Y una vez que elegiste la obra buscas más información antes de asistir?

Claudio: No, solamente antes de elegir. Después a mí me gusta que me sorprendan los espectáculos. O sea, es como ir a ver un espectáculo de magia y andar viendo cómo se hacen los trucos, me parece no tiene mucho sentido. Después sí, después que salgo de la obra sí busco reseñas de otras personas a ver qué es lo que lo que piensan, si vieron lo mismo, qué fue lo que interpretaron, ahí sí, pero antes no.

Entrevista N° 17, Claudio, 40 años, El Extranjero, 2/6/23

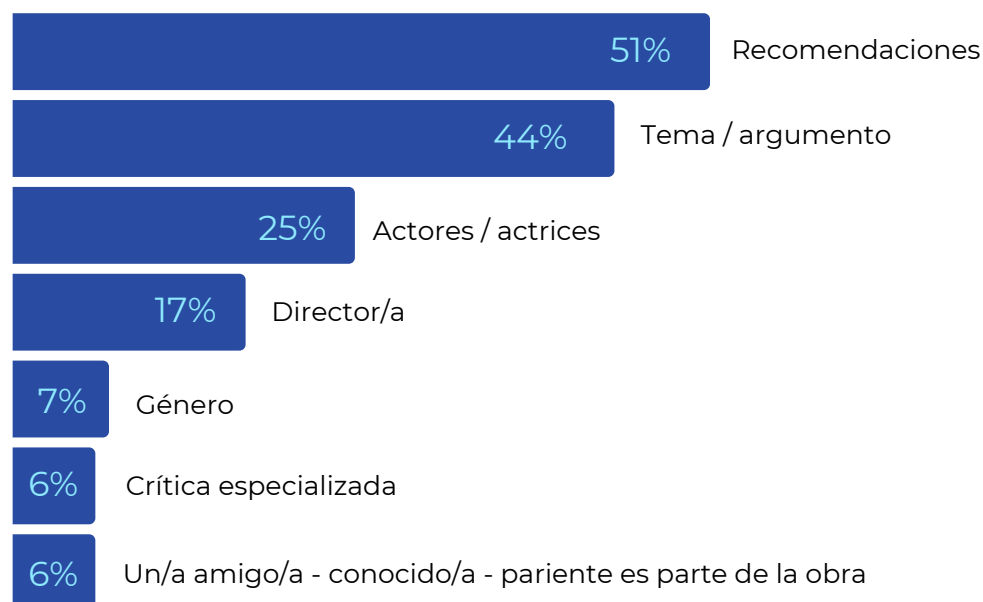
Criterios de selección de las obras

Investigación tras investigación - no sólo estudios propios sino de terceros; no sólo de públicos de artes escénicas sino también de otras disciplinas- observamos el **lugar privilegiado que tiene la recomendación**. En una época en la cual, como veremos más adelante, una parte importante de los públicos afirma que está eligiendo con mayor precisión las obras que ve, es posible suponer que en la pospandemia se ha **fortalecido esta mediación del vínculo social y afectivo** en la toma de decisiones sobre las ofertas culturales.

Además, en las ciudades grandes donde la oferta es tan amplia que resulta difícil orientarse y seleccionar, la función de recomendación es clave (Moguillansky, 2020).

En general, ¿qué es lo que más tenés en cuenta para elegir una obra de artes escénicas en la Ciudad de Buenos Aires?

Respuesta múltiple. Base total: 409 casos.



El costo de la entrada es mencionado por el 3% y el/la autor/a del texto de las obras por el 2%.

La referencia a **directores/as** muestra mayores proporciones a medida que aumenta la **edad** de las personas consultadas y también su **nivel educativo**. En la misma línea, quienes tienen una **participación intensiva** y están **vinculados/as profesional o vocacionalmente** con el campo también indican este criterio en un porcentaje superior.

La mención a **actores y actrices** entre los aspectos más relevantes para elegir una obra también es algo superior entre quienes tienen más **experiencia** como espectadores/as, están **relacionados/as** con las artes escénicas o han concurrido con más **frecuencia** en los últimos seis meses.

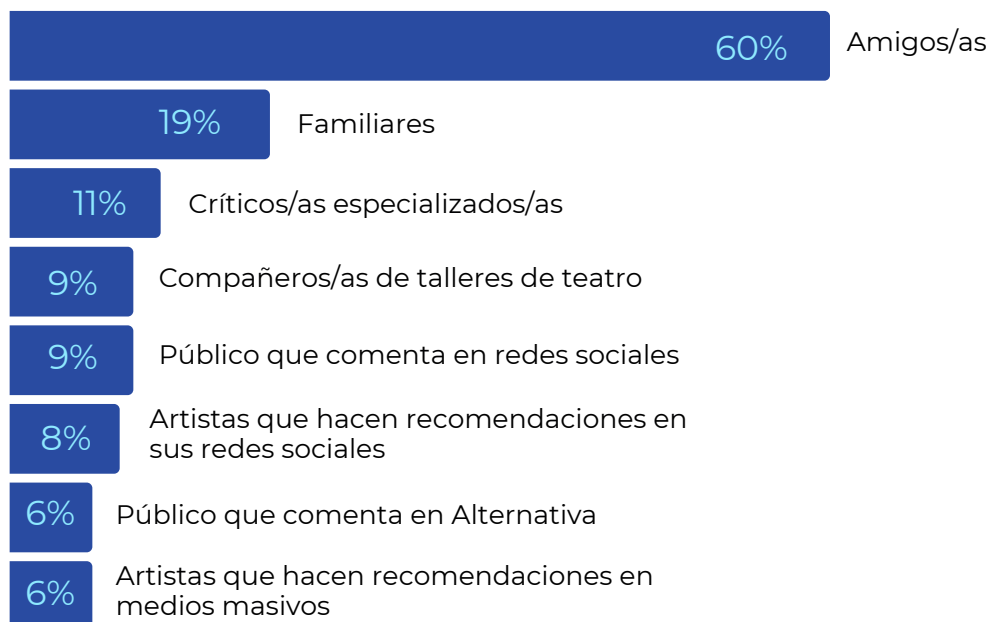
Las recomendaciones

Teniendo en cuenta el peso que tiene la recomendación entre los criterios de selección de las obras que las personas eligen o desean ver, decidimos indagar en las sugerencias más valoradas por los/as espectadores/as.

Encontramos que un **86%** de las personas consultadas aprecia las recomendaciones ofrecidas por **pares**, es decir, familiares, amigos/as, compañeros/as de talleres, públicos que comparten las opiniones sobre su experiencia con una obra. Y un **29%** valora las sugerencias brindadas por **expertos**, es decir, críticos/as, docentes, artistas (respuesta múltiple).

Cuando recibís recomendaciones para ver obras de artes escénicas en la Ciudad de Buenos Aires ¿de dónde/ de quiénes provienen las recomendaciones que más valorás?

Respuesta múltiple. Base total: 409 casos.



Con el 5% de menciones aparecen las recomendaciones de compañeros/as de estudio y con el 4% las sugerencias de docentes/profesores e *influencers* en redes sociales. En otras respuestas también se mencionan a colegas del campo de las artes escénicas.

Advertimos una inclinación algo superior a valorar sugerencias que provienen de **pares** entre los jóvenes de **hasta 29 años** y en el rango de **30 a 49 años**, mientras que las recomendaciones por parte de **expertos** muestran una tendencia algo superior entre las personas **mayores de 50 años**.

Asimismo, de las entrevistas emerge la relevancia de la **mediación de la trama vincular en la selección de obras**, sobre todo por el valor otorgado a las recomendaciones de pares. La **sugerencia** de amistades, familiares, personas conocidas o colegas fue el criterio para elegir propuestas de artes escénicas más mencionado también en las entrevistas. Esto se combina con el **uso de las redes sociales y del sitio de Alternativa**, dónde buscan referencias por parte de públicos que hayan experimentado la asistencia a las obras de su interés y donde, además, se **"validan"** de alguna manera las recomendaciones.



Entrevistadora: ¿Cómo eligieron la obra que vienen a ver hoy?

Romina: ¿Cómo lo elegimos?

Azul: De manera absolutamente aleatoria. Entramos a la página Alternativa Teatral.

Romina: Estuvimos mucho rato mirando todo lo que había disponible hoy domingo, muchas páginas.

Azul: Leyendo y leyendo.

Romina: Un poco por el flyer y un poco leyendo las sinopsis de las distintas obras... no sé... ¿Cómo nos convenció hasta el final? Ah! miramos las opiniones del público, vimos que tenía buenas opiniones entonces creo que era la que más nos cerraba. Nos gustó también la ubicación del teatro y el horario, pero fueron varias cosas.

Entrevista N° 34, Azul y Romina, 25 años, El Método Kairós, 4/6/23

Julieta: Escucho mucho las recomendaciones de amigos o de conocidos o de gente que ya fue, pero, a veces, si hay algún tema que nos interese a mi marido o una de mis amigas, que es con los que más vengo, me funciona muy bien el algoritmo de Instagram y me aparecen sugerencias.

Entrevista N° 8, Julieta, 35 años, Border, 2/6/23

Cecilia (madre): Yo en general por recomendación .

Entrevistadora: ¿De quién? ¿Cuáles son las que más valorás?

Cecilia: Las de mis hijas.

Entrevistadora: ¿Y vos? Vos le recomendás a ella ¿y a vos quien te lo recomienda?

Abril (hija): También por recomendación de alguien conocido más que nada; por alguien que me guste que actúe y sé que capaz va a estar bueno. Y después investigo y a veces me sale bien y a veces me sale mal.

