

Públicos y comunidades en el circuito de los espacios escénicos autónomos. El caso Festival ESCENA, CABA 2015-2016.

Sabrina Cassini.

Cita:

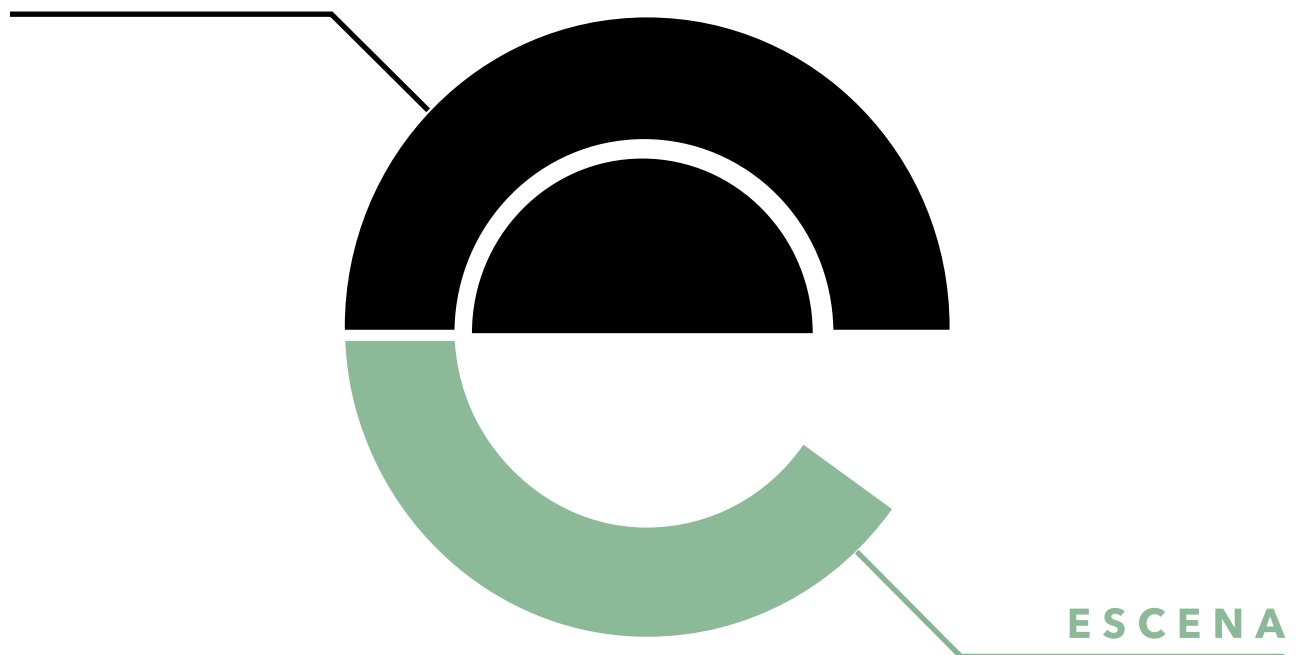
Sabrina Cassini (2019). *Públicos y comunidades en el circuito de los espacios escénicos autónomos. El caso Festival ESCENA, CABA 2015-2016. XIII Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-023/567>

Públicos y comunidades **en el circuito de los espacios** **escénicos autónomos**

El caso **FESTIVAL ESCENA CABA** 2015 - 2016

PANORAMA



SABRINA CASSINI



PANORAMA ESCENA

Públicos y comunidades del circuito independiente de artes escénicas en CABA. El caso FESTIVAL ESCENA (2015-2016)

REALIZADO CON APOYO DE



PANORAMA ESCENA:

Públicos y comunidades en el circuito de los espacios escénicos autónomos. El caso FESTIVAL ESCENA CABA 2015-2016.

Para recibir/descargar la publicación en formato digital y sin cargo, escribir a: panoramaescena@gmail.com
www.escena.com.ar

Investigadora:

Sabrina Cassini, Socióloga (UBA), gestora cultural e intérprete escénica.

Como socióloga se especializa en organizaciones culturales, espacios independientes y comunidades culturales. Trabaja como Subdirectora del Elenco Danza Teatro, en la Secretaría de Cultura de la Municipalidad de Córdoba. Se desempeñó como directora del Instituto PROTEATRO, CABA. Participó en tareas de producción y gestión de Club Cultural Matienzo desde su fundación, actualmente representa al Club en la organización cultural ESCENA. Como programadora/curadora de artes escénicas su principal labor fue en Salas de Teatro de CABA y el Mercado de Arte Contemporáneo (MAC) en Córdoba, edición 2018. También realizó trabajos como actriz y performer

Edición:

Ana Laura López

Diseño:

Mariana Pontoriero

Administración:

Melina Seldes

Agradecimientos:

Principalmente a ESCENA por permitirme el desarrollo de esta investigación y colaborar en cada instancia.



alternativateatral.com

A Alternativa Teatral y Javier Acuña especialmente, por facilitarme la herramienta para llevar a cabo las encuestas. Y a todos los colegas quienes me brindaron valiosos aportes en diferentes instancias del trabajo: Matias Zarlenga, Ana Wortman, Andrea Hanna, Marcelo Urresti, Belén Charpentier y Juan Manuel Aranovich. Agradecemos también a CILEM y Club Cultural Matienzo por el apoyo a dicho proyecto

Copyright © Cassini 2019

Todos los derechos reservados

Pag. 6
INTRODUCCIÓN

Pag. 10
SOBRE ESCENA

Pag. 14
METODOLOGÍA

Pag. 16
**PUNTO DE
PARTIDA**

Pag. 18
CONTEXTUALIZACIÓN

Pag. 21
**ANÁLISIS DE DATOS
SOBRE LOS PÚBLICOS
DEL FESTIVAL ESCENA**

Pag. 30
**HÁBITOS
Y PRÁCTICAS**

Pag. 38
CONCLUSIONES

Pag. 43
BIBLIOGRAFÍA

“*La Ciudad de Buenos Aires es una de las que mayor oferta teatral ofrece en el mundo. Su cartelera se compone de producciones empresariales, oficiales y particulares (estas últimas, en lo que históricamente se conoce como el circuito independiente, luego renombrado como off, alternativo, periférico, autónomo, etcétera). Este último circuito es el que mayor variedad estética presenta, como así también sus formatos de producción y el desarrollo profesional de sus artistas son bien heterogéneos. El espectador puede encontrar aquí formas que desafían con mayor riesgo los cánones establecidos en los circuitos hegemónicos culturales. ‘Riesgo’, en la medida en que sus creaciones no dependen de fórmulas que busquen la aceptación inmediata del espectador, sino al contrario: la propuesta suele correrse de lo esperado, sorprender desde las formas y los contenidos*”



Choripaneada apertura del Festival ESCENA. Club Cultural Matienzo

La siguiente investigación es un acercamiento a la comunidad de las artes escénicas independientes de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (CABA), desde la perspectiva del público. La misma se presenta como una foto, un ejercicio de laboratorio que se propone como recorte dentro de un objeto de estudio dinámico y en permanente transformación. Su intención es sentar un precedente y arriesgar hipótesis que permitan poner sobre la mesa la relación entre públicos y decisiones de programación.

En tanto red de creación y contención ante una coyuntura política y económica desfavorable, la organización cultural ESCENA¹ (Espacios Escénicos Autónomos) se moviliza y muta de manera vertiginosa,

(1) La organización cultural ESCENA (Espacios Escénicos Autónomos) fue declarada de interés cultural por la Legislatura de la Ciudad de Buenos Aires, a pedido de la Defensoría del Pueblo de la Ciudad (3/11/2011). ESCENA ha impulsado la Ley 3707, aprobada en la Legislatura de la Ciudad de Buenos Aires el 13/12/2010, y publicada el 21/02/2011.

Para más información acerca de ESCENA y de sus festivales, se recomienda la investigación *"PANORAMA ESCENA. Lógicas de programación y condiciones de producción en el circuito de los espacios escénicos autónomos, CABA 2015-2017"*. La misma es una publicación digital de libre descarga en www.escena.com.ar ó vía mail a panoramaescena@gmail.com

respondiendo con unión y organización a las clausuras, cierre de algunas salas, reubicación de otras, incremento de las tarifas de los servicios, entre otros embates que hacen que cualquier intento de análisis aparezca como inabordable, frente a un horizonte que se corre sin cesar.

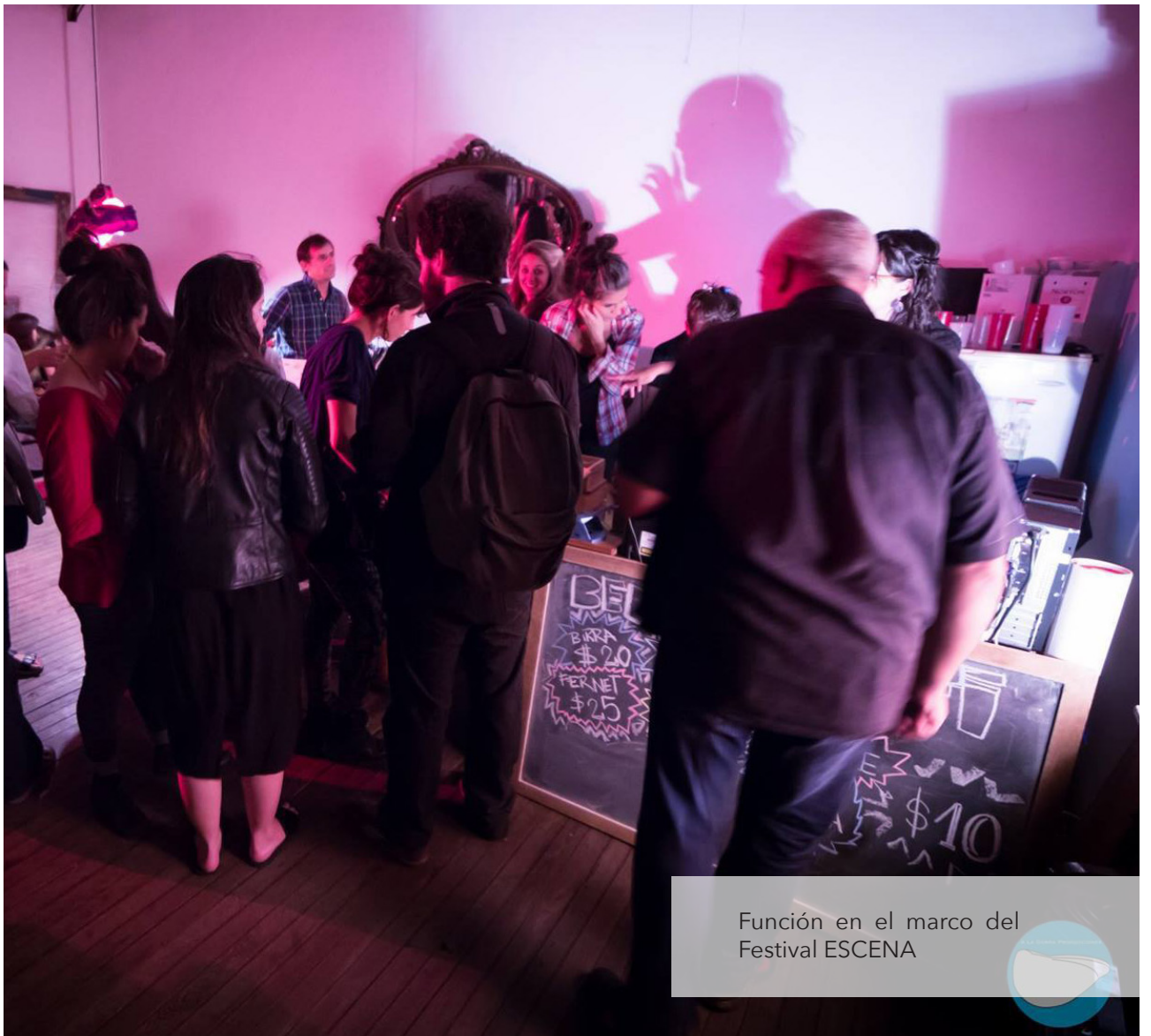
Sin embargo, esta ampliación y desprendimiento de la investigación "*PANORAMA ESCENA Lógicas de programación y condiciones de producción*" posee la virtud de acercarnos la sistematización de un perfil de públicos, hasta ahora intuido pero nunca analizado. Una caracterización trazada a partir de encuestas realizadas durante dos ediciones del Festival ESCENA, con el foco puesto en las trayectorias y vínculos humanos, factores de largo aliento frente a toda incertidumbre. Así mismo es importante destacar, que en un momento donde la gestión de públicos está en tema de debate, éste estudio se gestionó en y desde el sector de escénicas autogestivas y gracias a aliados del campo, como lo fue Javier Acuña y el

equipo de Alternativa Teatral², un socio indispensable para llevar a cabo dicha investigación.

