



ENFOQUE  
CONSUMOS  
CULTURALES

# Mediatización de las artes escénicas

Consumos durante la cuarentena y  
perspectivas futuras

MARZO 2021





Esta investigación fue realizada con el apoyo de



PROTEATRO



Buenos Aires Ciudad

# Índice



Sobre nosotros

05

Introducción

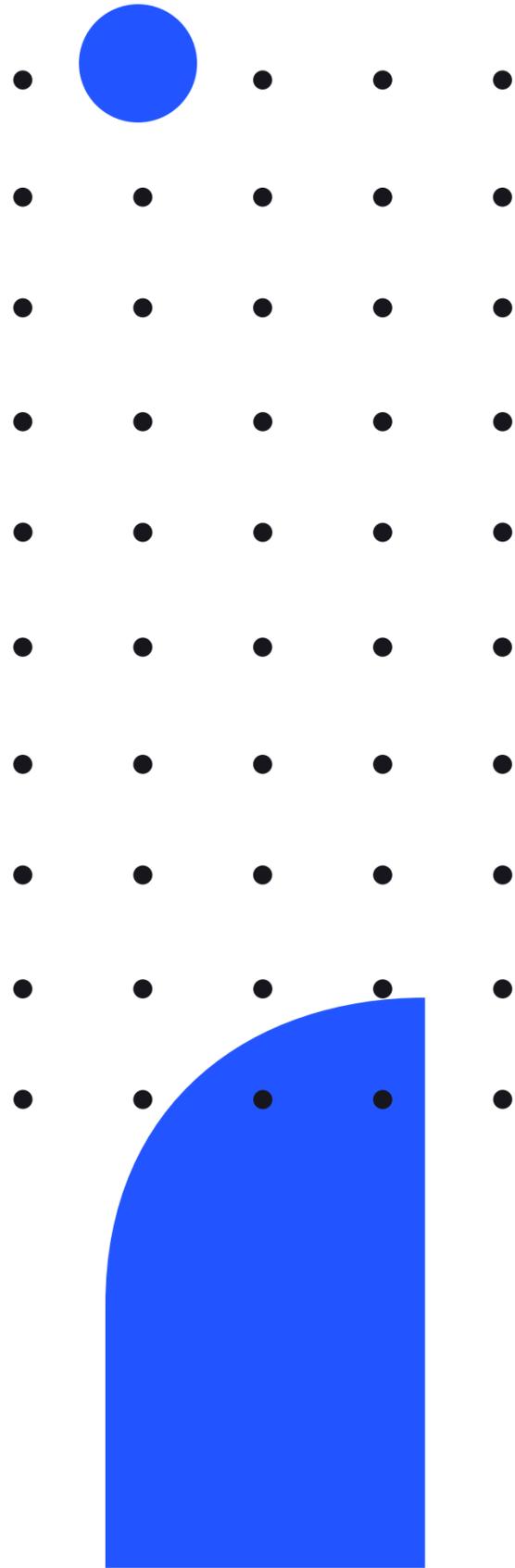
07

Contexto y antecedentes

11

Metodología

18



<b>Participación antes de la pandemia</b>	<b>22</b>
<b>Perspectivas de retorno a la presencialidad</b>	<b>32</b>
<b>Consumo de artes escénicas digitales en cuarentena</b>	<b>44</b>
<b>Evaluación de la experiencia digital y perspectivas de continuidad</b>	<b>72</b>
<b>Consideraciones finales</b>	<b>103</b>
<b>Bibliografía consultada</b>	<b>110</b>

# Sobre nosotros

## Alternativa

Alternativa nació en el año 2000 con la intención de facilitar el acceso a la información sobre artes escénicas. Fue y sigue siendo un proyecto independiente. Y siempre fue un proyecto de la comunidad escénica. Quienes actúan o dirigen, quienes escriben un texto o llevan adelante una pequeña sala, quienes producen, hacen prensa, diseñan, operan toda la técnica, piensan estrategias y gestionan públicos, y quienes van a una sala grande o pequeña a ver algo. Ellas y ellos fueron quienes adoptaron este proyecto desde su inicio, lo cuidaron, lo cuestionaron, le dieron forma, lo hicieron crecer. Alternativa es un proyecto de esta comunidad. Una comunidad real hecha de personas donde hay arte, emoción y compromiso. Una comunidad donde todo cambia todo el tiempo. Donde cada cosa puede ser de una manera. O de otra, Alternativa.

## Enfoque Consumos Culturales

Es una asociación civil sin fines de lucro constituida por un grupo interdisciplinario de profesionales con experiencia en investigación y gestión cultural. Nació en 2014 con el objetivo central de construir y difundir datos sobre consumos culturales a partir de investigaciones cuali-cuantitativas; creada con la convicción de que la investigación debe constituirse como uno de los pilares de la gestión cultural en general, así como también de la construcción y desarrollo de públicos en particular.