Entrevista N° 39, Cecilia, 46 años, y Abril, 20 años, El método Kairós, 3/6/23

De todos modos, no desaparece **la elección al azar**: pudimos ver personas que, solas o acompañadas, -como en el caso de Cecilia y Abril- habían pasado por la sala a ver qué había y se quedaron; o caminando por el barrio, habían descubierto el teatro.

Otros aspectos relevantes para asistir

Como reparamos en los datos anteriores, las sugerencias de otros/as y aspectos vinculados específicamente al contenido artístico de las obras, como la temática, los actores y actrices o directores/as, son los aspectos de mayor relevancia para elegir qué ver, al menos entre aquellos que los públicos pueden mencionar conscientemente. No obstante, definimos indagar en **otras condiciones** que hacen a la experiencia y modos de participación de los/as espectadores/as, que pueden ser **menos consientes pero, no por ello, menos influyentes**.

A la hora de elegir una obra de artes escénicas para ver en la Ciudad de Buenos Aires ¿cuán importantes son los siguientes aspectos?

Base total: 409 casos.



Posibilidad de asistir en compañía (amistades, familiares, etc).



Costo de la entrada.



Climatización de la sala (refrigeración en verano, calefacción en invierno).



Cercanía de la sala respecto de su casa.



Comodidad de los asientos/butacas.



Duración de la obra.



Barrio en el que se ubica la sala.



Tamaño de la sala



Advertimos que para las **mujeres** algunos de los aspectos vinculados a la **organización** del tiempo libre y los consumos tienden a ser más relevantes: para el 25% de ellas es muy importante el costo de la entrada frente al 15% de los hombres. Además, también tiene más peso entre las mujeres el barrio en el que se ubica la sala y la cercanía de la misma respecto de sus hogares.

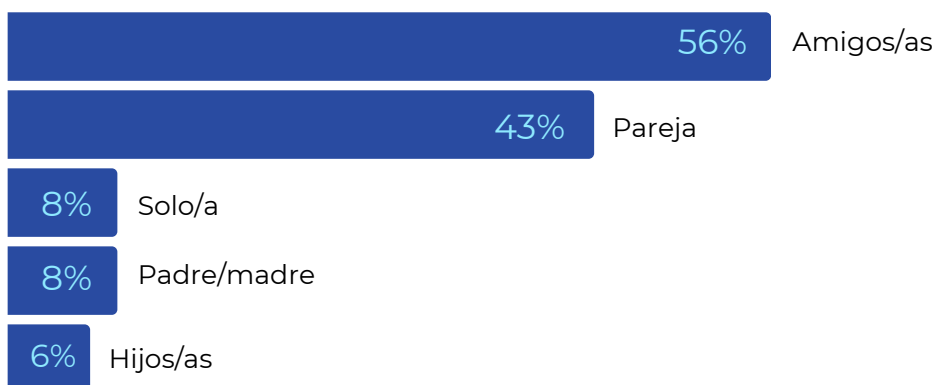
¿Cómo las personas se acercan y estabilizan sus relaciones con los objetos culturales?

Tanto entre los públicos habituales, como en el caso de los nuevos participantes, observamos cómo los hábitos de consumo se constituyen a través de un **entramado interactivo**. Se trata de vínculos que pueden asumir distintas dimensiones. "Muchas veces actúan como instancia que 'conecta' y 'acerca' a las personas a un objeto determinado y desconocido. A la vez, actúan como soportes a la realización de actividades individuales o grupales, 'habilitando' situaciones sociales de consumo concretas" (Aliano, Arillo, Fischer y Pansera, 2016).

El papel significativo de la trama de vínculos en la construcción de las relaciones de los sujetos con las ofertas culturales aparece cuando se menciona el **peso de la recomendación** de las obras. Explica también, como vimos en el gráfico anterior, que para 7 de cada 10 personas la **posibilidad de compartir la asistencia a una sala sea uno de los aspectos más importantes** para definir la concurrencia. En esta misma línea, advertimos que la compañía de **amigos/as** o la **pareja** son las más mencionadas.

En los últimos seis meses, ¿con quién asististe con más frecuencia a salas de artes escénicas de la Ciudad de Buenos Aires?

Respuesta múltiple. Base total: 409 casos.



La asistencia con **amigos/as** es más mencionada por las **mujeres** (62% frente a 42% de los hombres); mientras que la concurrencia en **pareja** recibe mayores proporciones entre los **varones** (59% frente a 37% de mujeres). En efecto, de la observación que nos condujo a seleccionar a las personas entrevistadas también emerge esta conclusión: se veían amigas mayormente organizadas en pares o grupos, mientras que los hombres entrevistados estaban casi todos con sus parejas.

La participación en pareja también es algo superior en el rango de 50 a 64 años (56%).

En continuidad con la relevancia de los vínculos sociales como soportes de la relación con objetos y prácticas culturales, vemos que la concurrencia con amigos/as también tiene relación con la frecuencia de asistencia. Tienden a la **participación intensiva en una proporción algo mayor aquellas personas que suelen asistir en compañía de amistades.**

"El impacto interaccional de las ofertas culturales no se restringe al campo cultural. Al hablar sobre la construcción del rol de público, hice hincapié en que éste opera como un referente identitario desde el cual los públicos se desenvuelven en relación con las ofertas culturales pero también en otras esferas de la vida social" (Rosas Mantecón, 2009).



Entrevistadora: ¿Cómo elegís en general las obras, con qué criterio?

Florencia: En general es todo más social lo mío. Como que propone alguien que le tengo cariño ir a ver algo y es como un plan para hacer algo juntos, es como desde ese lugar. No busco yo algo que quiera en sí, sino más con quién.

Entrevista N° 33, Florencia, 50 años, El Método Kairós, 4/6/23

Adela: Me decidí porque de repente decidí que la quería ver a Luciana –hija de una amiga- actuando y bueno, saqué entradas, no le pedí permiso al señor –su marido- que no le gusta el teatro y vinimos (risas).

Entrevistadora: ¿Y siempre van juntos o solés ir con otras personas?

Adela: No, siempre vamos juntos, desde que estamos juntos hace 35 años.

Entrevista N° 41, Adela, 75 años, Timbre 4, 4/6/23

Entrevistadora: ¿Asistías antes de la pandemia ver obras?

Andrea: Sí, muchísimo más.

Entrevistadora: ¿Y por qué más antes que ahora?

Andrea: Porque hacía crítica, en realidad no tiene que ver con la pandemia.

Entrevistadora: ¿Y vos asistías más o menos antes de la pandemia?

Brenda: No, menos, menos.

Entrevistadora: ¿Y por qué?

Brenda: En realidad, básicamente desde que la conocí a ella que me empecé a...

Andrea: La arrastro yo.

Entrevistadora: ¿Te entusiasmate porque viste algo y te gustó?

Andrea: No, porque la obligo (risas).

Entrevista N° 32, Andrea, 45 años, Brenda, 30 años, El Método Kairós, 4/6/23

Asumiendo la multidimensionalidad del consumo cultural (Rosas Mantecón, 2009), vemos que **compartir la asistencia no implica, necesariamente, tener las mismas motivaciones, criterios o expectativas.** En varios relatos advertimos que quien sostiene el vínculo con la propuesta suele ser la persona más implicada, que es la que busca información, elige la obra y saca la entrada. Además, en el caso de las parejas entrevistadas compuestas por un hombre y una mujer, en general eran las mujeres los soportes de la relación con las artes escénicas.

Otros aspectos relevantes para asistir



Costo de la entrada

Es indudable que, a pesar de la intensidad de la participación actual de los públicos en los distintos circuitos de artes escénicas, la crisis de la pospandemia y el deterioro de los salarios en Argentina tienen un impacto al momento de definir la concurrencia a una sala.

Ya indicamos que, cuando especificaron los criterios de selección de las obras, el costo del ticket fue mencionado sólo por el 3%. No obstante, al consultar concretamente por la relevancia de este aspecto, vimos que **7 de cada 10** personas encuestadas lo consideran entre **algo importante y muy importante**. Si focalizamos en el precio de la entrada de la obra a la que las personas concurrían al momento de la consulta, **75%** lo consideró **correcto**. En los extremos, un 6% la definió como cara y otro 6% como barata.



Duración de la obra

Recordemos que los/as gestores/as de las salas en las que realizamos el estudio señalaron que, entre las nuevas tendencias que observaban en el comportamiento de los públicos en la pospandemia, notaban que habían crecido las consultas en boletería sobre la duración de las obras. No obstante, según las respuestas de las personas consultadas, no está entre los aspectos más relevantes: **sólo 3 de cada 10 dijeron que era entre algo importante y muy importante**.

Además, consultamos si tenían alguna preferencia respecto de la duración de una obra: **39%** respondió **una hora** y **50% una hora y media**.



Tamaño de la sala

Advertimos que sólo **1 de cada 10** personas encuestadas mencionó este aspecto como **algo importante o muy importante**. Además, al preguntarles si tenían predilección por algún tipo de sala respecto de su tamaño, **71% manifestó no tener preferencia**, 19% dijo que las prefiere medianas, 7% chicas y 2% grandes.

De las entrevistas surgen valoraciones **positivas** asociadas al tamaño **pequeño o mediano** de los espacios vinculadas a la experiencia de participación: la cercanía con actores y actrices, la intimidad de esa forma de copresencia y la posibilidad de ver y oír bien desde cualquier lugar de la sala.



Entrevistadora: ¿Tienen alguna preferencia por algún tipo de sala?

Azul: No en particular, o sea, me gustan más los chiringuitos en plan más íntimo, pero bueno, depende mucho también del formato de la obra y de lo que vayamos a ver, pero me gusta más el chiringuito que otra cosa.