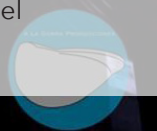
Se propuso un estudio con metodologías cuantitativas y cualitativas, realizándose encuestas a públicos y observación etnográfica. Estas técnicas, permiten conocer e identificar: perfiles sociodemográficos, valoraciones, prácticas, hábitos, motivaciones y obstáculos de los públicos del teatro *independiente*³; a partir del caso ejemplo del Festival ESCENA, en sus ediciones 2015 y 2016. Dicha investigación sobre la recepción y hábitos en la práctica de *ir al Teatro*, sugiere una aproximación a la construcción de subjetividad de los públicos del Festival.

(2) Plataforma digital para las artes escénicas: <http://www.alternivateatral.com/>

(3) En relación al concepto del teatro independiente y sus múltiples definiciones, Jorge Dubatti afirma que su espíritu radica en "*como su nombre lo indica, "independiente" de productores comerciales y de imposiciones oficiales*" (2015: 170)



Función en el marco del Festival ESCENA



SOBRE ESCENA

“ESCENA (Espacios Escénicos Autónomos) es una organización de espacios escénicos autónomos, fundada en 2010. Nace en un contexto signado por la emergencia, el vacío legal y las clausuras recurrentes. Está compuesta por más de 20 salas/espacios, con una capacidad de entre 30 y 60 espectadores, integradas por un gran caudal de directores, coreógrafos, actores, bailarines, docentes, técnicos, diseñadores, programadores y gestores. Las distintas salas que constituyen a ESCENA tienen estéticas/poéticas diferenciales y en esta diversidad se encuentra su identidad. La mayoría de las salas funcionan como difusoras y creadoras de obras, además de funcionar como espacios de entrenamiento y formación, lo que las convierte en ‘espacios multiplicadores’. Reconocidos artistas de la escena actual de CABA han creado y construido sus trabajos en este tipo de espacios.”

De acuerdo a su estatuto, ESCENA se define como una organización cultural⁴ no gubernamental, que tiene el propósito de resguardar y promover la actividad de las artes escénicas independientes y autogestivas de la Ciudad, mediante la defensa de los intereses y la unión de los espacios y hacedores de la actividad (principalmente los dueñxs⁵ y programadorxs de salas). A través de lógicas que estructuran la organización y el funcionamiento interno, ESCENA nuclea espacios escénicos, impulsando la colaboración y proveyendo los medios necesarios para generar una comunicación fluida entre las salas. Funcionando como red, intercambian información de: proveedores, líneas de subsidios, residencias, cartelera, etc. También se relacionan entre sí participando de diferentes proyectos artísticos como obras, festivales, programación cruzada, prestan sus salas a otros colegas, surgen sociedades que dan lugar a nuevas Salas, etc.; emergiendo entre ellxs relaciones vinculares que trascienden al espacio colectivo en la organización. Además, ESCENA representa a los espacios escénicos ante las autoridades políticas y otras organizaciones culturales; fomenta la creación de nuevos espacios y el mantenimiento de los existentes. Y por sobre todo, a partir de estos intercambios, se fortalecen los lazos solidarios entre los participantes de la organización; se acentúa la confianza mutua y se estrechan los vínculos como la amistad, dando lugar a un sentido de pertenencia dentro de la comunidad artística y cultural de la Ciudad.

El Festival ESCENA es una actividad que realiza la organización cultural, desde su inicio, en forma anual⁶. Así, programando, gestionando y creando, ESCENA dio lugar a un modo de generar visibilidad entre pares y el público que circula por estos espacios, promoviendo el encuentro y el cruce. Cada año, ESCENA genera una nueva propuesta de Festival, con formatos que van de acuerdo a la coyuntura de la escena cultural porteña y de la organización. A modo de ejemplo, la entrada al Festival ha ido variando a lo largo del tiempo: a la gorra, gratis, a cambio de una encuesta o por un valor rango⁷.

(4) Desde la tradición de la Sociología de las organizaciones, algunos autores como DiMaggio & Anheier (1990) y Scott (2001) han aportado grandes lineamientos para comprender el concepto de organizaciones culturales artísticas. Por otra parte, en el artículo "Comunidades en Cultura" del libro *Un Mundo de Sensaciones* daré cuenta a que refiere el término en la coyuntura de las culturas independientes de la Ciudad de Buenos Aires, haciendo referencia a "organizaciones culturales emergentes" (Cassini, 2018: 194).

(5) Aprovechando el contexto independiente de esta publicación, se opta por el uso del lenguaje no sexista e igualitario, apelando, para ello, a la "x".

(6) El Festival ESCENA, en sus diferentes formatos, se realizó de manera ininterrumpida desde el 2010 al 2017. En 2018 el contexto socioeconómico desfavorable hizo imposible llevarlo a cabo. El Festival requiere de tiempo y esfuerzo por parte de lxs miembros de la organización, y las diferentes emergencias culturales de ese año agotaron el resto de energía necesaria para dicha acción.

(7) Para más información sobre las pronunciaciones de cada Festival, se recomienda el apartado correspondiente en la investigación "PANORAMA ESCENA. Lógicas de programación y condiciones de producción en el circuito de los espacios escénicos autónomos, CABA 2015-2017"

En la investigación *PANORAMA ESCENA. Lógicas de programación y condiciones de producción en el circuito de los espacios escénicos autónomos. CABA 2015-2017* (Cassini, Seldes y Marengo, 2018) quedó pendiente indagar sobre el público que habita y participa, más o menos activamente, en este circuito de salas. Por lo cual, en este estudio, se busca acercar un poco de luz sobre el **perfil del público** que circula en el Festival, considerando que este es un eslabón imprescindible para que el hecho artístico acontezca y, por lo tanto, es parte de la comunidad cultural de dicho campo.

Se espera que esta información colabore en desarrollar estrategias (de gestión, programación y comunicación) por parte de lxs hacedorxs y a estimular que, desde el Estado, se generen políticas que fomenten la ampliación y la formación de públicos. Y, sobre todo, en el hecho de que formar cultura es formar ciudadanía. Porque el arte y la cultura generan sentido y valor, es decir, que no corresponden solo a un bien material sino que, y ante todo, son un bien social (Olmos y Güemes, 2000).

“La construcción del público implica el establecimiento de relaciones entre sujetos, entre personas que pueden comunicarse y transformarse recíprocamente y no reducirse a las relaciones entre productos y mercancías, visión que subyace a la única estrategia actual fncada sólo en la venta de boletos”

Lucía Jiménez 2000



Público durante el cierre del Festival ESCENA
PH: Sandy Gutkowski

METODOLOGÍA

En cuanto a la metodología implementada, se propuso la combinación de una estrategia cuantitativa y una cualitativa, utilizando, como instrumento principal, una encuesta que fue diseñada para recabar información acerca de los públicos de dos ediciones del Festival ESCENA (2015 y 2016). Para la generación de la misma, se acudió a diferentes estudios de públicos, principalmente a las encuestas de *caracterización de públicos* realizadas por el GAM⁸ de Chile, a la *medición cultural del área del desarrollo* de audiencias del Teatro Solís⁹ en Uruguay y al trabajo sobre *“Cómo formar jóvenes espectadores en la era digital”* (Durán y Jaroslavsky, 2012) que llevó a cabo el programa de Formación de Espectadores con el asesoramiento de Marcelo Urresti.

También se desarrolló observación etnográfica, concurriendo a las funciones contenidas en las grillas de dichos festivales; y autoetnográfica (ya que quien suscribe forma parte activamente en la organización cultural, ESCENA, desde su inicio), a partir de la perspectiva de la gestión y de la participación en distintos momentos del Festival: su producción y *ritos*.



Apertura Festival ESCENA.
PH: Paula Herrera Nóbile

Sobre el instrumento principal de recolección de información, las encuestas, cabe destacar que fueron respondidas de manera online por cada encuestado. Cada una de ellas fue implementada vía web, desde el soporte de la plataforma digital *Alternativa Teatral*. Dicha plataforma se encuentra fuertemente instalada en la comunidad de teatro independiente, como canal de comunicación, difusión y venta de entradas.

El objetivo del instrumento fue generar datos sobre los asistentes al Festival y, por derivación, sobre los públicos que circulan por las salas de teatro independiente que forman parte de ESCENA. La encuesta indagó sobre el perfil de público, preferencias, hábitos culturales, frecuencia de consumo y vínculo con las artes escénicas. Su implementación fue diferente en cada festival. Así, el primer año funcionó como el modo de ingreso, otorgando dos entradas sin cargo por encuesta respondida, lo que permitió tener un muestreo significativamente mayor. El segundo año, por el contrario, el llenado del formulario fue opcional. Dicha diferencia repercutió en la cantidad de casos recogidos que, en 2015 fue de 397 y, en 2016, 122: menos de la mitad de encuestados. Si bien no se cuenta con la información del número de asistentes total en ninguno de los casos, se estima que, en el Festival 2015, el total rondó las 800 personas, mientras que, en 2016, hubo un aproximado de 500 personas. El desconocimiento del número exacto de asistentes se debe a que el total del público estimado se calcula considerando a la circulación de los mismos en todas las instancias abiertas y gratuitas, incluyendo la Choripaneada, programación en la calle y la fiesta de cierre de Festival.

(8) Para más información recurrir al sitio web del GAM de Chile: <https://www.gam.cl/audiencias/reportes-de-actividades-y-publicos>

(9) Para más información recurrir al sitio web del Teatro Solís de Chile: <https://www.teatrosolis.org.uy/TS/Details-de-la-propuesta-uc614>

PUNTO DE PARTIDA

Es importante destacar que entender a los públicos es otro modo de dar cuenta de la programación de cada espacio, ya que ambos datos están entrelazados. En este sentido, la presente investigación se propone indagar sobre los públicos y su implicancia o no, en el campo de las artes escénicas (oferta y circulación). También serán observados en términos de sociabilidad. Para ello, se abordará desde una perspectiva de estructura del sentimiento (Williams, 2012), es decir, destacando determinados tonos emocionales ligados al sentido de comunidad (Cassini, 2018), que se subjetivizan en la práctica de *ir al teatro*.