# Sobre nosotros

## Antecedentes

Este es el segundo proyecto desarrollado en conjunto entre Alternativa y Enfoque Consumos Culturales. En marzo de 2020 realizamos una encuesta para la investigación cuantitativa "Públicos de teatro. Perfiles y hábitos entre los espectadores de teatro independiente en la Ciudad de Buenos Aires". Ese estudio fue llevado a cabo con el apoyo del Instituto Nacional del Teatro y el informe de resultados fue publicado y difundido en junio de 2020.

Participantes del presente proyecto.

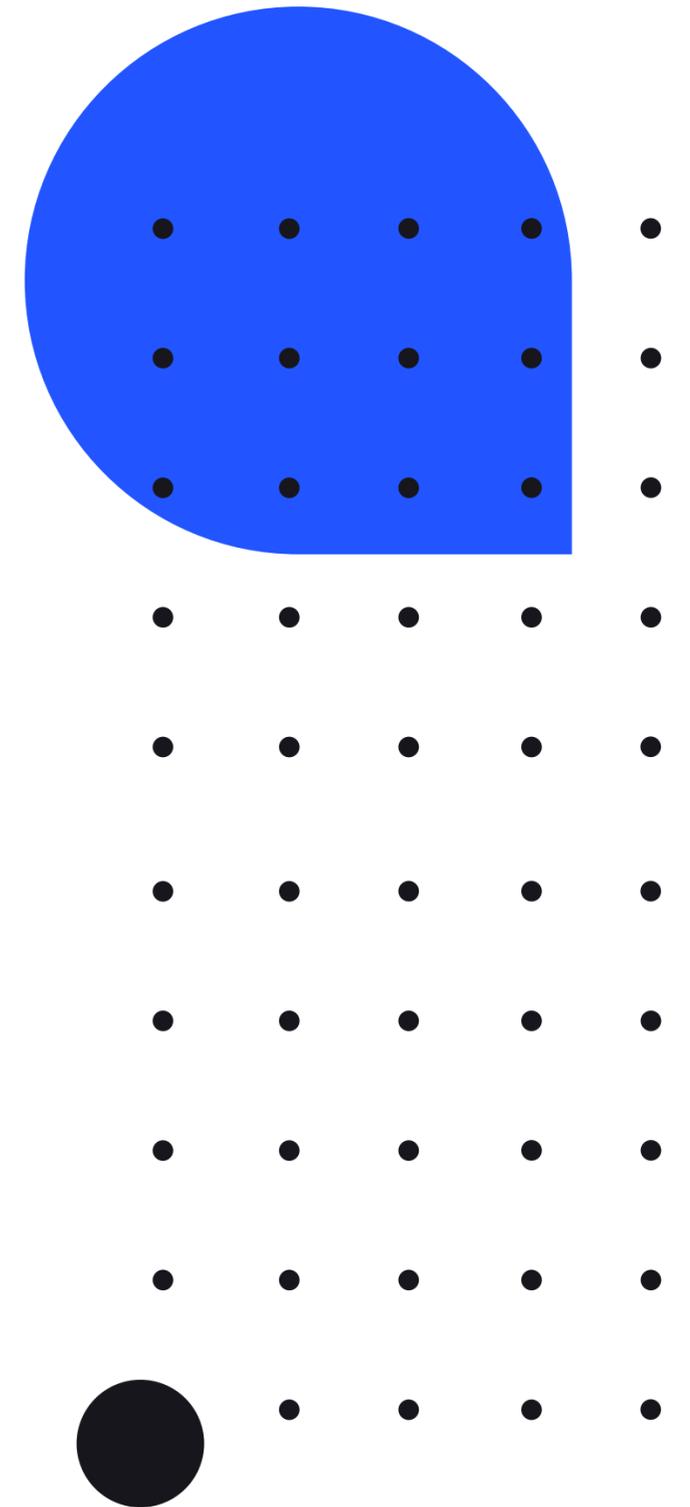
Equipo Alternativa: Javier Acuña, Mónica Berman, Fernanda Blanco, Claudia Mac Auliffe, Sol Salinas.

Equipo Enfoque Consumos Culturales: Juan Manuel Alonso, Mariana Aramburu, Carolina Cukierman, Leandro González, María Eugenia Lodi.

# Introducción

El extraordinario escenario que supuso la pandemia y el confinamiento implicó, como es sabido, transformaciones en los modos de producción y consumos culturales, estableciendo algunas continuidades con hábitos que ya se venían desarrollando y, conjuntamente, generando nuevas prácticas, sobre todo en los tipos de contenidos consumidos, en la frecuencia de uso y en las formas de compartirlos con otras personas. Sin embargo, aunque los consumos culturales hayan adquirido nuevas condiciones, la mediatización de los mismos no surge en esta coyuntura.