Romina: Sí, sí salas chicas, butacas cómodas que tengan una muy buena planta de iluminación, eso sí nos gusta. Obviamente si es algo chiquito y más under no hay problema, pero digo siempre estamos como muy pendientes de las luces o que el sonido sea envolvente y lindo. Pero en general más que nada que sea íntimo, que estemos cerquita, como cortar la distancia público-escenario.

Entrevista N° 34, Azul y Romina, 25 años, Teatro El Método Kairós, 4/6/23

También varias de las personas entrevistadas ponderaron el valor de **otros componentes de la experiencia** de asistencia a obras de artes escénicas: el **"plan"** que comienza antes y, en muchos casos, continúa después y se comparte con otros/as. Como mencionamos al principio, las salas en las que realizamos el estudio cuentan con espacios gastronómicos muy valorados por las personas consultadas, no sólo por la posibilidad de los encuentros, sino por la facilidad de la llegada y acceso debido a la ubicación geográfica y el tránsito.



Amparo: Tiene que ser así como un lugar que sea puro placer, que estaciones cerca, que pueda tomar algo.

Entrevista N° 10. Amparo y Daniela, 55 años, Border, 2/6/23

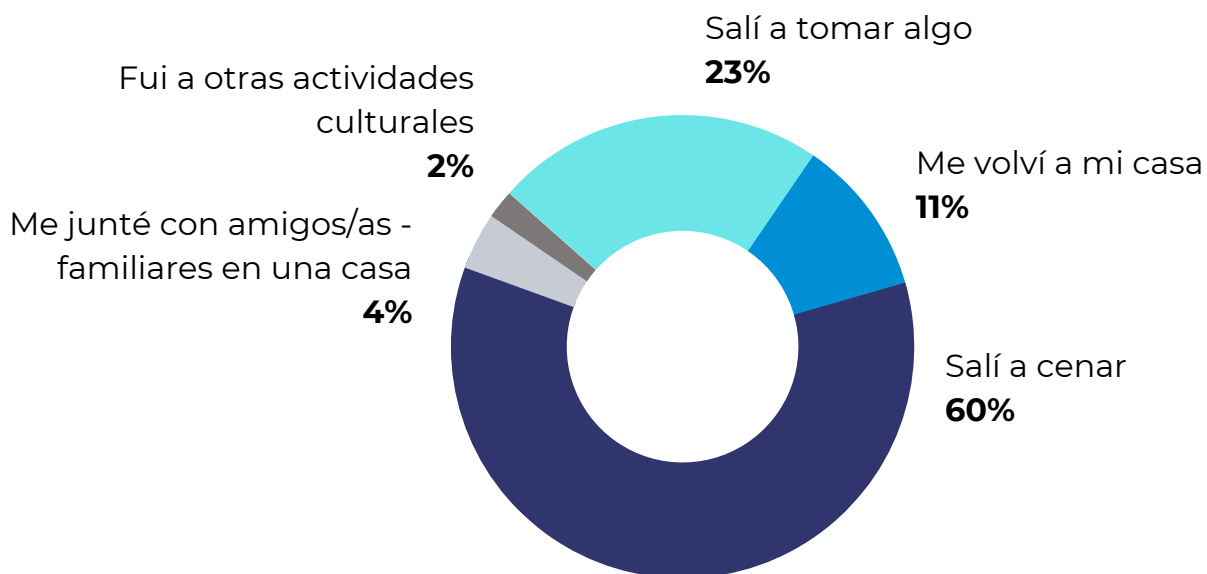
Sentí como que hay mucha gente acostumbrada que no tenés que ser fan de algo para ir a ver, sino que se toma como una salida más y sobre todo en estos lugares donde podés tomar una birra, más relajado que ir buscar estacionamiento en Avenida Corrientes y todo el circo que representa eso.

Entrevista N° 37, Emilio, 27 años, El Método Kairós, 4/6/23

En línea con lo anterior respecto de la relevancia de un plan que excede la asistencia a una obra, los datos de la encuesta indican que la mayoría de las personas realizan **alguna actividad de ocio y de encuentro con otras personas después de la concurrencia a una sala**.

En los últimos seis meses, ¿qué hiciste con más frecuencia después de ver una obra de artes escénicas en la Ciudad de Buenos Aires?

Base total: 409 casos.



Sala El Extranjero



Sala El Galón de Guevara

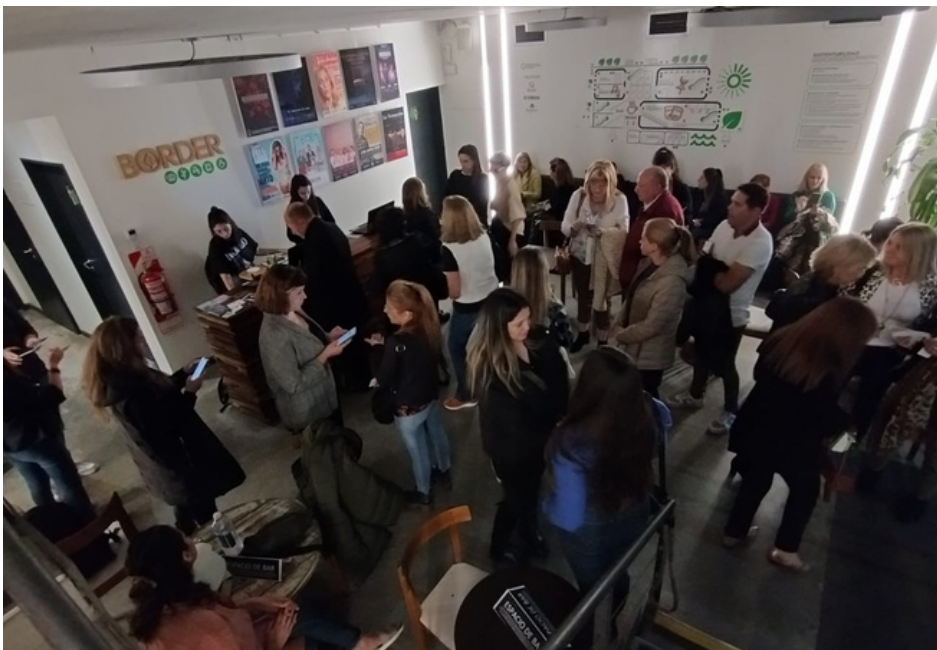


Sala El Método Kairós

LOS PÚBLICOS HABITUALES

El retorno de espectadores/as prepandemia: ¿cambios de hábitos?

El 80% de las personas encuestadas concurrían a salas de artes escénicas antes de la pandemia. Una vez atravesada la parte más dura de la situación sanitaria, de confinamiento y cierre de salas, y luego del abandono de los protocolos, en combinación con la reconfiguración de los hábitos de consumo cultural que implicó la pandemia, suponíamos que una parte de estos públicos podía haber modificado algunos de sus modos de participación como espectadores/as. El foco de la investigación estuvo en indagar esas posibles **transformaciones**.



Sala Border



Sala Timbre 4

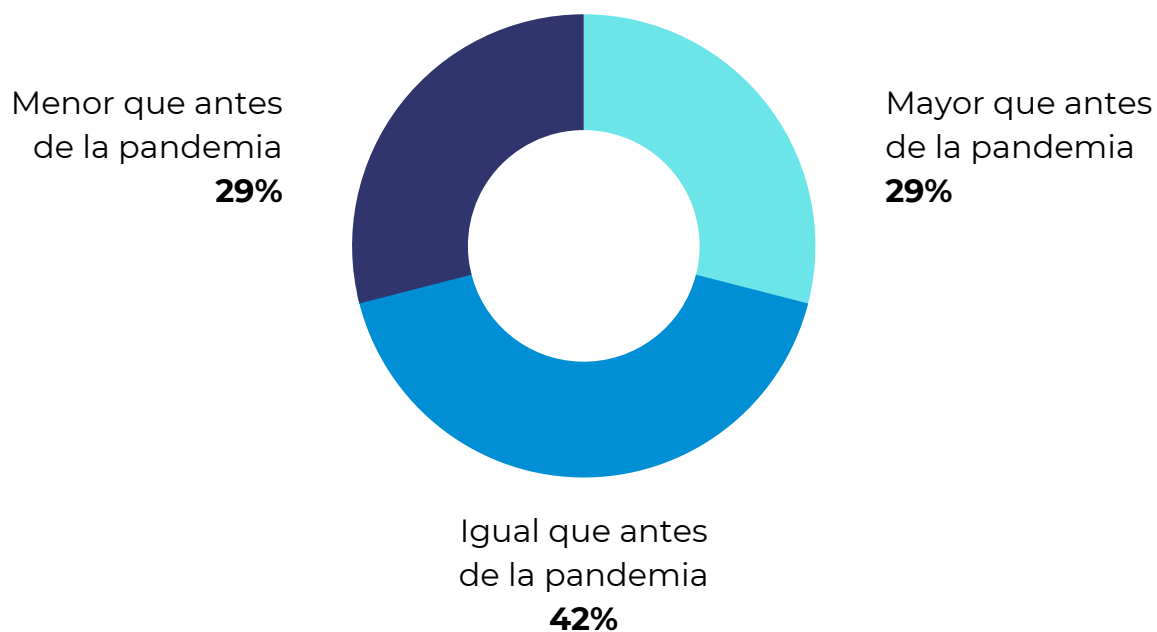
Cambios de hábitos

60%

modificó su frecuencia de asistencia a salas en la pospandemia. Algunas personas la disminuyeron; otras la aumentaron.

Tu frecuencia de asistencia a salas de artes escénicas en la Ciudad de Buenos Aires hoy es...

Base: quienes asistían a salas de artes escénicas antes de la pandemia: 326 casos.