Pero, ¿de qué hablamos cuando hablamos de públicos, y de cuáles públicos hablamos? Existen los públicos **presenciales**, a los cuales se refiere nuestro análisis puntual. Pero, también, están los públicos **virtuales**, a los cuales llegamos por medio de las redes sociales, que comparten, *likean* y participan de las publicaciones en Facebook, Instagram y, en menor medida, en Twitter. Los públicos **potenciales**, aquellos que podrían participar de los espacios de ESCENA o del Festival, pero no lo hacen; y los **no públicos**, es decir, aquellos que por diferentes barreras, falta de acceso o desintereses varios, no participan. Se desprende de esto que hay determinados factores que se develan como necesarios para que los públicos participen, como tener cierto capital simbólico que de sentido a la interpretación de algunos códigos; la disponibilidad de

tiempo, dinero o la distancia geográfica. Las barreras simbólicas anteriormente mencionadas, sean estas explícitas o implícitas, serán un factor clave para pensar y desarrollar estrategias que involucren al público desde el momento de creación de la obra, como así también desde la programación de un espacio, ciclo o un festival. Si bien este trabajo no desarrolla cajas de herramientas y estrategias de comunicación para ampliar públicos, sí pretende acercar material para que esto se estimule.

Según la definición de *Javier Ibacache*, se afirma que "aproximadamente, podríamos convenir que, **audiencias** es una expresión más propia de las industrias creativas y que describe a las personas o grupos de personas que realizan algún tipo de consumo cultural no-presencial, donde el grado de implicación es indirecto (industria audiovisual y musical). **Públicos** alude a los espectadores presenciales de disciplinas artísticas que se definen a partir del encuentro de la obra con las personas en un tiempo o espacio determinados (teatro, danza, ópera). Y **comunidad** corresponde a la gestión de implicación de públicos, que comparten un interés común en torno a las artes y que, como resultado de ese interés, impulsan proyectos propios en distintas líneas"¹⁰. Se plantean, a partir de esta mirada, las siguientes preguntas, a modo de disparadores del proyecto de investigación: ¿cuáles son las características principales del público que circula en el Festival de ESCENA? ¿Quiénes son, de qué trabajan, qué



Sala de Artes Escénicas de Club Cultural Matienzo

estudian, qué consumen culturalmente y por cuáles otros espacios de la ciudad circulan? ¿Hay algún rasgo en común para destacar? ¿Podemos afirmar que el público del Festival ESCENA es parte de una comunidad? ¿Es posible, a partir del acercamiento a este objeto de estudio, armar estrategias para potenciar el movimiento de públicos? ¿Hay un patrón, una cualidad o estrategia común entre las experiencias del público que asiste al Festival ESCENA? Los Festivales, ¿amplían público? ¿Se puede potenciar dicha comunidad a

través de estrategias (conscientes), desde la organización cultural ESCENA? ¿Existen, en el circuito de ESCENA, estrategias emparentadas para la formación de públicos? ¿Por qué no va al teatro quien no lo hace? La programación general de una sala, ¿se piensa en función de la generación de públicos?

(10) Notas personales, tomadas de una exposición que Javier Ibacache realizó en el contexto del encuentro PAC (públicos, audiencias comunidades) en el Centro Cultural Recoleta (2017). CABA, Argentina.

CONTEXTUALIZACIÓN

En la actualidad, se encuentran registradas 139 salas de actividad teatral no oficial, según la nómina PROTEATRO¹¹. A su vez en una investigación reciente realizada por la UNTREF en alianza con diferentes cámaras y organizaciones culturales, sobre espacios culturales independientes. Allí se indica que en la Ciudad de Buenos Aires, al 2019, hay 192 Salas Teatrales y 76 Centros Culturales de los cuales el 64,50% programa artes escénicas. Esto da cuenta de por qué CABA es considerada una de las capitales del mundo en materia de teatro, danza y performance de carácter autogestivo.

En los últimos años el aumento de impuestos, servicios (Cruz, 2016), además del incremento en el costo de vida debido al proceso inflacionario, agudizó la situación vulnerable de este tipo de espacios autogestivos.

“El aumento de la tarifa energética ha golpeado fuertemente a las salas teatrales, ya que la electricidad es un consumo básico del hecho artístico, como así también de ensayos y talleres. Estas condiciones de producción amenaza la continuidad de los espacios, afectando por ende a los trabajadores, formadores, artistas y nuestros público, es decir, a nuestra comunidad

(...). Otro punto sensible para la supervivencia de los espacios alternativos es la relación taquilla-costo. Las capacidades de platea de la mayoría de los espacios autónomos no supera los sesenta (60) espectadores, y por lo tanto la rentabilidad y obtención de ganancia se complica o directamente se vuelve nula, de modo que se necesita del desarrollo de actividades complementarias, clases, subalquiler, microemprendimientos gastronómicos, etc.”

Cassini y Rodriguez 2017:37

En la actualidad nos encontramos frente a un contexto de emergencia cultural. A nivel nacional el Ministerio de Cultura fue reducido a Secretaría y el funcionamiento del Instituto Nacional de Teatro está bajo la lupa de la comunidad teatral federal; ambas cuestiones están relacionadas con la crisis económica y social antes mencionada. Asimismo, y durante los últimos diez años, la Ciudad de Buenos Aires está atravesando un proceso de transformación cultural, en el

(11) PROTEATRO es el instituto de fomento y protección de la actividad teatral no oficial de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

cual tanto colectivos y sujetos activos de la sociedad civil, como artistas, gestores y públicos se vinculan a través de nuevas prácticas, que dan lugar a la conformación de agrupaciones culturales, que devienen en organizaciones como en el caso de ESCENA (Espacios Escénicos Autónomos). Formas de asociación emergente, basadas en el *estar juntos*, donde predominan los lazos solidarios y afectivos, que promueven espacios colectivos de construcción de identidad, economía de recursos y

planificación artística de tipo colaborativa (Cassini 2017). Estos proyectos culturales están basados en vínculos sociales densos, relaciones cara a cara y compuestos por las sutilezas de los vínculos que generan confianza y que construyen relaciones de tipo comunitarias (De Marinis, 2010). La emergencia de estas redes puede considerarse como efecto de una coyuntura determinada, en la que aparecen como respuestas colectivas, desde la sociedad civil, allí donde el Estado se ausenta.



Registro del primer Festival ESCENA.
PH: Paula Herrera Nóbile



Festival ESCENA 2016. El Piso, cultura escénica.

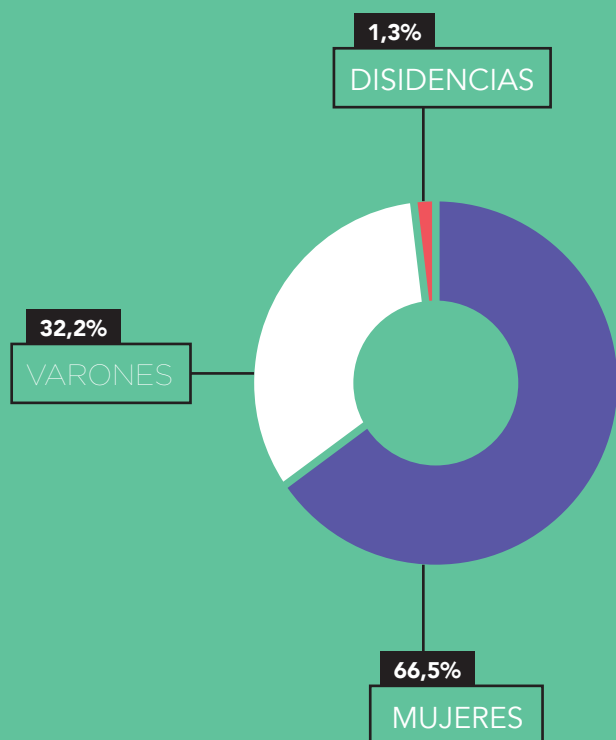
ANÁLISIS DE DATOS SOBRE LOS PÚBLICOS DEL FESTIVAL ESCENA

Las encuestas se realizaron de manera online, por medio de la plataforma Alternativa Teatral, relevándose 397 casos, en 2015 y 122, en 2016.

Caracterización sociodemográfica

Tomando el promedio de ambos períodos analizados, se observa que el 66,5% de lxs participantes del Festival ESCENA son mujeres, mientras que el 32,17% son varones. Cabe destacar que, al momento de llevarse a cabo dicho cuestionario, la lucha por la paridad de géneros (Carabajal, 2018) no contaba aún con la potencia que tiene en estos días. Sin embargo, se incluyó una tercera variable, para aquellas personas que no se identificaran con el sistema binario. Este dato arrojó que el

GÉNERO



EDAD



1,33% eran disidencias. Si bien hay una mayoría de participación femenina en los festivales de ESCENA, esta diferencia no es tan notable como la observada en la *Encuesta Nacional de Consumos Culturales de 2017*¹². Dicha encuesta, a la cual se hace mención, es realizada por el *Sistema de Información Cultural de Argentina*; en la misma se indica que la diferencia de mujeres por sobre varones es de 22% en 2013 y de 24% en 2017.

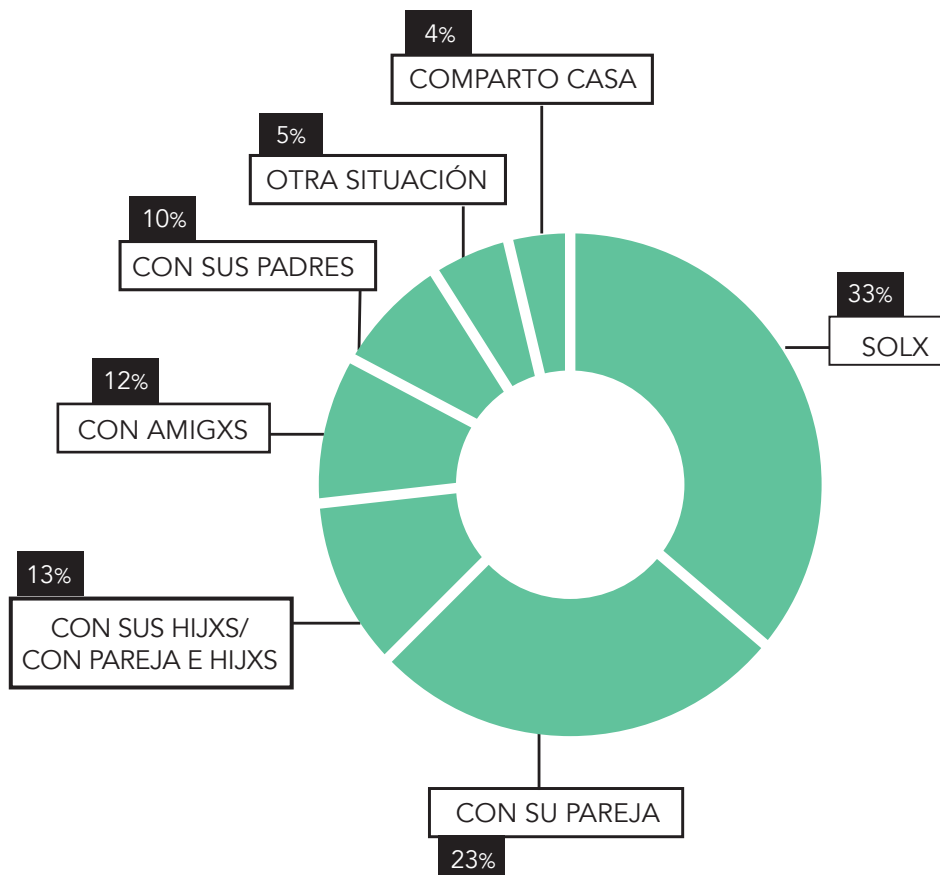
En relación a la variable de la edad, en 2015 el 80% de los participantes del Festival son personas de entre 18 y 45 años, destacándose un *público joven* y de *mediana edad* equitativamente. Mientras que en 2016, se observa una mayor cantidad de público en la franja etaria de entre 30 y 45 años de edad, lo que representa a más del 50% de público del Festival. Comparando este dato con los presentados en la investigación anterior¹³, podemos afirmar que, en el 2016, esta franja etaria coincide con la de los dueñxs y programadorxs de las salas de ESCENA.