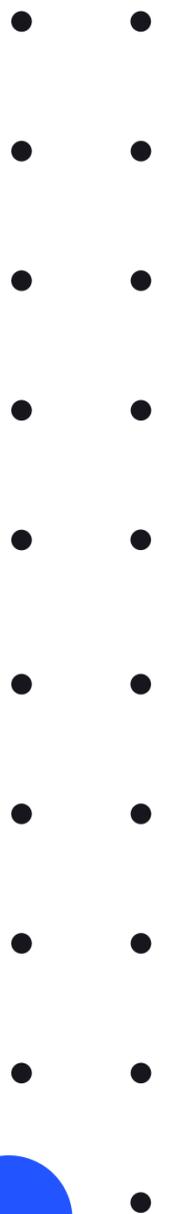
Específicamente, el vínculo entre las artes escénicas y las mediatizaciones no es novedoso, aunque el contexto pandémico -que implicó el cierre de las salas durante casi un año y la consecuente expansión de los consumos digitales- lo visibilizó y lo multiplicó de manera exponencial. En este marco, no necesitamos aclarar qué son las artes escénicas, pero sí exponer qué significa “mediatización”.



Según José Luis Fernández en *Vidas mediáticas. Entre lo masivo y lo individual* (2021), hay mediatización en "todo sistema de intercambio discursivo o de servicios con soporte tecnológico" (2021: 61), es decir, en todo intercambio que no sea cara a cara. Cualquier mediatización comprende tres elementos: dispositivos técnicos, géneros-estilos y usos sociales. Esto quiere decir que efectivamente intervienen las tecnologías (pantallas, parlantes, teclados), pero también formas culturales complejas (muchas veces referidas como "contenidos") y ciertas prácticas específicas (nuestra disposición no es la misma para ver una obra de teatro online que para ver el noticiero o compartir una selfie en el mismo dispositivo). Con lo cual, el concepto de mediatización es clave para describir y comprender las continuidades y discontinuidades entre las prácticas "tradicionales" asociadas a las artes escénicas y las prácticas "mediatizadas", como así también para dar cuenta de los procesos de hibridación entre unas y otras.

El resultado de esta investigación es una muestra cabal de cómo se entraman todas estas cuestiones. Si efectivamente podemos referirnos a "artes escénicas digitales", la discusión que la rechaza, incluso, señala su existencia. Aunque se debate en torno a las posibles denominaciones.

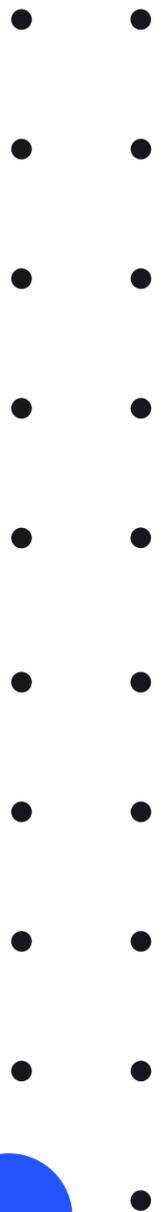
Dos líneas para pensar algo de historia vernácula: en 2004, el actor, dramaturgo y director Pablo Iglesias realizó una transmisión en vivo de la obra "Punto muerto" por internet. En aquella circunstancia Javier Acuña, creador de Alternativa, lo entrevistó y sostuvo lo siguiente: "esta experiencia brinda, por primera vez, la posibilidad de que un espectáculo teatral local pueda ser



visto en simultáneo desde cualquier lugar del mundo con acceso a la red”. Consultado por los prejuicios, Iglesias responde: “francamente me importan muy poco, los dejo correr, la opinión pública hasta ahora lo tomó como una excentricidad, hasta con cierto escepticismo”.

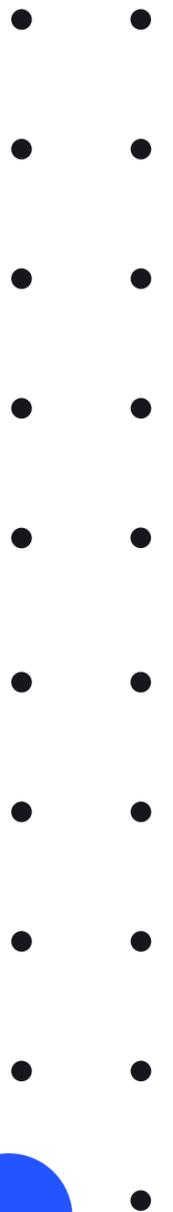
Cuando se empieza a desovillar la cuestión aparecen más experiencias: Teatre Virtual, primera producción en Barcelona en el año 2001. Nuevamente Acuña presenta una nota de una experiencia en 2005: “El teatro frente a un nuevo paradigma” afirma 15 años atrás, cuando la pandemia no era una pesadilla. Más tarde vino Tecnoescena y múltiples experiencias que eran consumidas y conocidas por un número relativamente reducido de público pero que efectivamente tuvieron lugar.