El **incremento** de la participación como públicos de artes escénicas muestra una inclinación superior entre **jóvenes**: en el rango de hasta 29 años, un 40% afirma que concurre con más frecuencia después de la pandemia. Entre mayores de 65 años, en cambio, se registra un comportamiento estable.

Las personas residentes en la **zona norte** de la Ciudad de Buenos Aires también presentan una tendencia mayor al incremento del consumo: el 41% de quienes viven allí asisten más que antes de la pandemia.

No encontramos diferencias significativas en la relación entre los cambios de frecuencia de participación en la pospandemia y el vínculo profesional o vocacional de los/as encuestados con las artes escénicas.

Razones del incremento

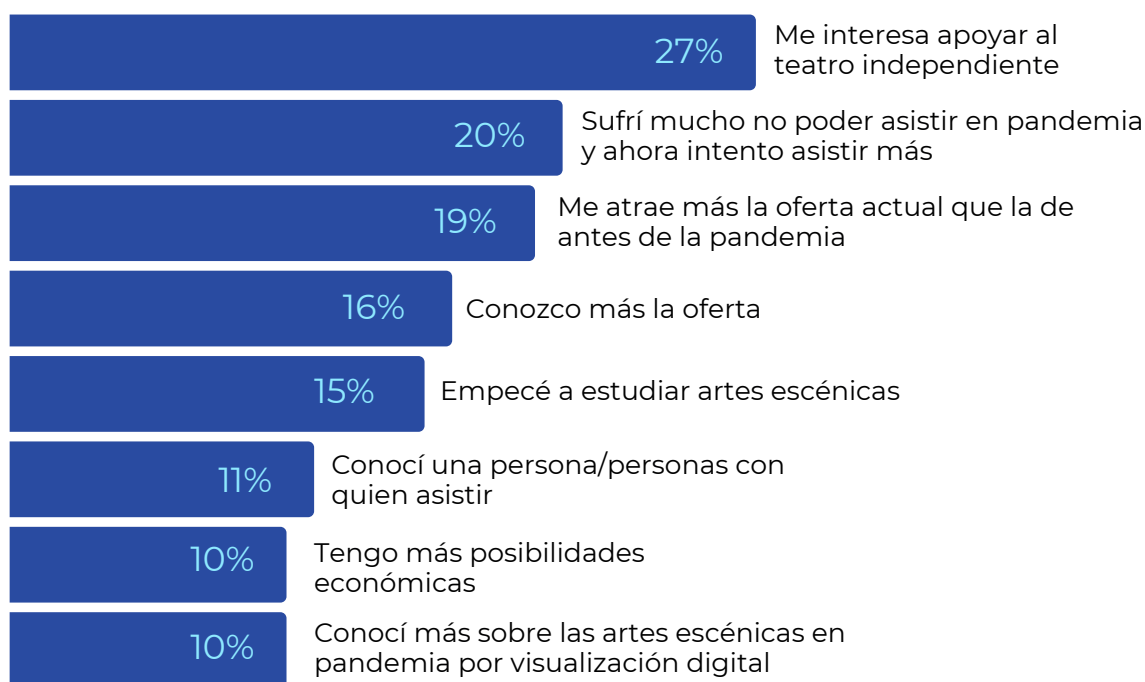
Cuando hicimos el estudio "**Mediatización de las artes escénicas**" (2021), el principal sentimiento que provocaba la imposibilidad de asistir a salas era, para el 63%, la **nostalgia**. Asimismo, la posibilidad del acceso a **obras digitales** implicó para muchas personas establecer una suerte de continuidad con ese hábito, pero, tal como expresaban, la experiencia no era comparable y se hacía, en parte, también para apoyar al sector.

Hoy, el interés por el **apoyo al sector** de las artes escénicas independientes, que durante 2020 y 2021 se manifestó en emergencia cultural, y la **revalorización** de una práctica vedada durante tanto tiempo están entre las principales razones del incremento de la frecuencia.

¿Por qué tu frecuencia de asistencia a salas de artes escénicas en la Ciudad de Buenos Aires es mayor que antes de la pandemia?

Respuesta múltiple.

Base: personas cuya asistencia es mayor que antes de la pandemia: 95 casos.



Con proporciones menores al 10% aparecen las respuestas "empecé a buscar opciones diferentes a las pantallas" (8%); "me vine a vivir a Buenos Aires después de la pandemia" (6%). En otras respuestas aparece también la mayor disponibilidad de tiempo en la actualidad.

La mayoría de los relatos de las entrevistas coinciden en que el cambio más relevante de las pospandemia es que observan **más cantidad de público** en los espacios en los que circulan, y que esa participación se está dando con mucho entusiasmo y alegría. Una combinación de **revancha** y **revalorización**.



Entrevistadora: ¿Asistís más o menos que antes de la pandemia?

Martín: Yo creo que más.

Entrevistadora: ¿Y por qué pensás que puede ser?

Martín: Tal vez porque antes no lo hacía tanto y no sé, ahora me urge, me urge más explorar el tema teatral.

Entrevistadora: ¿Y pensás que la pandemia pudo haber tenido algo que ver con este cambio?

Martín: Tal vez antes iba menos viste y cuando terminó o la pandemia, ahora que se puede volver al teatro, se puede volver al cine decís “che vamos, hacemos algo”.

Entrevista N° 29, Martín, 30 años, El Método Kairós, 4/6/23

Laura: Como espectadores yo creo que volvimos con muchas ganas porque la pandemia nos mantuvo alejados. No era lo mismo verlo por streaming para nada y me parece que hubo como una gran necesidad de volver. Y creo además que Buenos Aires es una ciudad de mucho teatro, de mucha actividad cultural en general ¿no? Yo soy artista plástica y también este año fue una cosa de no parar de ver exposiciones de gente amiga; también de mucho teatro, mucha actividad, como nos pasa a veces en épocas medio críticas salimos todos los artistas a hacer muchas cosas.

Entrevista N° 7, Liliana y Eduardo, 60 años, Border, 4/6/23

Entrevistadora: ¿Creen que cambió algo en su forma de participar como espectadora después de la pandemia?

Analía: Es que justo tuvimos un hijo las dos.

Laura: Y ahora es como que venís con toda el alma, ya iba con toda el alma y ahora es como más emocionante.

Analía: Iba a decir emocionada, iba a usar esa palabra, emoción y me conecto, lloro porque nosotras amamos el teatro, es como que es algo que está dentro nuestro, lo tenemos en la tripa.

Entrevistadora: ¿Piensan que van más o menos que antes de la pandemia?

Laura: bueno, lo que pasa es que yo tuve una bebé y voy menos por la bebé.

Entrevistadora: ¿Pero no por la pandemia?

Laura: ¡Ah no, ni en pedo!

Analía: Ah no, por la pandemia no.

Laura: Yo iría el triple más ahora, después de la pandemia, iría más, porque se liberó, porque no se pudo, porque valoro más.

Entrevista N° 26. Laura y Analía, 30 años, El Método Kairós, 4/6/23

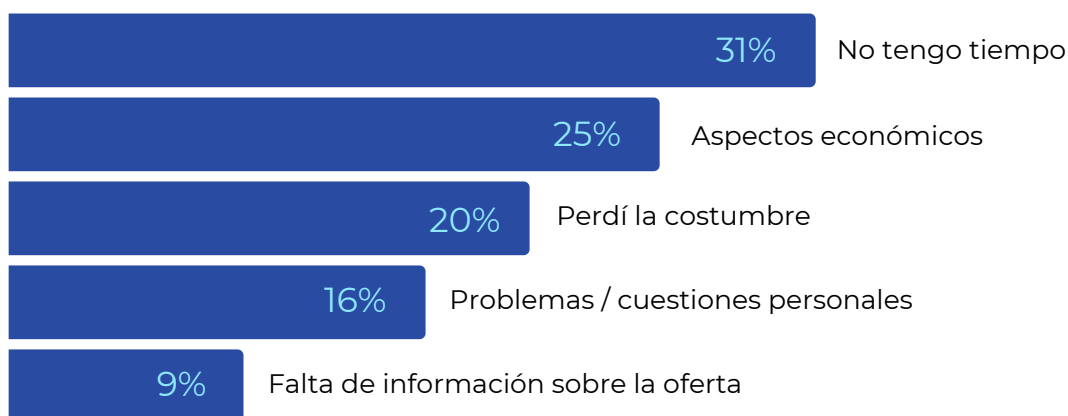
Razones de la disminución

Los cambios en las rutinas y la **reorganización del tiempo libre** luego de la pandemia, así como también las **cuestiones económicas** son los principales condicionantes que mencionan las personas encuestadas para explicar su merma en la participación como espectadores/as.

¿Por qué tu frecuencia de asistencia a salas de artes escénicas en la Ciudad de Buenos Aires es menor que antes de la pandemia?

Respuesta múltiple.

Base: personas cuya asistencia es menor que antes de la pandemia: 93 casos.



Con proporciones menores aparecen las razones vinculadas al desinterés por la oferta actual o la lejanía de las salas respecto de sus lugares de residencia.

Es importante resaltar el dato de que **el miedo a contagiarse Covid en una sala tiene apenas un 5% de menciones**. En efecto, observamos algunas pocas personas que llevaban barbijo para ingresar a las funciones en los días del trabajo de campo de este estudio. Vale recordar que en nuestra investigación anterior, "**Artes escénicas, consumos híbridos**" (2022), realizada a través de una encuesta online a la base de usuarios de Alternativa, para octubre de 2021 un 35% de los/as encuestados/as no había retornado a la presencialidad. La principal razón era, con un 40%, el temor al contagio dentro de la sala.