Al cruzar los datos de edad con género, se destaca que, en 2015, una leve mayoría del público femenino tiene entre 18 y 29 años de edad (44%). Entre los varones el promedio de edad es significativamente mayor: entre 30 y 45 años (49%) y en 2016, esta tendencia se profundiza (55%).

Al indagar cómo están conformados los hogares del público, existen pequeñas variables en las respuestas entre cada año relevado. En el 2015 se observa que el 37% vive en pareja, el 30,70% vive solx¹⁴; el

11,80% con amigos y el 9,50% con padres. Otro dato destacado es que el 15% del total de asistentes, en 2015, y un 10%, en 2016, afirmó tener hijxs.

CON QUIENES VIVEN



(12) SInCA, Sistema de Información Cultural de la Argentina, es el organismo de la Secretaría de Cultura de la Nación que produce, sistematiza y difunde información referida a la actividad cultural.

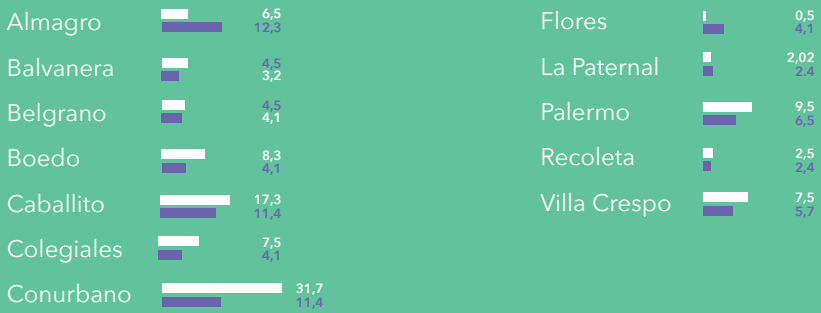
(13) PANORAMA ESCENA. *Lógicas de programación y condiciones de producción en el circuito de los espacios escénicos autónomos. CABA 2015-2017* (Cassini, Seldes y Marengo, 2018).

(14) En consonancia con el dato de la cantidad de personas que viven solas, es pertinente contextualizarlo con el informe de la UADE (2013), realizado a partir del Censo Nacional de 2010 en CABA, que el 35% de los hogares son unipersonales.



LUGAR DE RESIDENCIA DE PÚBLICO Y SALAS DE ESCENA

2015 2016



PROCEDENCIA DEL PÚBLICO

2015 2017



De los 397 casos relevados en 2015, se observa que un 10% del público es extranjero; a diferencia de lo que sucede en 2016, donde el público extranjero se reduce al 6%, sobre 122 casos encuestados. En ambos años, la principal procedencia es de países latinoamericanos, en particular, de Chile y Colombia.

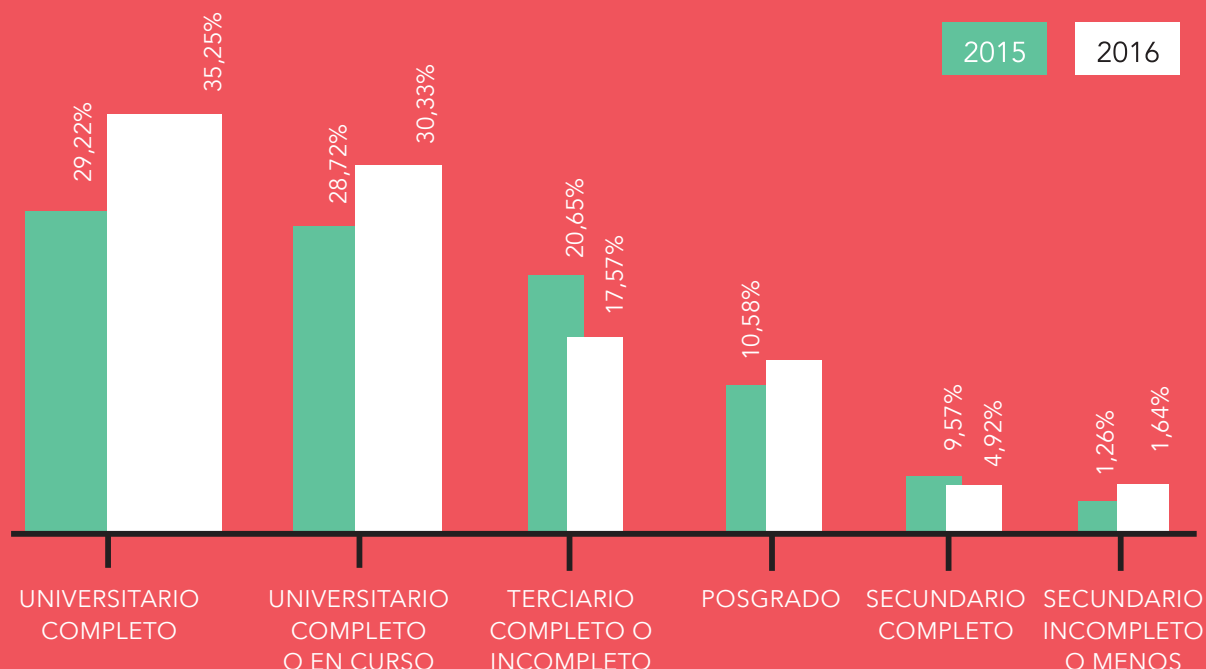
Dentro de CABA, en 2015 se observa que, el barrio de procedencia principal del público es Palermo (19%), seguido por Caballito (11%) y Villa Crespo (7%). Mientras que en 2016, sobresale Almagro (12,30%), seguido por Caballito (11,50), Palermo (9%) y V. Crespo (8%).

Comparando este dato con el espacio urbano donde se encuentran situadas las Salas de ESCENA, en 2015 se observa que los barrios de Caballito, Chacarita y V. Ortuzar son los que más espacios escénicos se nuclean. Mientras que en el 2016 serán Caballito, Palermo y Villa Crespo.

Así mismo se puede observar cierta correspondencia entre el lugar de procedencia del público y el espacio urbano de la Sala. Eso da un indicio de que el público no realiza grandes desplazamientos al momento de elegir a qué Sala concurrir.

Por otra parte, se destaca que, en 2015, cerca del 32% reside en el conurbano bonaerense; a diferencia del 2016, en el que este número de casos baja al 11,5%. Cabe preguntarse, a modo de hipótesis, si los aumentos en los transportes repercuten en la cantidad de público proveniente de barrios más alejados.

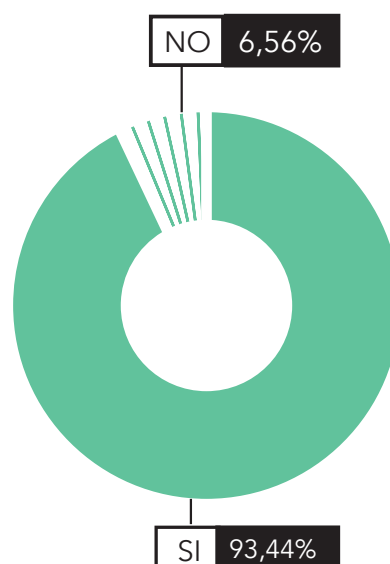
ESTUDIOS REALIZADOS O EN CURSO



En relación a los estudios alcanzados, más allá de pequeñas variaciones entre 2015 y 2016, se observa un público de nivel educativo predominantemente universitario (universitario completo 30% e incompleto/en curso 23,62%, tomando como referencia el año 2015).

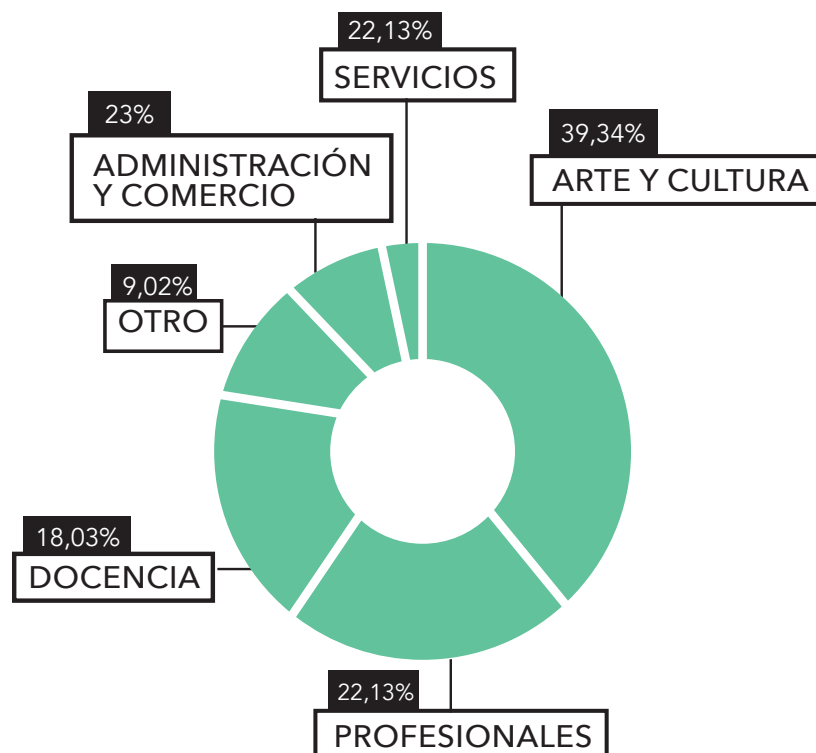
Respecto al mundo laboral, se observa que cerca del 85%, en 2015, y más del 93%, en 2016, afirmó estar trabajando al momento ser consultados. Entre quienes declararon no tener trabajo, en la mayoría de los casos, el motivo consignado fue "por estudios".

¿TRABAJAS ACTUALMENTE? AÑO 2015



Sobre las tareas que realizan a nivel laboral, se observa de manera contundente que la gran mayoría define su actividad en el marco de las *artes y la cultura*¹⁵ (39%).