Sin embargo, el año de la pandemia transformó el imaginario colectivo. Las dos grandes respuestas fueron buscar los materiales filmados para compartirlos y proponer nuevas realizaciones con las restricciones de la coyuntura. En este segundo grupo se encuentran, a groso modo, los que reproducen los hábitos ya conocidos y los que buscan innovar trabajando con los dispositivos que tienen entre manos que, en más de un caso, constituyen lenguaje. Ahora bien, suponer que lo “escénico” sólo es obra es tener una mirada restringida de la cuestión: el acceso al fenómeno escénico incluye clases, vivos temáticos en redes sociales, experiencias performáticas, en fin, múltiples posibilidades.



Entender que el vínculo entre las mediatizaciones y las artes escénicas es previo a la pandemia es lo que permite explicar que la mitad de las personas encuestadas que vieron obras de artes escénicas digitales en 2020 no lo estuvieran haciendo por primera vez, sino repitieran la experiencia.

En este nuevo escenario, el objetivo de esta investigación fue indagar y analizar los comportamientos y percepciones de los públicos tanto respecto del consumo de artes escénicas digitales durante 2020 y las posibilidades de su continuidad, así como también en cuanto al retorno a las salas en forma presencial. Y, al mismo tiempo, aportar datos para la toma de decisiones en torno a la gestión en función de ampliar los públicos de las artes escénicas. Por eso es interesante comprender cómo se estabiliza aquello que Fernández denomina los usos y costumbres sociales en relación a los intercambios discursivos.

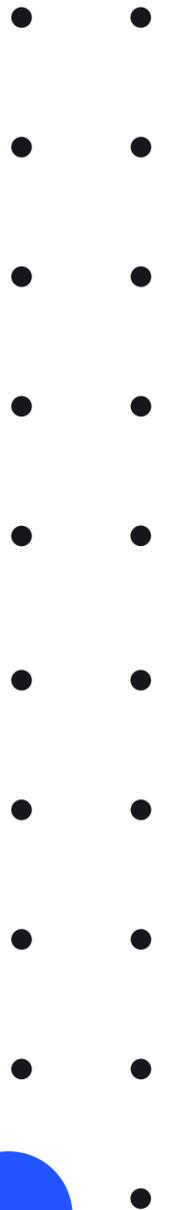


# Contexto y antecedentes

## Conectividad y dispositivos

Según los datos del Instituto Nacional de Estadística y Censos de la Argentina, a través de la Encuesta Permanente de Hogares, a fines de 2019 en nuestro país había un 83% de hogares con acceso a internet y un 61% con acceso a una computadora. Asimismo, se registraba un uso del teléfono celular del 84%.

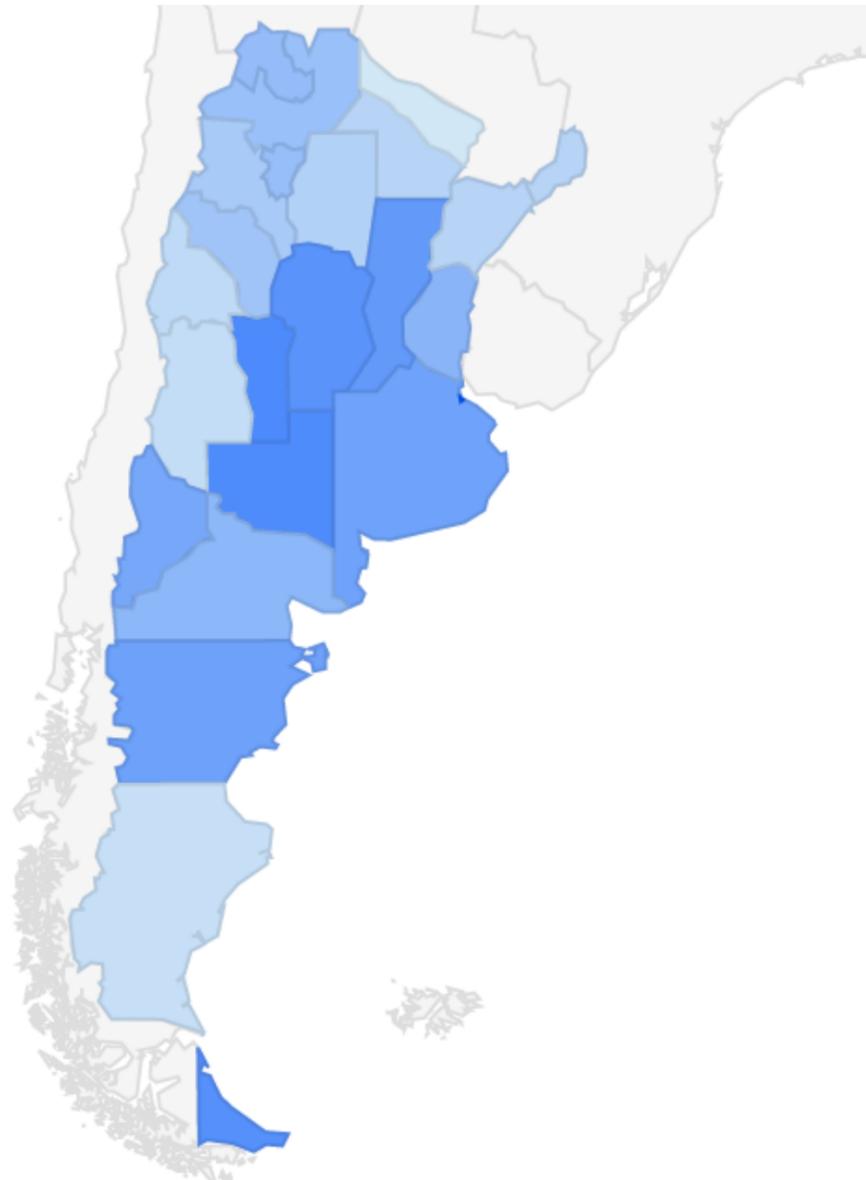
En un informe más reciente se indica que, en el tercer trimestre de 2020, se produjeron, en promedio, 7.584.503 de accesos a internet fijos, lo que significó un aumento de 1,0% respecto al tercer trimestre de 2019. En cuanto a internet móvil, se contabilizaron en promedio 30.923.669 accesos, lo que implicó una disminución de 3,1% respecto al mismo trimestre del año anterior. Estos constituyen datos generales que se diversifican en función de determinadas variables sociodemográficas. Como se observa en la página siguiente, se evidencian distinciones por provincias y rangos etarios.