Otro dato de aquella investigación indicaba que, entre las personas que habían vuelto a ver obras, 8 de cada 10 se habían sentido seguras en términos sanitarios. En efecto, para ese momento los protocolos eran estrictos. En el presente estudio, cuando consultamos a través de las entrevistas si observaban cambios en los públicos dentro de la sala luego de la pandemia, las respuestas tendían a hablar de los **protocolos sanitarios en desuso y de los temores iniciales a los espacios cerrados ya superados**. Esos miedos son hoy, para muchos/as, una rareza y las normativas de cuidado que les permitieron sentirse seguros en el retorno inicial, son vistas como algo muy lejano en el tiempo. Hay quienes también las perciben, desde una perspectiva actual, como algo en tensión con la "ritualidad" de compartir una obra en copresencia.

La **pérdida de la costumbre** emerge también de algunos de los relatos de las entrevistas cuando se intenta explicar la disminución en la participación en comparación con la prepandemia, aunque también aparecen las **razones económicas**, que redundan en un retorno más lento. En esta línea va el relato de Damián y Mariano, dos hombres de alrededor de 55 años que suelen ir juntos a salas de artes escénicas, y que esperan el inicio de una función tomando unos tragos en el bar de El Galpón de Guevara:



Entrevistadora: ¿Su hábito de participación respecto a antes de la pandemia creen que cambió?

Mariano: Cambió, cambió.

Damián: Cambió un montón.

Entrevistadora: ¿En qué?

Mariano: Uno se retrajo tanto que después costó volver a salir. O sea, nosotros la anterior obra que vimos creo que fue la que fuimos a ver después de la pandemia. No iniciamos así, viste, todos los fines de semana un lugar distinto.

Damián: No fue una desesperación querer volver a salir otra vez.

Entrevistadora: ¿O sea que hoy podrían decir que vienen con menos frecuencia que antes de la pandemia?

Mariano: Sí, sí. También el tema económico...

Damián: El tema económico también nos alejó un poco, es decir somos dos, hay que pagar una entrada, las entradas no es lo mismo de antes claro, más la comida, el auto, mover salir y demás.

Entrevista N° 24, Mariano y Damián, 55 años, El Galpón de Guevara, 3/6/23

En una línea similar, Miguel y Álvaro, de 70 y 78 años, que también esperan su función el domingo a la tarde tomando un café en el bar del Teatro El Extranjero, relatan la pérdida de la costumbre de asistir al teatro.



Entrevistadora: ¿Y con qué frecuencia asisten a ver obras de teatro?

Álvaro: Bastante seguido, menos de lo que nos gusta, pero bastante seguido.

Entrevistadora: ¿Y por qué menos de lo que les gusta?

Miguel: Por otras actividades...

Álvaro: Y no, porque, qué sé yo, un poco después de la pandemia quizás disminuimos la frecuencia, uno se desacostumbró un poco, pero también porque tenemos mucha vida social.

Entrevista N° 12, Miguel y Álvaro, 70 y 78 años, El Extranjero, 3/6/23

También algunas de las personas entrevistadas remarcan ciertas diferencias entre concurrir a salas en 2022 y en 2023. Algunos/as dicen que en este año se **"animaron"** a asistir más, pero, aunque superaron el temor a un posible contagio, aún experimentan sensaciones negativas respecto de estar en lugares cerrados con mucha gente.

”

Entrevistadora/a: ¿Asistís más o menos que antes de la pandemia?

Florencia: Asistía más frecuente antes. Tardé un tiempo en volver porque me agarró como una especie de claustrofobia y ahora ya se me pasó. Este año ya estoy más animada.

Entrevistadora/a: ¿Entonces antes asistías más y fue el miedo al contagio?

Florencia: No por el contagio, pero se ve que estar como mucho tiempo sin tanta gente cerca me agarró más eso. Como que me daba claustrofobia, pero no por miedo al virus en sí o a enfermarte. Era más la situación de tener mucha gente... estar con mucha gente.

Entrevista N° 33, Florencia, 50 años. El Método Kairós, 4/6/23



Sala El Extranjero



Sala El Método Kairós

Cambios en la preparación previa

Parte de los públicos que concurrían a salas de artes escénicas antes de la pandemia han modificado algunas prácticas en la preparación previa a la concurrencia. Observamos en la mitad de las personas consultadas una **selección más exhaustiva**: 51% se informa más sobre las obras antes de adquirir una entrada y 46% elige con mayor dedicación las propuestas artísticas. También hay una atención superior al costo de las entradas en el 46% de los/as encuestados/as.

Si comparás tu participación actual como espectador/a de artes escénicas con la de antes de la pandemia:

Base: quienes asistían a salas de artes escénicas antes de la pandemia: 326 casos.

SÍ **NO**

¿Hoy te informás más sobre las obras antes de comprar las entradas?

51%

49%

¿Hoy elegís con mayor precisión la programación?

46%

54%

¿Hoy te fijás más en el precio de la entrada?

45%

55%

¿Hoy te fijás más en la duración de las obras?

16%

84%

¿Hoy te preocupás más por el tamaño de la sala?

2%

98%

La **búsqueda de más información** antes de comprar una entrada muestra porcentajes superiores entre quienes tienen **menos años de experiencia** como públicos de artes escénicas.

En cuanto a la variable etaria, advertimos una inclinación mayor a **informarse más** y a elegir con más **precisión** las obras entre **jóvenes** de hasta 29 años.

Los datos indican también que las **mujeres** incrementaron la **búsqueda previa de información** sobre las obras (55% frente a 42% de hombres) y la atención al **precio** de las entradas (48% vs. 34%).

LOS NUEVOS PÚBLICOS

Modalidades de iniciación e integración en una nueva práctica

Un 20% de las personas encuestadas empezaron a asistir a salas de artes escénicas después de la pandemia.

¿Cómo se iniciaron en esta práctica? ¿Tienen algunas características específicas estos nuevos públicos? ¿Vienen a desafiar los pactos de consumos de las artes escénicas presenciales?



Sala El Galpón de Guevara



Sala Timbre 4

Formas de iniciación

Entre los/as nuevos/as participantes, el **entramado de vínculos** fue clave en el **acercamiento y conexión** con las artes escénicas, un mundo desconocido para ellos/as antes de la pandemia. A continuación veremos que las diversas razones por las cuales las personas consultadas explican su iniciación en esta nueva práctica están, en distintas maneras, atravesadas por las redes de sociabilidad.

¿Qué es lo que te llevó a empezar a asistir a ver obras de artes escénicas en la Ciudad de Buenos Aires después de la pandemia?

Base: quienes comenzaron a asistir a salas de artes escénicas a partir de las reaberturas: 83 casos.



32%
Afectividad-
sociabilidad

Se acercaron a las artes escénicas a través de vínculos afectivos o familiares: otras personas los conectaron con esta nueva práctica.

27%
Nuevas
experiencias

Se iniciaron por la necesidad de explorar cosas diferentes, conectarse con el disfrute, buscar opciones fuera del hogar, concretar algo que consideraban pendiente.



27%
Vocacional-
profesional

La incursión en talleres específicos de artes escénicas pero también el estudio de otras carreras artísticas los condujeron a este nuevo rol de públicos.

14%
Aspectos
prácticos

La superación de cuestiones que antes impedían la participación también incidió. Por ejemplo, quienes se mudaron a la ciudad o tienen más tiempo actualmente.



La constitución como nuevos públicos muestra mayores proporciones entre los jóvenes:

37% de las personas de hasta 29 años empezaron a asistir después de la pandemia (frente a 17% en el rango de 30 a 49; 10% en el de 50 a 64 años).

Observamos también un mayor porcentaje de nuevos asistentes entre los **residentes en la Provincia de Buenos Aires** en comparación con quienes habitan la Ciudad de Buenos Aires. Es decir, una parte de los/as participantes recientes son personas que se deben trasladar varios kilómetros para ver una obra en la ciudad.

En cuanto a los modos de consumo, hay una proporción superior de asistentes **esporádicos** entre participantes recientes que entre los públicos que ya asistían antes de la pandemia (37% versus 26%). Los nuevos públicos se conectaron con un mundo cultural novedoso que, según emerge de las entrevistas, les gustó y los sorprendió. Pero, para una parte de ellos/as, la asistencia a salas de artes escénicas aún no se constituye en una práctica muy frecuente.

Aunque la visualización de **obras de artes escénicas online entre 2020 y 2021** fue superior entre quienes ya asistían a salas antes de la pandemia que entre los nuevos públicos, el **35%** de estos últimos vio propuestas digitales en ese período. Así, es posible conjeturar que, además de las razones ya mencionadas para iniciarse en este campo, en algunas personas puede haber influido también el consumo de obras online en pandemia.

Además, entre los/as asistentes recientes observamos una tendencia algo mayor a buscar las obras en **Instagram** (65% frente al 59% de quienes ya concurrían antes de la pandemia). Y Tik Tok, aunque aparece en general con un bajo porcentaje para buscar propuestas de artes escénicas, también muestra un número mayor de menciones entre los nuevos públicos. Indudablemente esto se vincula con la preponderancia de jóvenes entre quienes iniciaron la práctica de concurrencia a artes escénicas en la pospandemia.



Entrevistadora: ¿Cómo eligieron la obra que vieron hoy?

Bárbara: La vi por Instagram y tiene re buenas críticas, así que nos vinimos desde Berazategui (a 30 km de la Ciudad de Buenos Aires).

Entrevista N° 31, Bárbara, 35 años. El Método Kairós, 4/6/23

Entrevistadora: ¿Cómo eligieron la obra que vienen a ver hoy?

Pablo: La vi por por Instagram, tipo publicidad me apareció.

Entrevistadora ¿O sea la elegiste por las redes sociales?

Pablo: Claro, sí, empecé a ver ahí comentarios.