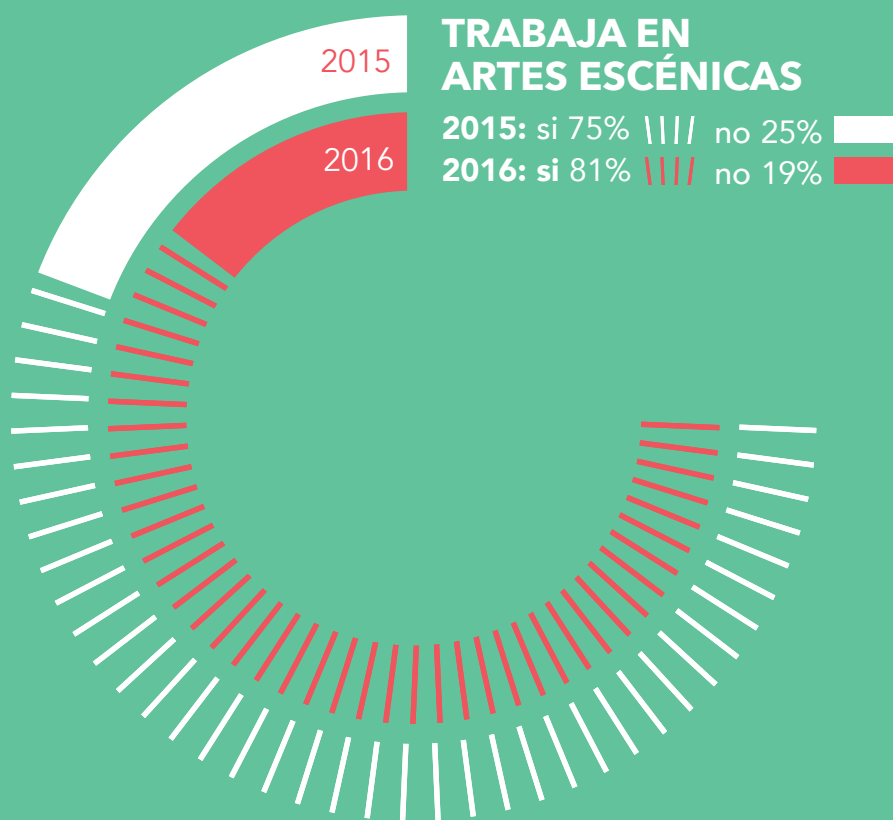
OFICIO/LABOR/OCUPACIÓN AÑO 2015

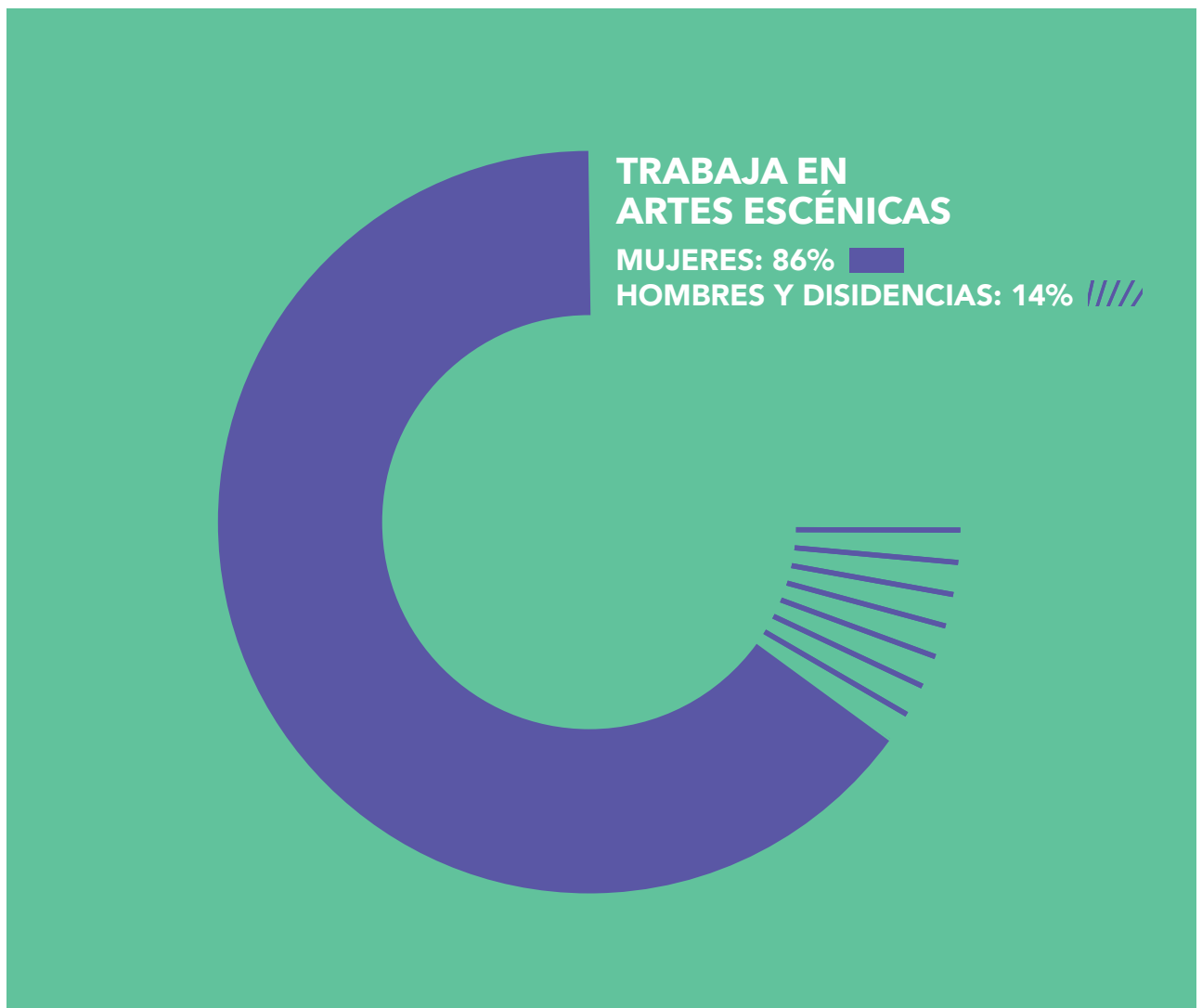


Además, casi el 75% del total en 2015, y más del 80%, en 2016, explicita dedicarse específicamente a las artes escénicas, ya fuera de modo amateur o profesional. En relación a esta última consulta, si filtramos esta respuesta por género, se observa que en las mujeres este porcentaje aumenta al 80% en 2015, y a más del 86% en 2016.

Por último, destacamos que un 2% de nuestro público tiene capacidades físicas diferentes.

(15) En 2015, al indagar sobre las labores y profesiones de lxs entrevistadxs, se optó por dejar la respuesta abierta a que cada persona se autodefina, ya que se pretendía conocer el perfil del espectador en relación al campo artístico y cultural según su autopercepción. Para la encuesta del 2016, se sistematizaron y reagruparon las respuestas, utilizandolas, como categorías.





HÁBITOS Y PRÁCTICAS:

Con el fin de reflexionar acerca de los gustos y prácticas culturales entre los públicos de este festival de teatro, danza y performance, se indagó acerca de otras preferencias en las salidas culturales y en la frecuencia de dichas experiencias. Para ello, se propusieron como opciones diferentes disciplinas artísticas, tales como artes escénicas, recitales de música, galería/muestras/museos, cine/proyección audiovisual y ciclos literarios.

Podemos observar cierta correspondencia entre las respuestas de ambos años, por lo cual, para facilitar el análisis, se analizarán los datos, a partir de la encuesta realizada en 2015, dado que tiene mayor representatividad y menor porcentaje de error (3,5%).

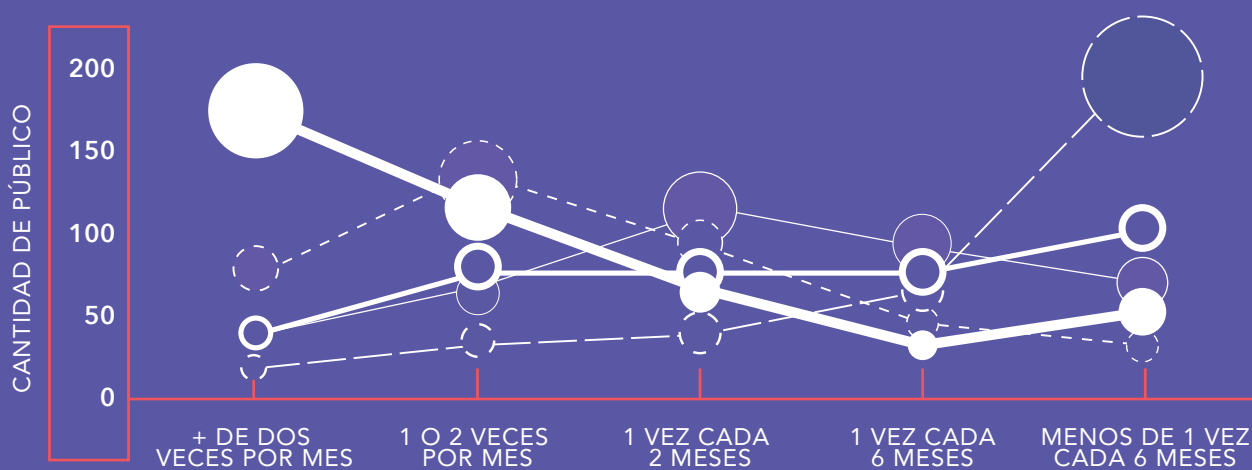
Como se puede observar, la mayoría de los asistentes a espectáculos de artes escénicas concurren a ellos con una frecuencia de

dos a más veces por mes. Este dato resulta relevante, ya que evidencia el perfil activo del público en relación a estas disciplinas (teatro, danza, performance, etc).

Esa misma franja de público, designa, como segunda opción, a las artes audiovisuales. Cabe destacar que se podría hacer un paralelismo entre las actividades laborales que implican estas dos disciplinas artísticas (escénicas y audiovisuales), ya que algunos roles, como la actuación, la técnica, el arte, el vestuario, etc., son actividades comunes a ambas, lo que permite trazar una la relación y afinidad entre estos dos campos.

Resulta pertinente mencionar que las actividades menos frecuentadas son los ciclos literarios, los recitales y las galerías/muestras/museos, que permanecen estables entre las diferentes variables de frecuencia.