## Penetración de Internet fijo

(accesos por cada 100 hogares por provincia)

Fuente: ENACOM. Diciembre 2020.



31,91  107,68

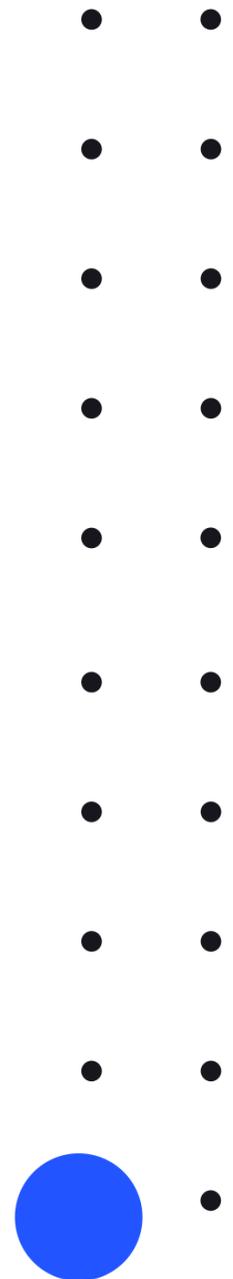
## Utilización de bienes y servicios de las TIC

Según grupo de edad

Fuente: INDEC. Encuesta Permanente de Hogares.

Total 31 aglomerados urbanos. Diciembre 2019.

	4 a 12 años	13 a 17 años	18 a 29 años	30 a 64 años	65 años y más
<b>Teléfono celular</b> 	50%	88%	96%	95%	68%
<b>Computadora</b> 	37%	56%	51%	43%	19%
<b>Internet</b> 	72%	91%	92%	85%	48%



# Experiencia en internet y redes sociales en Argentina

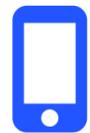
Fuente: We are social, Hootsuite. Enero 2021.