Entrevista N° 35, Clara y Pablo, 35 años. El Método Kairós, 4/6/23

Retomando la relevancia de la mediación de vínculos sociales y afectivos en la constitución de nuevos hábitos culturales, también observamos otra inclinación entre los nuevos públicos: **le otorgan mayor importancia a la posibilidad de asistir a salas de artes escénicas en compañía** de amigos/as, familiares, compañeros/as de estudio en comparación con las personas que ya asistían antes de la pandemia.

Los relatos de las entrevistas dan cuenta de que las razones por las cuales se iniciaron como espectadores/as de artes escénicas se entrecruzan y, de alguna manera, todas están mediadas por las redes de sociabilidad, en muchos casos cargadas de la afectividad de las relaciones familiares o amorosas. **La nueva experiencia siempre se prefiere compartir con alguien, aún cuando las personas que participan juntas tengan diferentes motivaciones y expectativas.** Luisina y Juan empezaron a asistir a salas después de la pandemia y, al momento de la entrevista, concurren juntos a ver una obra en el Teatro El Extranjero. Ella dice que asiste con poca frecuencia y para él es la primera vez. Fueron porque ella tenía que hacer un trabajo práctico para una materia de la carrera que estudia en la Universidad Nacional de las Artes. Él la acompaña.



Entrevistadora: ¿Qué fue lo que hizo que empezaran a asistir a ver obras después de la pandemia?

Luisina: A mí me empezaron a recomendar o conocer artistas y siempre cosas muy buenas, muy maravillosas, gente muy demente.

Entrevistadora: ¿Y a vos?

Juan: Yo vine por ella, la acompañé para hacer el trabajo de la facultad y la verdad me ha gustado, me gustó bastante.

Entrevistadora: ¿Qué te encontraste?

Juan: Caos, descontrol

(Risas).

Entrevista N° 18, Luisina y Juan, 22 años. El Extranjero, 2/6/23

Lautaro está con su novia en Timbre 4 en la fila de ingreso para una función. Mientras ella responde la encuesta, a él le proponemos hacer la entrevista. Ella está vinculada con el campo porque estudia artes escénicas en la universidad y él es ingeniero en sonido, trabaja con bandas de música, pero se inició como espectador de teatro a partir de acompañarla a ella en la pospandemia. Su relato nos lleva a preguntarnos por las formas en que los recién llegados conocen, incorporan y llevan a la práctica los códigos de los **pactos de consumo** relativamente rígidos de las artes escénicas. Uno de los interrogantes que se desprende del relato de Lautaro, y que sería importante profundizar en futuras investigaciones, es en qué medida los nuevos públicos tienen lugar para plantear **desafíos** a esos acuerdos y en qué grado los públicos habituales los controlan.

”

Lautaro: Me resulta muy raro cuando vamos a ver una obra que la sinopsis de las obras... no sé... siento que no representan lo que es. Y entonces para mí, que no vi muchas y que no tengo esa capacidad de abstracción de decir "bueno, esto va a estar bueno", si fuese por lo que leo no iría ver a ninguna. Siempre me parece algo súper rebuscado, recontra enroscado. Por ahí para el público que le gusta el teatro es lo que esperan, pero para mí es como que no sé...

Entrevistadora: ¿No la elegirías leyendo eso?

Lautaro: No, me parece que no. Ella siempre lo lee igual o a veces lo lee después que las fuimos a ver y le digo "amor, no tiene nada que ver esto", o sea, fuimos a ver una obra que nos cagamos de risa y en la sinopsis parecen algo como.. no sé... súper denso, serio.

Entrevistadora: ¿Y ella qué dice de eso? ¿Está de acuerdo?

Lautaro: No, no, no está de acuerdo. Pero como estudia teatro, a ella le importa. O sea, le importa saber qué es lo que se quiso decir antes, etcétera etcétera. A mí medio que no.

Entrevista N° 42, Lautaro, 25 años. Timbre 4, 4/6/23

Cabe preguntarse, entonces, si la manera en que se redactan los resúmenes de las obras puede constituirse, en algunos casos, en una **barrera** para que nuevos públicos se acerquen a las artes escénicas, sobre todo cuando no hay una trama de relaciones que puedan conectarlos con esta práctica.

PÚBLICOS PARTICIPATIVOS

Durante la pandemia y el confinamiento, diversos especialistas plantearon que en la pospandemia se intensificaría una tendencia que se estaba dando en los últimos tiempos en el rol de los públicos culturales: una nueva dinámica de participación donde se hace más difícil delimitar una frontera estricta entre el productor y el consumidor, con la necesidad o expectativa de una parte de los públicos de tener mayores grados de **implicación** con las propuestas culturales.

En este estudio encontramos que hay **determinados perfiles de públicos que desean esa implicación y otros que no**, ya sea que se trate de propuestas que impliquen una participación **racional-intelectual** o **corporal-emocional**.

Interés como espectador/a en participar en las siguientes actividades:

Base total: 409 casos

Respondieron en una escala entre 1 y 5, donde 1 es "nada interesado/a" y 5 es "muy interesado/a".

Respuestas codificadas en 1 y 2= desinterés; 3= neutralidad; 4 y 5= interés.



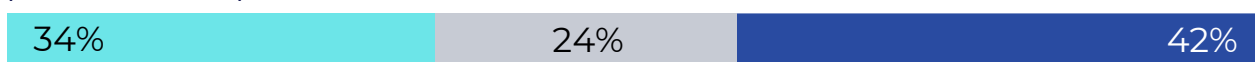
Participar de charlas con directores/as y actores/actrices después de las funciones.



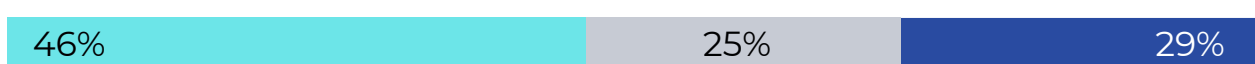
Acceder a contenidos sobre el detrás de escena de las obras (ensayos, entrevistas, etc).



Asistir a obras de artes escénicas inmersivas, es decir con la incorporación del público como parte de la obra.



Participar con otras personas del público en clubes de espectadores.



Encuentros con artistas

Los datos de la encuesta indican que la posibilidad de contar con espacios de interacción con directores/as, actores y actrices para dialogar sobre las obras es más atractiva para los **públicos implicados** con el campo de las artes escénicas. Las personas con un vínculo profesional o vocacional respondieron afirmativamente en un 71% frente al 42% de quienes no tienen esa relación. Asimismo, el interés en este tipo de actividades tiende a ser mayor entre **quienes concurrían a salas antes de la prepandemia**: 58% en comparación con el 44% entre los nuevos públicos. También muestran una predisposición superior a la potencial participación en conversaciones después de las funciones las personas que hoy asisten con mayor frecuencia que antes de la pandemia y aquellas que concurren en forma **intensiva** en los últimos seis meses.

Además, el interés los encuentros con artistas crece a medida que aumenta la **edad** de las personas encuestadas: 66% en el rango de 50 a 64 años y 73% entre mayores de 65 años.

De la encuesta surge que las charlas con artistas están entre las propuestas que generan mayor interés. No obstante, en los relatos de las entrevistas se asocian con cierto nivel de **conocimiento, experiencia e implicación**. Vemos que quienes se entusiasman con la idea suelen ser personas que asisten con mucha frecuencia o que están realizando **talleres de teatro**. De todos modos, hay una tendencia a aclarar que se quedarían para participar de una propuesta de este tipo después de una función dependiendo de su gusto por **artistas particulares o temáticas específicas**. También hay públicos de concurrencia intensiva que no tienen predisposición a participar de conversaciones posteriores o que se mostraron muy dubitativos a la hora de responder. Es posible explicarlo, en parte, porque, como ya mencionamos, la experiencia no finaliza cuando termina la obra, sino que continúa después, en general en un espacio gastronómico. Los encuentros con artistas luego de una obra pueden entrar en conflicto con esos planes.



Natalia: De repente obviamente, por ahí tenés la oportunidad de ver a Elena Roger o alguien que te guste como trabaja en la obra y claro, pero no es algo que lo estoy buscando, no. Si estuviera trabajando detrás de escena o fuera directora de cine o estuviera estudiando algo abocado a eso sí, me encantaría, es como que Messi, para el que juega fútbol, va a charlar con Messi. Pero bueno, yo como espectadora, ya con ver la obra me queda maravillada.

Entrevista N° 2, Natalia, 40 años. Border, 3/6/23

Moira. Eeehhh (duda) ... sí calculo que sí. Alguna vez lo he visto con el BAFICI (festival de cine) y me parece que dependiendo de un poco de cuál sería el objetivo de eso, de esa instancia que no tiene que ver con la experiencia de ver la trama, y también si fuese opcional. Digamos bueno, "si quieren quedarse a hablar". Porque a veces uno no está tal vez para eso, pero no me parece una mala opción como para agregar si tiene como un objetivo en concreto, ¿no?

Entrevista N° 25, Moira, El Galpón de Guevara, 3/6/23

Si volvemos sobre el relato de Lautaro, que estaba en Timbre 4 con su novia, y que empezó a asistir a salas luego de la pandemia para acompañarla a ella, pero con quien estaba en desacuerdo sobre la relación entre las sinopsis y los contenidos de las obras, encontramos nuevamente un **potencial desafío a los pactos de consumo** de las artes escénicas cuando hablamos sobre la participación en encuentros con artistas y un tema que ya tratamos, la duración de las obras.



Entrevistadora: ¿Te interesaría participar en charlas con directores, actores actrices antes o después de la obra? ¿Creés que es algo que te puede interesar a vos individualmente? (ya que hacía permanente referencia a su novia).