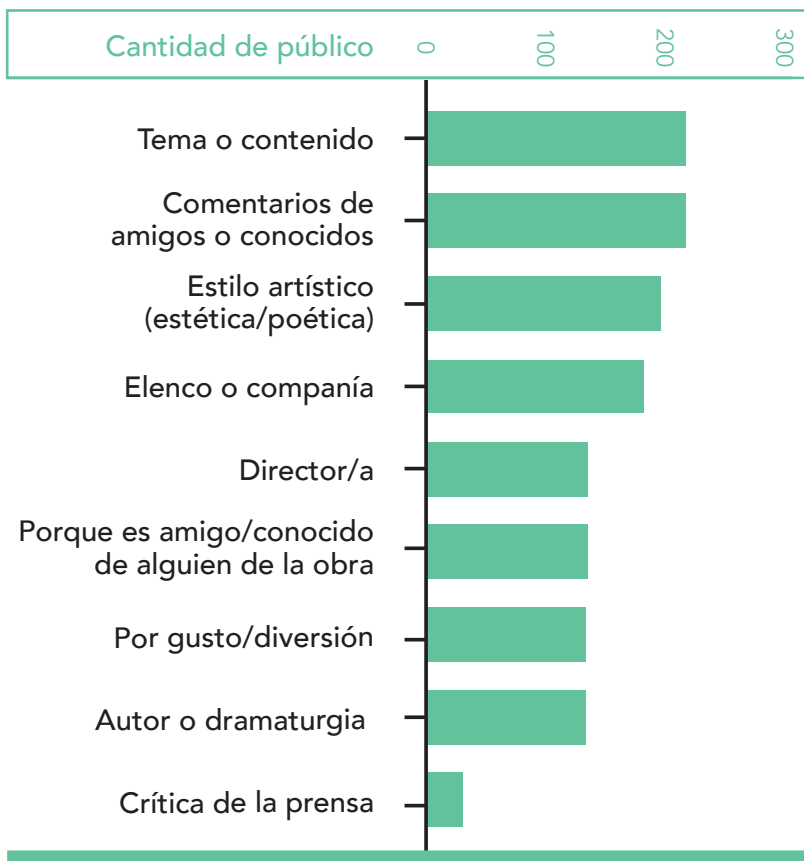
HABITOS CULTURALES: FRECUENCIA A SALIDAS CULTURALES/ARTISTICAS



- A ver teatro / Danza /performance
- A un recital
- - - Al cine/proyección Audiovisual
- · · A ciclo literario
- — — A galería, muestra, museo

Al momento de analizar las respuestas vinculadas a las motivaciones o razones para asistir a un evento de artes escénicas, los datos muestran una dispersión equilibrada entre: tema o contenido en 50,40% de los casos, comentarios de amigos o conocido en el 47,25% y estilo artístico (estética/poética) en el 44%) . A partir de dichos resultados, se concluye que no hay una sola causal dominante que incida en la decisión de concurrir a una obra.

¿CUÁL ES TU PRINCIPAL MOTIVACIÓN PARA ASISTIR A UN EVENTO ARTÍSTICO ESCÉNICO?

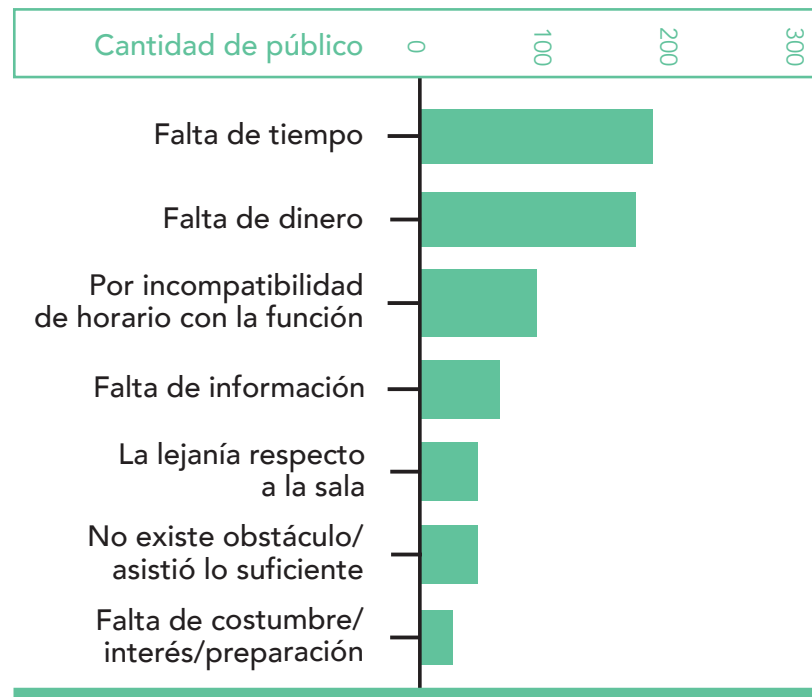


En cuanto al horario preferido por el público del festival ESCENA para asistir a una obra, la respuesta mayoritaria es a las 21 hs (el 73% en 2015 y más del 76% en 2016).

Acerca del principal factor que impide que asistan con

más frecuencia a ver teatro, danza o performance, el resultado es elocuente: las principales causas enunciadas son la falta de dinero, 44%; y en igual medida la falta de tiempo, con el 44%. En menor elección de factor, se destacan la falta de información (16,50%) y lejanía respecto a la Sala (12,60%); cabe destacar que era una pregunta de respuestas múltiples.

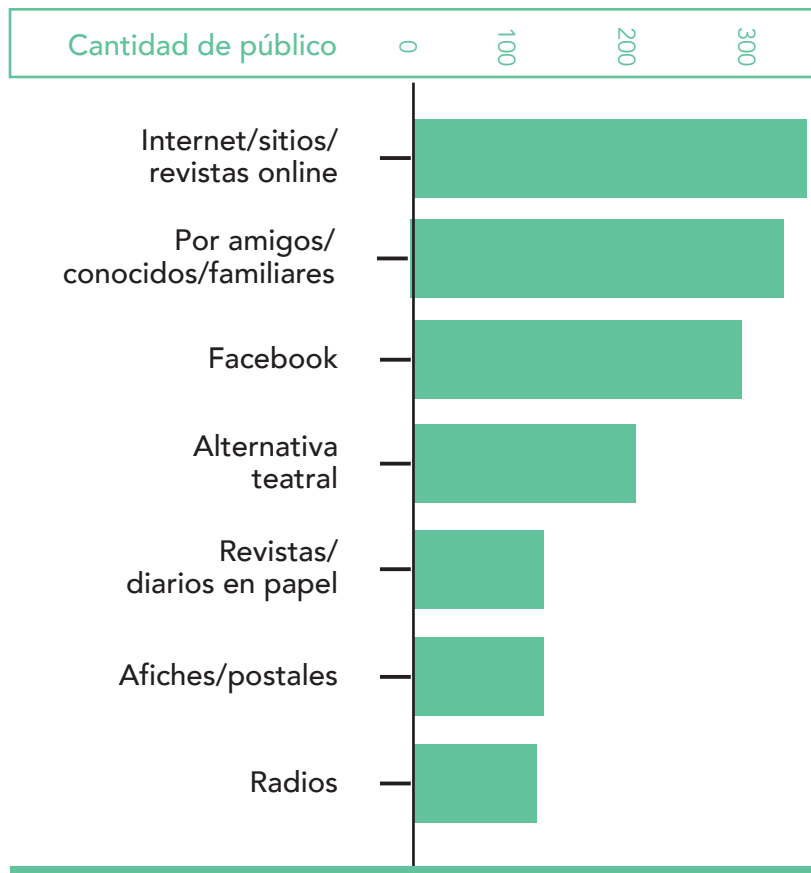
¿CUÁL ES EL PRINCIPAL FACTOR QUE TE IMPIDE QUE ASISTAS MÁS A VER TEATRO/ DANZA/PERFORMANCE?



Al momento de indagar acerca del medio por el cual suelen enterarse de los acontecimientos escénicos, se realizó una pregunta de respuesta múltiple, en la cual se destaca, en ambas muestras, resultados similares: los sitios web (73,3%), Facebook (67,7%) y el comentario de amigos-conocidos (70,5%) son los tres medios principales de comunicación. En cuarto lugar aparece la plataforma Alternativa Teatral (45%), quedando como últimas opciones seleccionadas los medios gráficos (revistas, afiches, postales).

Una pregunta que se incorporó, con el afán de observar la relación entre el público y el sector, fue si compartían la salida de *ir al teatro* con amigos y/o pareja, y un promedio del 96% (entre ambos años analizados) contestaron afirmativamente. Lo que nos denota ciertos hábitos en dicha práctica cultural.

¿A TRAVÉS DE QUÉ MEDIOS TE INFORMÁS SOBRE OBRAS DE ARTES ESCENICAS?





Mapa ESCENA
PH: Paula Herrera Nóbile

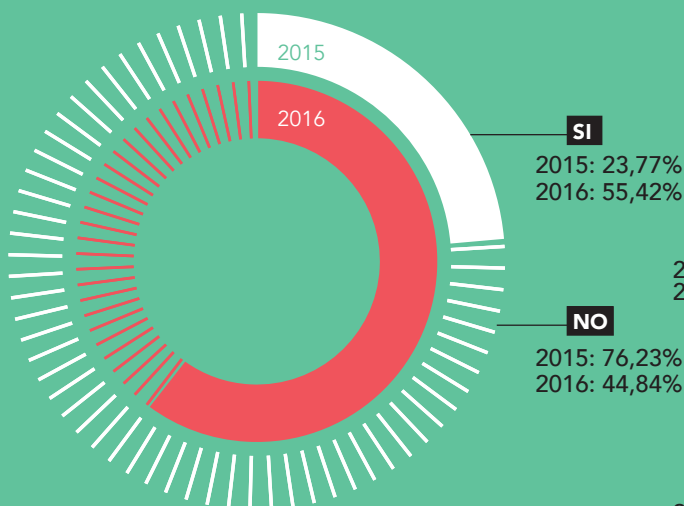
FESTIVAL ESCENA

Al consultarle a lxs encuestadxs si tenían amigxs o conocidxs que trabajasen en alguna de las obras programadas en los festivales, en 2015 las respuestas son bastante parejas entre "sí" (60%) y "no" (40%). Se observa también que, en el promedio de ambos años, el 30% del público ya había participado de, al menos, una edición anterior.

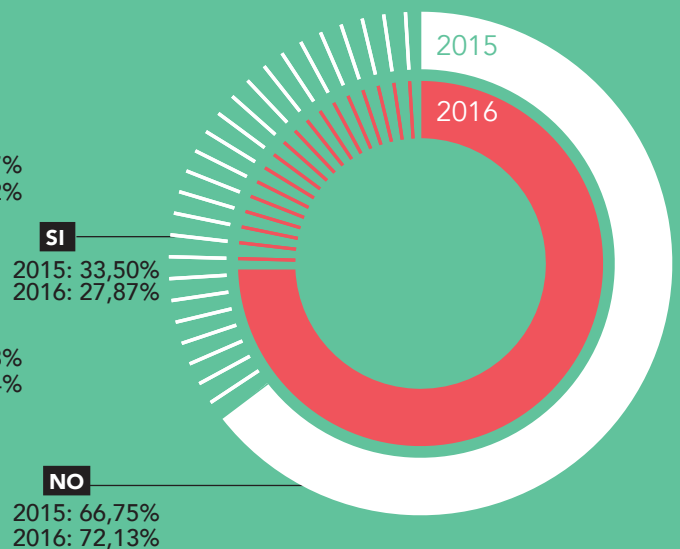
De ello se desprende que el Festival ESCENA funciona, para la organización, como un modo de darse a conocer y acercarse

a la propia comunidad. La acción política y cultural del festival refuerza cierto circuito¹⁶ del mapa de la ciudad, entrelazado por la unión del colectivo. Los momentos del Festival (*apertura, cierre, choripaneada y fiesta*) funcionan como rituales de interacción (Collins, 2009), que habilitan la acumulación de experiencias, anécdotas, baile y risas: experiencias del orden cotidiano y colaborativo, fuente de generación de confianza y compañerismo. Por ende, se observa que el Festival funciona como un dinamizador de relaciones entre las personas que tra-

¿TENES AMIGOS QUE TRABAJEN EN ALGUNA DE LAS OBRAS DEL FESTIVAL ESCENA?