## Tiempo promedio diario dedicado



**9 H 39 M**

a utilizar Internet en cualquier dispositivo



**4 H 52 M**

a utilizar Internet en teléfonos celulares



**3H 22M**

a utilizar redes sociales

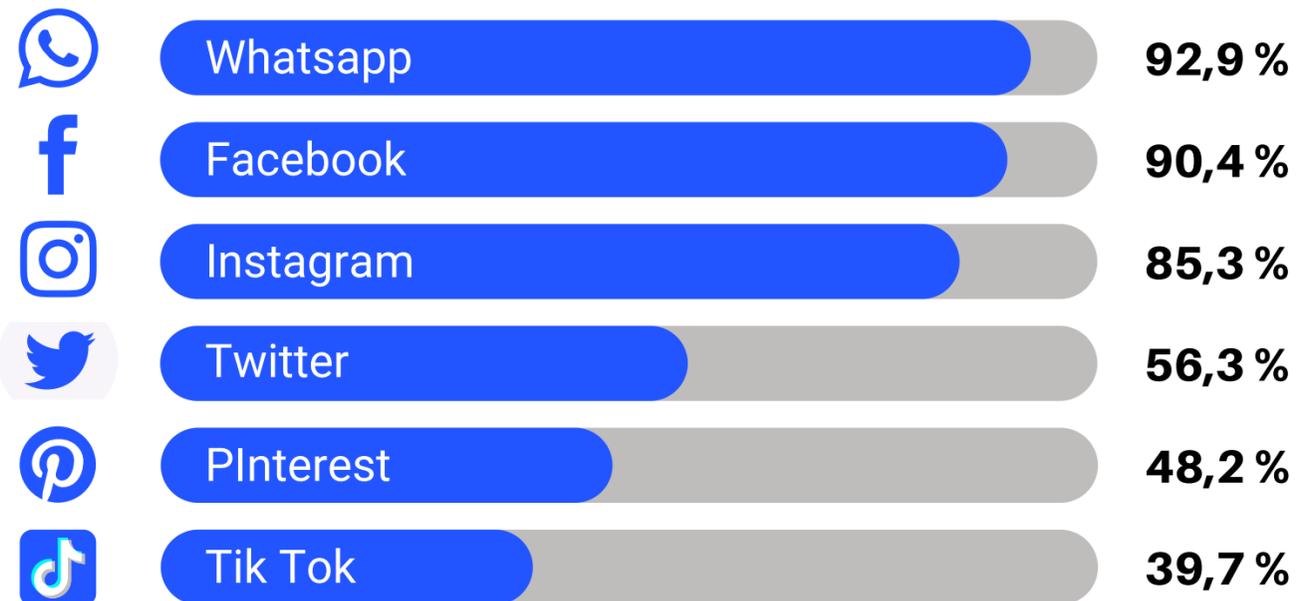


El tiempo de conexión crece año tras año: 10 a 15 minutos entre 2017 y 2019; 30 minutos entre 2019 y 2020. Durante 2020 se observa un aumento de casi una hora, consecuencia del aislamiento junto a la mediatización de actividades sociales, laborales, formación y consumo.

## Redes sociales

En Argentina, para enero de 2021, hay 36 millones de usuarios/as de redes sociales. Es decir, las redes alcanzan una penetración del 79,3% de la población. El número de usuarios/as creció en 2 millones durante 2020 (+5.9).

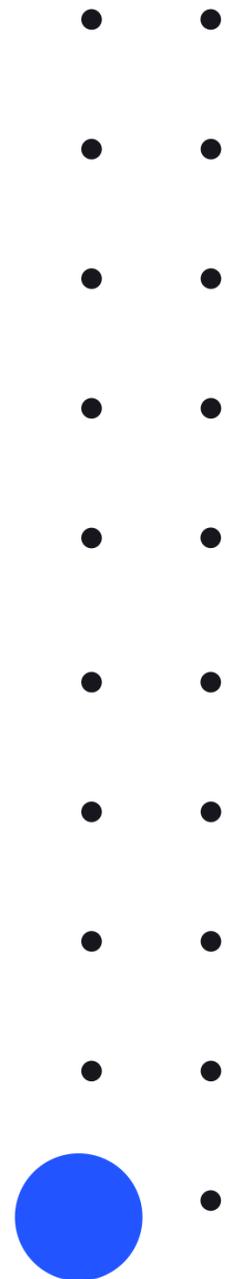
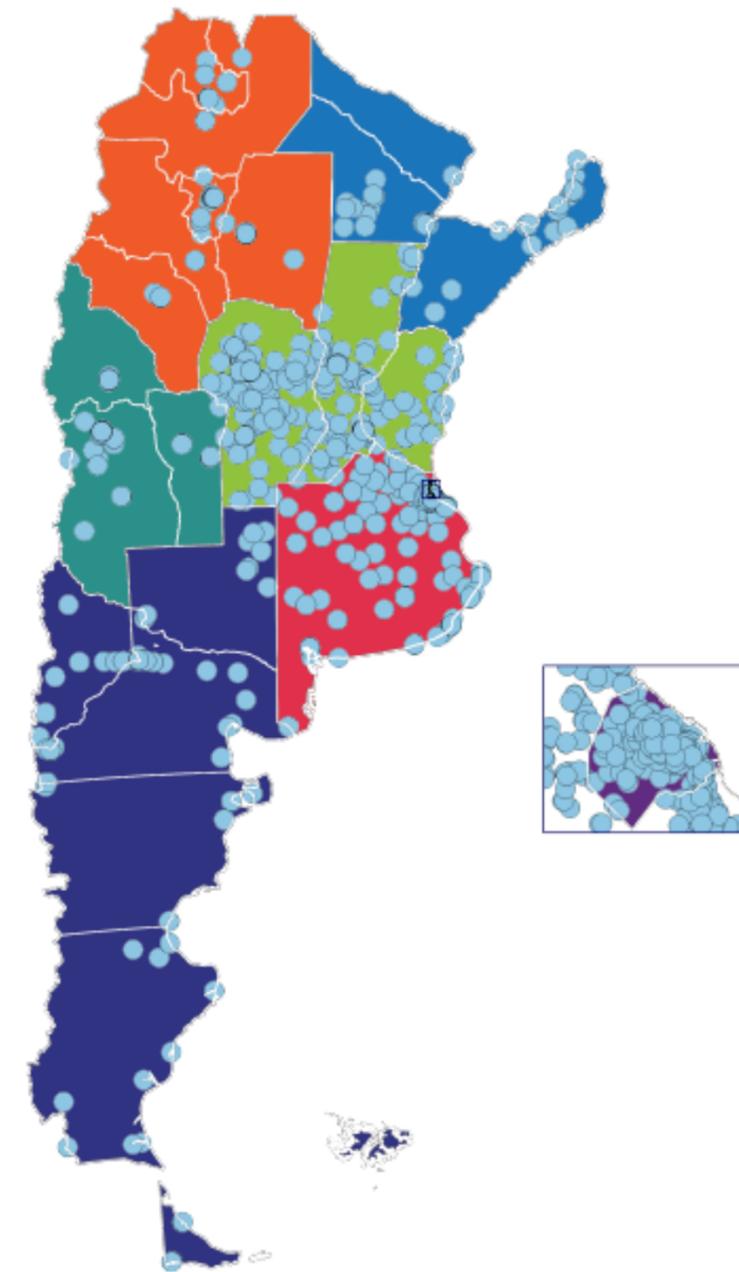
### Redes más usadas en Argentina