Lautaro: Yo creo que extrañamente a mí sí, porque siempre que voy a ver una obra algo pienso, algo me hace pensar. Y por ahí está bueno hablar con los autores de las obras, con los directores, directoras, me parece que puede estar bueno.

Entrevistadora: ¿Y acceder a contenidos extras así entrevistas, ver ensayos?

Lautaro: Claro ¿como meterte un poco en el mundo detrás del espectáculo?

Entrevistadora: Claro, algo más allá de la obra.

Lautaro: Sí, creo que puede estar bueno. Hace poco fuimos a ver una que me re hubiera gustado -no me acuerdo cómo se llamaba- me re hubiese gustado decirle a la persona que la dirigió, "che!, ¿tres horas de obra? ¿en serio loco?"

Entrevistadora: ¿Te hubiese gustado charlar después?

Lautaro: Sí, decirle "¡a esto le sobran 40 minutos!".

Entrevistadora: ¿Te animarías a decirle?

Lautaro: Reeeee!!! ¡Obvio que sí!

Entrevistadora: ¿Delante de todos?

Lautaro: ¡Claro! ¡¿Por qué no?!

Entrevistadora: Porque tal vez hay gente que no se anima...

Lautaro: Bueno, igual eso es lo yo creo del teatro, por ahí como yo no soy tan del palo, yo te re digo, "che me embolé, es larguísima, es larguísima, estuve tres horas sentado acá y la mitad fue ver coreografías y gente"... o sea, esa parte estaba buena, pero hacela de 10 minutos. Después todo lo demás estuvo buenísimo, no sé cómo explicarte, a veces que son como muy densas. O no sé, ¿hace falta que el teatro sea siempre el teatro dentro del teatro, como autorreferencial? Jaja, ¡un montón! Para mí está bueno y hay que ver que tienen para decirte, por ahí la persona me dice "no lo entendiste, se ve que no te da la cabeza para entender lo que quise decir". Pero yo creo que está bueno igual, sí, me parece que puede estar bueno.

Entrevista N° 42, Lautaro, 25 años. Timbre 4, 4/6/23

Acceso a contenidos de artes escénicas

Tanto a través de las encuestas como de las entrevistas observamos una mayor motivación entre los públicos más vinculados al campo a participar en propuestas que requieren una implicación **racional-intelectual**, es decir que permiten acceder a información adicional para el tratamiento posterior y creación de sentido después del intercambio artístico (Brown y Ratzkin, 2016). Al igual que la interacción con artistas, el interés en el acceso a **contenidos** sobre el detrás de escena de las obras es superior entre públicos de asistencia **intensiva** y personas **relacionadas profesional o vocacionalmente** con las artes escénicas.

En las entrevistas también se asocia el acceso a contenidos sobre el detrás de escena con un público **especializado**. Algunos de los que dicen que no les interesa aclaran que es porque "no entienden tanto" de teatro o podría atraerles dependiendo de la obra, la temática o los artistas. También cuando asisten en pares, pero uno está más implicado y el otro lo acompaña, observamos la diferencia de interés en este punto entre ambos.

De todos modos, es posible suponer que este tipo de contenidos podrían contribuir al **acercamiento de nuevos públicos**. Bárbara, de 35 años, oriunda de Berazategui, que estaba en El Método Kairós para ver por primera vez una obra -de la cual se había enterado en Instagram donde leyó buenas críticas-, también comentó que había visto por el mismo medio un *reel* sobre cómo armaban la escenografía y que le había encantado.

Fabiana, de 30 años, que esperaba en El Extranjero para ingresar a la función, decía que el acceso a entrevistas y otro tipo de contenidos "es lindo; en la pandemia pasó mucho y es lindo verlo. Eso, sí es un buen contenido, suma un montón".



Sala Border



Sala El Galpón de Guevara

La participación en obras inmersivas

La motivación respecto de la potencial participación en obras inmersivas es muy superior entre **jóvenes** de hasta 29 años: 61% manifiestan interés en ese rango.

También en este caso hay una atracción mayor entre los públicos más **implicados**: asistentes intensivos en los últimos seis meses, relacionados/as con el campo de las artes escénicas y entre quienes están asistiendo con mayor frecuencia a salas en la pospandemia. Ya mencionamos que estos públicos valoran la posibilidad de participar en propuestas con una implicación racional-intelectual que les permita profundizar en análisis sobre las obras. No obstante, dijimos también que las respuestas de las entrevistas sobre las charlas con artistas y el acceso a contenidos eran, en muchos casos, dubitativas.

En cambio, respecto de las obras inmersivas, que implican un involucramiento más bien **emocional-corporal**, las respuestas son más contundentes. Es decir, muestran contrastes más marcados entre opiniones positivas y negativas, entre quienes afirman que les entusiasmaría participar y quienes no les interesa; o entre las personas a las que le gustó cuando lo hicieron y aquellas a las que no. Las emociones asociadas a la experiencia real o imaginaria de ser parte de obras inmersivas que emergen de las entrevistas son el **nerviosismo, el miedo, la vergüenza, la conmoción de la energía colectiva**.



Entrevistadora: ¿Cómo viviste la experiencia de participar en obras de artes inmersivas?

María: Bueno con nerviosismo, ese nervio, estamos acostumbrados a ser público pasivo digamos. Pero es otra experiencia, esa transferencia, se crea algo nuevo y también es diferente, digamos de esa obra, como la sensación de que has construido algo colectivo, entonces es muy bonito. Así que más allá de los nervios al principio, luego la sensación es bonita y me gusta.

Entrevista N° 20, María, 35 años, El Extranjero, 2/6/23

Entrevistadora: ¿Y cómo viviste esa experiencia en esa obra inmersiva?

Fue raro, como que dependía del público el final, entonces como que te dan una responsabilidad, digamos que no se hace cargo el director.

Entrevista N° 5, Leticia, 25 años, Border, 4/6/23

Lo que sí me gusta es cuando por ejemplo hace dos semanas fuimos a un concierto que era participativo, que todos en algún momento hacíamos alguna cuestión sonora que aportaba a lo que se estaba haciendo. Eso sí me gusta, no tanto de la conversación, de pensar, de la razón no. Es más como de lo experimental de compartir desde otro lado.

Entrevista N° 33, Florencia, 50 años. El Método Kairós, 4/6/23

Los clubes de espectadores

La relevancia de las redes de **sociabilidad** en la constitución de hábitos de consumo cultural y la importancia que la mayoría de los públicos le dan a la recomendación por parte de **pares**, explica, en parte, el entusiasmo que mostraron muchos al evaluar la posibilidad de participar de **clubes de espectadores**.

Si tomamos los datos de la encuesta, observamos que el interés en actividades de esta clase también muestra mayores proporciones entre quienes han tenido una **asistencia intensiva** en los últimos seis meses. Por el contrario, el desinterés indica porcentajes superiores entre quienes no tienen relación con el campo de las artes escénicas.

De todas las opciones de participación que trascienden a la asistencia a la obra sobre las que consultamos, vimos en los datos de la encuesta que los clubes de espectadores muestran mayor desinterés. De todos modos, es importante aclarar que de las entrevistas se desprende un alto grado de **desconocimiento** sobre la existencia y la dinámica de una propuesta de este tipo y que, al explicar cómo funcionan los clubes de espectadores, muchos/as demostraron **sorpresa y entusiasmo** y los relacionaron con prácticas de otras disciplinas, como cine clubes y clubes de lectura.

Tres amigas de alrededor de 40 años están esperando una función en Teatro Border. Dicen, entre risas, que les parece "rarísimo" que les hagan una entrevista, pero acceden a responder aclarando "nos agarraste con buena onda". Al introducir el tema de los clubes de espectadores de teatro, ninguna de ellas los conoce. Después de contarles de qué se trata, opinan:



Agustina: ¿Es como un club de lectura?

Entrevistadora: Exacto...

Lorena: No sabía que existía.

Agustina: ¡Ah qué interesante! Yo tampoco sabía que existía.

Entrevistadora: ¿Les parece algo interesante?

Agustina: Sí, la verdad que sí.

Lorena: ¡Está bueno!

Elena: ¿Un planazo no?

Agustina: Y me parece innovador en cuanto a lo social, a la interacción social ¿no? Ahora que es todo tan virtual que sentarte tomar un café y hablar de lo que viste de otras personas me parece a esta altura innovador.

Entrevista N° 4, Agustina, Lorena y Elena, 40 años, Border, 4/6/23

Al igual que sucedía con las percepciones sobre la participación en obras de artes escénicas inmersivas, las respuestas sobre el interés de concurrir a clubes de espectadores también son más contundentes, ya sea entre personas que expresan predisposición o no. Teniendo en cuenta que, aún sin conocer su existencia, muchos/as se mostraron entusiastas con la idea, es posible suponer que **la conformación de clubes de espectadores puede constituirse en una estrategia efectiva para lograr mayor implicación en algunos perfiles de públicos**.

El objetivo central de esta investigación fue indagar y analizar las percepciones y los comportamientos de los públicos asistentes a salas de teatro independiente de la Ciudad de Buenos Aires en la pospandemia. El foco estuvo en las **transformaciones en los modos de participación** de los/as espectadores/as en comparación con la prepandemia.

Intentamos comprender cómo se estaba dando hoy la experiencia de participación para evaluar si se habían producido reconfiguraciones en los pactos de consumo, luego de un 2020 de salas cerradas y consumos exclusivamente mediatizados, un 2021 de retorno con aforos reducidos y protocolos sanitarios, y un 2022 de rebote de asistencia. Podemos decir que en 2023 estamos en la nueva normalidad.

En primer lugar, los públicos consultados, sobre todo por lo que emerge de las entrevistas, observan que la concurrencia se está produciendo con alegría y entusiasmo, como una suerte de **revancha** combinada con una **revalorización**, después de haber tenido que interrumpir la práctica durante mucho tiempo.