¿YA HABIAS PARTICIPADO DE ALGÚN OTRO FESTIVAL ESCENA?

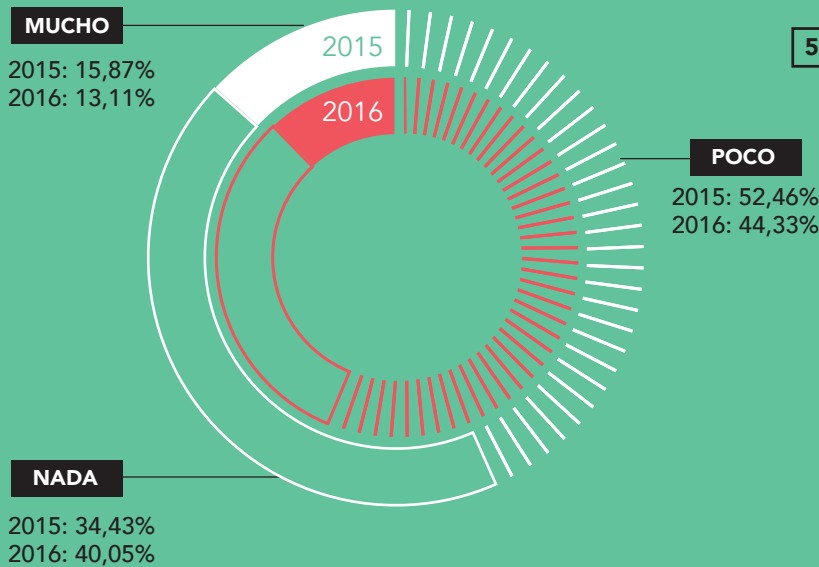


bajan y habitan las salas de ESCENA. Este intercambio se da a partir del cruce artístico: se generan espacios de creación colectiva, colaboración recíproca y trabajo conjunto.

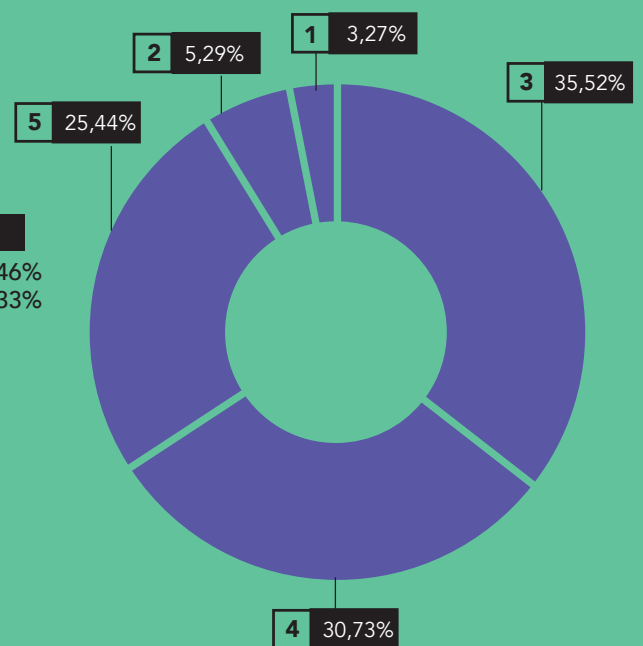
También, consultamos acerca de su percepción frente al posicionamiento artístico del festival. Se preguntó “¿en qué medida este festival constituye una propuesta distinta a lo que estás acostumbrado a ver?”. Las respuestas muestran una tendencia mediana y alta de valoración distintiva como opción estética, poética y artística.

(16) “Cuando hablamos de un circuito cultural referimos a una unidad conceptual establecida por la delimitación espacial de un recorrido. Específicamente, un recorrido cultural por el que circulan públicos, estéticas y modos de producción relativamente similares y emparentados”. Cas-sini, Seldes y Marengo. 2018:26.

¿CONOCES A ESCENA (ESPACIOS ESCENICOS AUTÓNOMOS)?



¿EN QUÉ MEDIDA ESTE FESTIVAL CONSTITUYE UNA PROPUESTA DISTINTA A LO QUE ESTÁS ACOSTUMBRADO A VER? 1- POCO // 5- MUCHO



CONCLUSIONES

“En la actualidad, el comportamiento del público con las instituciones culturales ha cambiado. Las nuevas tecnologías, las redes sociales y el fácil acceso a la información están configurando un tipo de audiencia muy participativa, con gran capacidad crítica y con un gran abanico de actividades y espacios donde elegir ir. Es en este nuevo paradigma donde reside el reto de programar con y para la ciudadanía.”

Ibache, 2015

Sobre la salida al teatro, es importante destacar que la misma se trata de una **experiencia** más amplia que el sólo hecho de ir a la sala. Debido, en parte, a las características de estos espacios (ex casas, ex hoteles, ex fábricas, etc.) y a la atención que allí se ofrece, muchas veces, por sus propios dueños (música cálida, una copa de vino, etc.), es entonces posible vivenciar un momento de encuentro entre quienes participan de la salida (porque fueron juntxs) y con las otras personas que allí se cruzan. Esta experiencia de *tercer tiempo*, tomando prestado el término deportivo, funciona como espacio para compartir e intercambiar socialmente y muchas veces también gestándose allí semillas para futuros proyectos artísticos y colaboraciones. Estos momentos de intercambios no sólo

se dan en la previa de la función, sino también luego, al ir a cenar, tomar un café, etc.

El hecho de ir al teatro implica, entonces, mucho más que el corte de boleto. La salida involucra distintas capas de *experiencias*, que van desde cuestiones simbólicas, culturales, gustos y vinculares, como relaciones de amistad y camaradería. Una de esas capas de experiencia es la salida en sí misma: llegar desde la calle a la sala a través de distintos medios de transporte, compartir la salida con otrxs, tomar un vino en la recepción, comer afuera, etc. En este sentido la situación socioeconómica, a la que se hizo alusión en el apartado de *contextualización*, obstaculiza este tipo de salidas culturales, debido al incremento de los costos y bajas

en los salarios, en relación a la inflación. El resultado de esto es la reducción de la salida cultural (Moreno, 2019). Según los datos analizados, ya en 2015 y 2016 nuestros encuestados señalaban, como los principales impedimentos para asistir al teatro, la falta de tiempo y dinero. Se estima, entonces, que en la actualidad esta limitación será aún mayor.

Otro obstáculos que se destaca, son las nuevas plataformas tecnológicas, que expresan transformaciones de hábitos. Siguiendo las reflexiones del sociólogo Marcelo Urresti (2008),

“la gente sale sólo cuando tiene la certeza de que va a encontrar repetición. Pensar que las típicas estrategias estéticas de desestructuración funcionan atrayendo público es algo iluso. Porque el público masivo es un público que está esperando más de lo mismo”.

¿Qué pasa en este caso investigado en el que, según los datos arrojados por las encuestas, nos encontramos frente a un público perteneciente al campo de la cultura autogestionada de la ciudad y, más específicamente, de las artes escénicas? En esa línea

“¿[...] cómo se puede pensar en formas de acercar a nuevos espectadores que decodifiquen el lenguaje Escénico? Lograr conmovernos para incentivarlos a moverse de sus casa, a dejar otro plan para ir al teatro y, doblando aún más la apuesta, a que vuelvan” (Urresti).

También en este sentido, se podría afirmar que hay que trabajar aún más para ampliar la llegada a otros públicos, principalmente aquellos que tienen el hábito de participar en acontecimientos artísticos afines (como audiovisuales) y acercarlos a las artes escénicas. En este sentido, la clave está en varios puntos: por un lado en la formación de públicos y también en estrategias de comunicación no tradicionales, pensadas para ampliar públicos potenciales. Se aconseja estimular el cruce de públicos de diferentes disciplinas artísticas. Este tipo de estrategias deberían ser aplicadas en cada obra, ciclo o festival a comunicar, contemplando a su vez los diversos gustos estéticos, poéticos y políticos a los cuales interpelar según el caso particular.

Otra de las capas observables en la experiencia de ir al teatro, es la relacionada con sentimientos de **pertenencia** y **apego**, de parte de la **comunidad**, con dicha práctica cultural. Se distingue un compromiso personal y emocional fácilmente observable en los saludos en la recepción de la sala, en las actitudes y gestos durante la función (como los aplausos), etc. En este sentido, la experiencia se aproxima al concepto de apego de Benzecry (2012), quien trabaja este sentimiento en el público de la ópera. Se puede hacer un paralelismo de dicho análisis con el público de artes escénicas de estas salas independientes, donde se observa en la práctica de ir al teatro un gesto de **autoafirmación** y la **autotranscendencia** en el propio campo (Benzecry, 2012). A la brevedad se atenderá con más detalle esta perspectiva, pero antes, se retomarán los datos analizados anteriormente para caracterizar al público del Festival ESCENA y, así, contextualizar dicha mirada:

➤ El público está, en su mayoría, conformado por personas de entre 18 y 45 años de edad.

➤ Predominan las mujeres.

➤ En su gran mayoría es público sin hijos.

➤ Más del 30% del total vive en hogares unipersonales.

➤ En su mayoría, tienen estudios de nivel terciario y/o universitario.

➤ La mayor parte de las personas relevadas definen su actividad laboral en relación a las artes y la cultura, de lo que se infiere que poseen algún tipo de formación artística, especialmente en artes escénicas.

➤ Quienes se dedican por labor o hobby a las artes escénicas representan el 80% de las personas en ambos años analizados.

➤ Se puede afirmar que se trata de un público con perfil de ingresos medios y medios altos, ya que tienen acceso a educación, formación y trabajo relacionados con el mundo cultural.

Podemos concluir, entonces, que el perfil del público del Festival ESCENA es joven¹⁷, relacionado al mundo del arte, sin hijos, estudiante de arte y cultura, predominantemente con nivel universitario (en curso o completo). También, que muestra estrecha relación con el propio campo de las artes escénicas, a partir de datos observados: la frecuencia de la *salida al teatro*, la relación con la actividad escénica propiamente dicha, con quién realiza la salida, qué lo mo-

tiva a hacerlo y cómo se entera de la programación. Según los datos, las principales fuentes de información de la oferta de obras son el *cara a cara* y los *amigos* de redes sociales. Por último, y en concordancia con el dato anterior, se observa que entre los motivos principales para ir a ver una obra se encuentran los *comentarios de amigos o conocidos*. Se deriva de esto que estamos frente a un público que se identifica y vincula con la propia comunidad escénica. Que circula por espacios y afines, que estudia y se relaciona con personas también allegadas al circuito cultural y de las artes escénicas propiamente dichas. Por consiguiente podríamos estimar que sus prácticas son de orden propio y conocido.