## Concentración de la oferta de artes escénicas

Según indica el relevamiento realizado por el Sistema de Información Cultural de la Argentina (SINCA) durante el año 2017, que forma parte del Mapa Cultural que elabora el organismo, para ese año había 1.591 salas para la exhibición de artes escénicas en Argentina. La mayoría (70%) son salas de teatro; el 23% centros culturales y el resto corresponde a centros educativos, bares artísticos y circos que incluyen espectáculos de artes escénicas en su programación (7%).

Pero más allá del número total y de las variaciones que puede haber tenido en los últimos años, nos interesa focalizar en la distribución. Como se observa en el mapa de la derecha, existe una concentración de espacios en la región centro del país, con casi las tres cuartas partes del total. La Provincia de Buenos Aires y la Ciudad de Buenos Aires concentran el 50% de los espacios; Córdoba el 13% y Santa Fe, el 10%.

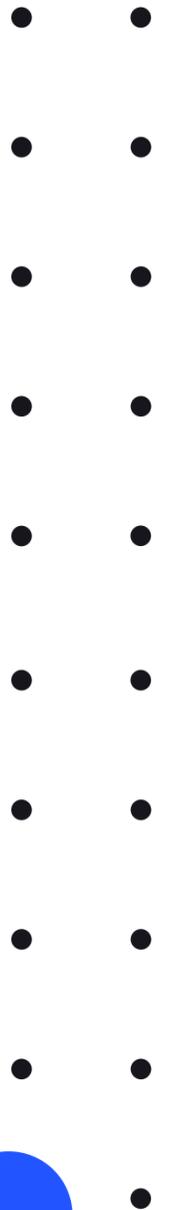


# Estudios de consumos culturales en confinamiento

Las nuevas condiciones de consumo cultural que se generaron como consecuencia de la pandemia y el aislamiento habilitaron el desarrollo de estudios sobre esta nueva problemática.

La **Unidad de Programación y Públicos del Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio de Chile** elaboró el documento “Estudios de públicos en confinamiento” a partir del seguimiento de distintas fuentes y artículos publicados entre abril y junio de 2020. El informe reúne resultados de estudios realizados en Australia, Canadá, Estados Unidos y Gran Bretaña y realiza una síntesis de los principales puntos en los que coinciden:

- El regreso de los públicos a los espacios culturales estará condicionado por el desarrollo de una vacuna para prevenir el contagio de Covid19.
- Tras el levantamiento de la emergencia sanitaria y la reapertura de espacios, un porcentaje que oscila entre 14 y 22% de la población encuestada está dispuesta a volver a los espacios culturales. Se destaca en este punto que se trata de públicos fidelizados.
- El retorno progresivo se concentrará primero en espacios abiertos y museos, y luego en salas o recintos cerrados.



- El regreso de la mayoría de los espectadores a los espacios culturales con aforo cerrado ocurrirá después de seis meses de la reapertura.
- La aplicación visible de protocolos se transformará en un factor clave para construir la confianza.

La Unidad de Programación y Públicos del Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio de Chile también desarrolló la investigación “Consulta online públicos y Covid19” mediante una encuesta a la población chilena entre agosto y octubre de 2020. Entre el importante volumen de datos del informe, destacamos la conclusión de que, cuanto más fidelizado estaba el público antes de la pandemia, se intensifica el nivel y la frecuencia en el que ha accedido a los contenidos culturales digitales durante la cuarentena.