En cuanto al acceso a la información sobre la oferta de artes escénicas, advertimos una tendencia que se intensificó durante la pandemia y en la pospandemia: la relevancia de las **redes sociales**, sobre todo de Instagram. Además, los principales medios donde los públicos se informan sobre la programación son aquellos en los cuales no sólo conocen aspectos relacionados con el contenido de las obras, sino donde también pueden recuperar el **relato de la experiencia de otras personas**: Instagram, recomendaciones de amigos/as y conocidos/as y Alternativa.

El papel de las **redes de sociabilidad y los vínculos afectivos en la construcción de gustos y hábitos de consumo y el sostenimiento de las relaciones de las personas con las ofertas culturales** se evidencia en distintos datos de esta investigación. Para 7 de cada 10 es importante contar con la **compañía** de alguien para ir a ver obras de artes escénicas. Además, la participación más frecuente es algo mayor entre aquellos/as que concurren con amistades. Por otra parte, la experiencia teatral es parte de una **experiencia mayor**, que en general se comparte y se extiende en el tiempo y en otros espacios: 9 de cada 10 realizan alguna actividad posterior, principalmente ir a cenar (60%) o a tomar algo (23%), donde además se habla de las obras vistas.

Los criterios de **selección** de las obras también están atravesados por las sociabilidades. Las **recomendaciones** de otros/as, conocidos/as o desconocidos/as a través de sus comentarios en el mundo digital, se constituyen en la principal influencia para elegir una obra. Vimos, además, que las sugerencias más valoradas son, para el 86%, las que provienen de pares, sobre todo entre las personas menores a 49 años.

Las diversas razones por las cuales los **nuevos públicos** explican su iniciación en las artes escénicas también dan cuenta del papel de los **entramados vinculares** en el contacto con nuevas prácticas de consumo cultural. El 37% se acercó porque alguien lo llevó; 27% buscando experiencias diferentes; 27% porque empezó a estudiar artes escénicas o carreras afines; y 14% por cuestiones prácticas que facilitaron el acceso.

Podemos suponer, así, que la relevancia de la trama social en el acercamiento y sostenimiento de las relaciones de los públicos con las ofertas culturales puede haberse **fortalecido** en la pospandemia, luego de un tiempo en el que no fue posible encontrarse.

De la encuesta se desprende que **6 de cada 10 personas modificaron su frecuencia de participación en la pospandemia**: 29% asisten más y 29% menos. Las principales razones del incremento de la concurrencia son el interés en apoyar al teatro independiente, el deseo de asistir más por haber sufrido la interrupción de esta práctica y una atracción mayor por la oferta actual. En cambio, quienes participan menos lo atribuyen a una menor disponibilidad de tiempo, a aspectos económicos y a la pérdida de la costumbre.

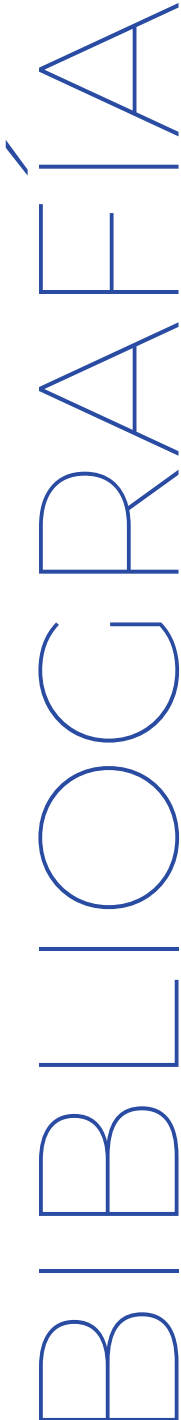
Un dato a subrayar es que, tanto entre quienes **incrementaron** la asistencia en esta etapa, como entre los **nuevos públicos**, hay una mayor proporción de **jóvenes**.

Entre los cambios de hábitos en la pospandemia consultados a través de la encuesta, encontramos algunas transformaciones en la preparación previa a la concurrencia a una sala que dan cuenta de que una parte del público está asumiendo menos riesgos a la hora de elegir. **La mitad de las personas hace una selección más exhaustiva de las obras**: 51% dice que se informa más sobre lo que quiere ver antes de comprar una entrada y 46% que elige con mayor precisión las obras. La crisis económica también tiene impacto: el 45% le presta más atención al costo de la entrada.

Por último, observamos el interés por parte de los públicos más implicados -quienes tienen vinculación profesional o vocacional con el campo o son asistentes más frecuentes- de **participar en otros espacios de contextualización y creación de significado** sobre las obras vistas. Se trata tanto de propuestas de intervención racional-intelectual, para profundizar el análisis de las obras, como las charlas con artistas, los clubes de espectadores o el acceso a contenidos sobre el detrás de escena, o de participación corporal-emocional, como las obras de artes escénicas inmersivas. Contar con ese tipo de propuestas puede llevar a una parte de los públicos a tener **mayores niveles de compromiso** con los espacios y las propuestas.

Si bien los datos de esta investigación dan cuenta de algunas transformaciones en los hábitos de participación de públicos de artes escénicas en la pospandemia, podemos afirmar que **no hay transformaciones profundas en los pactos de consumo**. Las personas consultadas no hicieron referencia a conductas que podrían considerarse disruptivas dentro de los códigos de participación de las artes escénicas, como usar el teléfono celular o hablar durante la función, sobre todo en espacios de dimensiones pequeñas, donde no sólo hay una mayor exposición a cualquier ruptura de esos pactos, sino también donde una proporción importante del público es parte del campo. También vimos, a través del relato de uno de los entrevistados, que los nuevos asistentes pueden intentar plantear ciertos **desafíos** a esos acuerdos, pero que posiblemente los públicos habituales **controlen y reencaucen** esas “desviaciones”.

Este es el cuarto estudio que realizamos en conjunto entre Alternativa y Enfoque Consumos Culturales. Un desafío para futuras investigaciones será poner el foco en los públicos que hoy participan en forma esporádica y los no públicos, de los cuales hoy disponemos escasos datos. La vitalidad de las artes escénicas depende, sin dudas, de su capacidad para seguir formando espectadores, incorporando nuevos públicos y ofreciendo una experiencia que los interpele. Una vez más, resaltamos la importancia de poder desarrollar este tipo de trabajos, de compartir los datos y de que, cada gestor/a, investigador/a, artista pueda poner en discusión los resultados en base a sus experiencias, comunidades y territorios.



Aliano, N.; Arillo, N.; Fischer, M.; Pansera, A. (2016). Consumos culturales: modos, formatos y repertorios emergentes. IX Jornadas de Sociología de la UNLP, 5 al 7 de diciembre de 2016, Ensenada, Argentina. En Memoria Académica.
http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/trab_eventos/ev.9154/ev.9154.pdf

Alternativa y Enfoque Consumos Culturales (2021). Mediatización de las artes escénicas. Consumos durante la cuarentena y perspectivas futuras.
<http://enfoqueconsumosculturales.org.ar/investigaciones-realizadas/>

----- (2022). Artés escénicas. Consumos híbridos. <http://enfoqueconsumosculturales.org.ar/investigaciones-realizadas/>

Brown, A. y Ratzkin, R. (2016). Implica a tu público, Vol. 1, Asimétrica.

Colomer, J. (2021). Cambio de hábitos de los públicos de artes escénicas. Los espectadores actuales y las nuevas barreras de acceso y contribución, Seminario de desarrollo de públicos para las artes escénicas, UNAM, México.

Dirección General de Estadística y Censos (Ministerio de Hacienda y Finanzas GCBA). Ingreso per cápita familiar medio de los hogares (pesos a valores corrientes) según zona. Ciudad de Buenos Aires. 3er. trimestre de 2014/1er. trimestre de 2023.
<https://www.estadisticaciudad.gob.ar/eyc/?p=27372>

Ibacache Villalobos, J. (2019). "Públicos infieles, críticos y participativos: una nueva era para las organizaciones culturales". En Urraco, Juan y Maccari, Bruno, Enlaces Compartidos. Activando conversaciones sobre públicos, audiencias y comunidades culturales, Secretaría de Cultura de la Presidencia de la Nación, Buenos Aires, Argentina
<https://formar.cultura.gob.ar/mediateca/libros/8/enlaces-compartidos>

Moguillansky, M. (2020) Las prácticas culturales, más allá de la distinción: nuevos enfoques teóricos, Estud. sociol. Araraquara v.25 n.48.

Rosas Mantecón, A. (2009). ¿Qué es el público? Revista Poiésis, N° 14, p. 175-215.

----- (2019). "Formar públicos en la era digital". En Urraco, Juan y Maccari, Bruno, Enlaces Compartidos. Activando conversaciones sobre públicos, audiencias y comunidades culturales, Secretaría de Cultura de la Presidencia de la Nación, Buenos Aires, Argentina.
<https://formar.cultura.gob.ar/mediateca/libros/8/enlaces-compartidos>

Sistema de Información Cultural de la Argentina, (2023). Encuesta Nacional de Consumos Culturales 2013/2022. Resultados provisorios.
https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/2023/05/encc2023_informe_preliminar.pdf

CONTACTO

Alternativa

alternativa.ar



alternativaescena



Alternativa



AlternativaEsc



alternativaescena



Alternativa

Enfoque Consumos Culturales

enfoqueconsumosculturales.org.ar



enfoquecc



Enfoque Consumos Culturales



enfoquecc



Enfoque Consumos Culturales



ENFOQUE
CONSUMOS
CULTURALES

CON EL APOYO DE



MECENAZGO
Participación Cultural
Buenos Aires Ciudad



PROTEATRO