(17) "Hay distintas maneras de ser joven en el marco de la intensa heterogeneidad que se observa en el plano económico, social y cultural. No existe una única juventud: en la ciudad moderna las juventudes son múltiples, variando en relación a características de clase, el lugar donde viven y la generación a que pertenecen y, además, la diversidad, el pluralismo, el estallido cultural de los últimos años se manifiestan privilegiadamente entre los jóvenes que ofrecen un panorama sumamente variado y móvil que abarca sus comportamientos, referencias identitarias, lenguajes y formas de sociabilidad. Juventud es un significativo complejo que contiene en su intimidad las múltiples modalidades que llevan a procesar socialmente la condición de edad, tomando en cuenta la diferenciación social, la inserción en la familia y en otras instituciones, el género, el barrio o la micro cultura grupal. Por otra parte, la condición de juventud indica, en la sociedad actual, una manera particular de estar en la vida: potencialidades, aspiraciones, requisitos, modalidades éticas y estéticas, lenguajes. La juventud, como etapa de la vida, aparece particularmente diferenciada en la sociedad occidental sólo en épocas recientes; a partir de los siglos XVIII y XIX comienza a ser identificada como capa social que goza de ciertos privilegios, de un período de permisividad, que media entre la madurez biológica y la madurez social. Esta 'moratoria' es un privilegio para ciertos jóvenes, aquellos que pertenecen a sectores sociales relativamente acomodados, que pueden dedicar un período de tiempo al estudio -cada vez más prolongado- postergando exigencias vinculadas con un ingreso pleno a la madurez social: formar un hogar, trabajar, tener hijos. Desde esta perspectiva, la condición social de 'juventud' no se ofrece de igual manera a todos los integrantes de la categoría estadística **joven**". (Margulis y Urresti 1998: 1-2)

Se considera entonces, a partir de la relación dada entre lxs hacedorxs del sector, que el rol de público se vincula a cierta reciprocidad, que se traduce en el hecho de ver el material de colegas, como una manera de nutrirse y participar del circuito. Allí se refuerzan varias prácticas, hábitos y subjetividades, tales como: el sentido de pertenencia, la formación como público, la posibilidad de relacionarse con pares del sector. Es decir, que la experiencia de *ir al teatro* es algo más amplio que el acontecimiento escénico en sí mismo.

A primera vista, y tomando el concepto de Toffler (1980), recuperado por García Canclini, se podría afirmar que nos encontramos ante un público *prosumidor*¹⁸. Sin embargo, se esbozará la hipótesis de que, en este caso, resulta preferible hablar de *comunidades culturales* (De Marinis, 2010). En principio, porque los distintos sujetos se desempeñan en múltiples roles y, por momentos, pueden ser público, y en otros, actorxs, bailarinxs, boleterxs, técnicxs, docentes, investigadorxs, etc. Entonces, no sólo se trata de un público que consume y produce, sino que esta cadena se extiende desde lo subjetivo, y abarca el lazo social, afectivo y el compromiso con la actividad, generando sentido de *pertenencia y apego*.

Si bien en este estudio no abordamos las relaciones y tensiones referidas a las poéticas y estéticas de las obras contenidas en el Festival ESCENA, se comprende que hay una vinculación entre el hábito de experiencias simbólicas, asociadas tanto a procesos de identificación grupal como a categorías sociales que pregonan y multiplican estos espacios creativos. Si las prácticas artísticas y culturales actúan, en términos de Bour-

dieu (1988) como un lugar de diferenciación social y distinción simbólica entre grupos sociales; participar de un acontecimiento con consignas de carácter político, cultural y artístico, como las del Festival ESCENA, tiene, además, un carácter de pertenencia, de festejo en la unión, de goce, pasión y amor por la actividad. Como se decía anteriormente, se encuentra que dichas prácticas y estructuras del sentir son similares a las que desarrolla Benzecry (2012), en *El Fanático de la Ópera*. Allí, el autor, da cuenta de que el motor que prima en estos vínculos es el *eros*, es decir, el amor o el carácter afectivo entre un individuo y el objeto de su deseo, que en este caso serían las artes escénicas. En esta construcción de una sociología del apego, se observa que en las formas culturales prima el carácter *afectivo*. Por ello, podríamos presuponer que, para el público del Festival¹⁹, el mismo funciona como un sistema de integración y comunicación. Es decir que funciona como espacio de contención y reproducción de *ritos*, encuentro y comunión entre pares. A su vez, dicha la experiencia es compartida por todos los públicos: el *presencial*, que va a ver las obras; el *virtual*, que replica desde las redes; aquellxs que participan como artistas, técnicxs, gestorxs, colaboradorxs, etc. Por su parte, la construcción de subjetividad se observa con más fuerza en momentos de *ritualización* en la calle (teatro, música y otras

(18) La palabra **prosumidor**, es un acrónimo formado por la fusión original de las palabras *productor* y *consumidor*.

(19) Una referencia importante de Festivales son los trabajos de Greg Richards, que siguiendo a **Randall Collins** piensa a los festivales como *rituales de interacción* diseñados, que generan, entre otras cosas, *energía emocional* compartida entre sus participantes.

actividades afines), en las *choripaneadas*, donde una sala actúa de casa anfitriona, y en la fiesta. Allí, lxs hacedorxs del Festival (productorxs, programadorxs, directorxs, técnicxs, intérpretes y miembrxs de la organización) refuerzan lazos de tipo comunitario. Así, entre comida, baile, música, teatro, danza y gestión se generan anécdotas colectivas y sentimiento de grupo; el espíritu de efervescencia y comunión atraviesa a todas las instancias del Festival.

Como parte del trabajo de observación etnográfica, se destaca que a nivel de construcción de subjetividades y prácticas, la valoración del compromiso, la tolerancia ante la diversidad, los lazos solidarios, la amistad y el compañerismo son pilares fundamentales para que exista la unión de las fuerzas del sector. Los sujetos que circulan por estos espacios, tanto creadorxs como público, reivindican al arte y la cultura como fuerza de transformación social, espacio para la lucha y el deseo.

En este sentido, se puede afirmar que la existencia de un teatro en el barrio aporta una pulsión vital: allí las personas transitan y habitan ese espacio, hay abundancia de ideas, sueños, redes y relaciones cara a cara. En términos de Durkheim (1893), los teatros y las redes que los mismos articulan, refuerzan los lazos sociales que generan solidaridad.

BIBLIOGRAFÍA

Antoine, C. (2012). **Modelos teóricos para el desarrollo de audiencias**. Chile: U. de Santiago de Chile.

Benzecry, C. (2012). **El fanático de la ópera**. Buenos Aires: Siglo XXI editores.

Bourdieu, P. (2012) [1988] **La distinción. Criterio y bases sociales del gusto**. España: Taurus.

Durkheim, E. (1993). [1893]. **La división social del trabajo**. España: Planeta Agostini.

Cassini, S. (2018). **"Comunidades en cultura. El caso de Club Cultural Matienzo (CABA) y la red activista Fora do Eixo (Brasil)"**, en **Un mundo de sensaciones. Sensibilidades e imaginarios en producciones y consumo de la Argentina del siglo XXI**, de Ana Wortman (comp.) CABA. Argentina: Instituto de Investigaciones Gino Germani, UBA / CLACSO. http://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/se/20180419040801/Un_Mundo_de_sensaciones.pdf

Cassini, S. y Rodríguez D. **La coyuntura de los espacios de artes escénicas en Ciudad de**

Buenos Aires, en "Informe CUICA: Situación de las Industrias culturales argentinas en el período 2014/2017". <http://dha.undav.edu.ar/evento/presentamos-el-primer-informe-cuica-sobre-la-situacion-de-las-industrias-culturales-argentinas-en-el-periodo-2014-2017/>

Cassini, S., Seldes M, y Marengo, L. (2018) **PANORAMA ESCENA. Lógicas de programación y condiciones de producción en el circuito de los espacios escénicos autónomos, CABA 2015-2017**. Argentina: Publicación independiente. https://drive.google.com/file/d/1ziIF_oqC9qYnHW4vR-XrckCIPhuK8SJ6a/view?usp=drivesdk

Collins, R. (2009) **Cadenas de rituales de interacción**. Bogotá, Colombia: Antrothopos.

De Marinis, P. (2010). **La comunidad como pretexto, en torno al (re) surgimiento de las solidaridades comunitarias**. Barcelona: Anthropos.

Di Maggio, P. J., y Anheier, H. K. H. (1990). **The sociology of nonprofit organizations. Annual review of sociology**.

Dubatti, J. (2015). *“La escena teatral argentina en el siglo XXI”*, en La cultura Argentina hoy de Quevedo, Luis Alberto (comp.) Buenos Aires, Argentina: Editorial S.XXI

Grillo, Papalini, Larghi. Coordinadores. *Estudios sobre consumos culturales en la Argentina contemporánea*. Argentina: Clacso

Ibacache, J. (2015). GAM: *Un caso de programación artística de mano del desarrollo de audiencias. Conectando audiencias* [en línea]9,4-8.[Consulta:junio 2015].<http://asimetrica.org/wp-content/uploads/2015/02/Conectando-Audiencias-9-Ibacache.pdf>

Margulis, M. y Urresti M. (1998) *La construcción social de la condición de juventud*. Universidad de La Plata, Argentina. https://www.perio.unlp.edu.ar/catedras/system/files/mario_margulis_y_marcelo_urresti_-_la_construccion_social_de_la_condicion_de_juventud_urresti.pdf

Olmos y Güemes (2000) *Desarrollo de audiencias como factor para la construcción de ciudadanía*. Chile. Universidad de Santiago de

Chile. https://www.academia.edu/1826208/Modelos_teoricos_de_desarrollo_de_audiencias

Scott, W. R. (2001). Organizations: *Rational, Natural, and Open Systems* (5th Edition). New Jersey: Pearson Education International.

Toffler, A. (1980) *La Tercera Ola*. España: Plaza & Janés.

Williams, R. (2012) *Cultura y materialismo*. Buenos Aires, Argentina: La Marca Editora.

Wortman, A. (2018) *Un mundo de sensaciones. Sensibilidades e imaginarios en producciones y consumo de la Argentina del siglo XXI*. CABA. Argentina: Instituto de Investigaciones Gino Germani, UBA / CLACSO. http://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/se/20180419040801/Un_Mundo_de_sensaciones.pdf

Artículos y sitios web consultados

Carbajal, M. (2018) *Proyecto en la Legislatura por la igualdad en las áreas de trabajo del teatro porteño*. Página 12 <https://www.pagina12.com.ar/115973-por-la-paridad-en-el-teatro>

Cruz, A. (2016) *El aumento de luz pone en alerta al teatro*. La Nación. <https://www.lanacion.com.ar/1880308-el-aumento-de-luz-pone-en-alerta-al-teatro>

Cruz, A. (2016) *Apagón teatral, el aumento de las tarifas amenaza a la actividad*. La Nación. <https://www.lanacion.com.ar/1880261-apagon-teatral-el-aumento-de-las-tarifas-amenaza-a-la-actividad>

GAM. Reportes de actividades y públicos. <https://www.gam.cl/audiencias/reportes-de-actividades-y-publicos>

Moreno, G. (2019) *El 40% de las salas de teatro independiente está al borde del cierre*. En orsai. Argentina. <http://www.enorsai.com.ar/politica/25362-el-40-de-las-salas-de-teatro-independiente-esta-al-borde-del-cierre.html>

SInCA, *Sistema de información cultural de la Argentina*. Encuesta de consumos culturales / Teatro. <https://encuestadeconsumo.sinca.gob.ar/>

Teatro Solis. *Área de desarrollo de audiencias*. Uruguay. <https://www.teatrosolis.org.uy/TS/Detalles-de-la-propuesta-uc614>

Urresti, M. (2008) *Consumo cultural hoy y formación de público para el teatro independiente*. Por Sonia Jaroslavsky | Reportaje a Marcelo Urresti. Alternativa Teatral. <http://www.alternivateatral.com/nota299-consumo-cultural-hoy-y-formacion-de-publico-para-el-teatro-independiente>