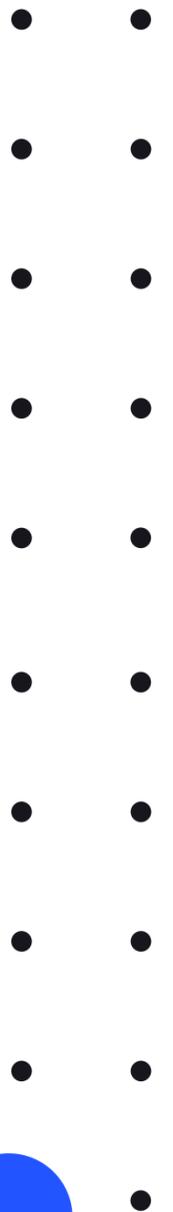
Respecto del retorno a los espacios culturales, el 27% asistirá inmediatamente una vez que se produzca la reapertura de los mismos y un 38% esperará entre uno y seis meses. Aquí también se concluye que, a mayor nivel de fidelización del público antes de la pandemia, se incrementa el porcentaje de quienes declaran que asistirán inmediatamente. También se da una predisposición superior en el grupo de 25 a 34 años.



En Argentina, la organización cultural **ESCENA, Espacios Escénicos Autónomos**, desarrolló la investigación “Públicos, audiencias y comunidades escénicas en contexto de Covid19” con el fin de “aportar datos para posibles estrategias post pandemia que puedan ser implementadas en los momentos de incertidumbre de la producción cultural”. Se realizó una encuesta interna a las salas que componen ESCENA y una consulta a públicos y audiencias a partir de un relevamiento entre personas asiduas a la cultura independiente de la Ciudad de Buenos Aires. La investigación también incluyó un trabajo cualitativo con grupos focales, tanto con personas que asisten asiduamente a ver artes escénicas como con quienes concurren de forma esporádica.

El informe indica que el 50% de los espacios escénicos consultados realizaron funciones artístico/culturales durante la pandemia y que transmitieron funciones principalmente a través de Instagram, Youtube y Zoom. Asimismo, el 71% de las obras fueron creadas específicamente para este contexto.

En cuanto a los públicos, el 70% de los/as encuestados/as accedió, en tiempos de Covid19, a contenidos de artes escénicas. Lo hicieron principalmente a través de la computadora, seguida del teléfono celular y el televisor. Y ante la consulta sobre las ganas de retornar a la presencialidad, el 53% manifestó querer volver inmediatamente, y el 37% que tiene bastantes ganas de regresar a las salas. En este punto, los comentarios abiertos de los públicos subrayan la necesidad de los recaudos sanitarios para ese retorno.



# Metodología

## Módulo cuantitativo

Encuesta online con un cuestionario estructurado a la población bajo estudio: individuos suscriptos en la base de Alternativa que hayan asistido a obras de artes escénicas en forma presencial en los últimos años antes de la pandemia y/o hayan visto obras de artes escénicas digitales durante la cuarentena.

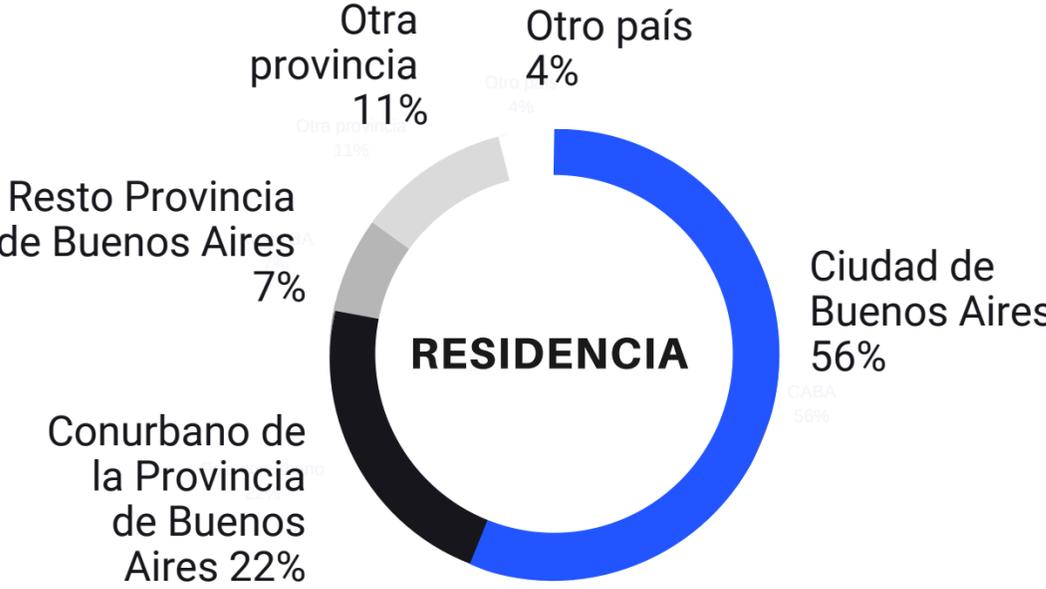
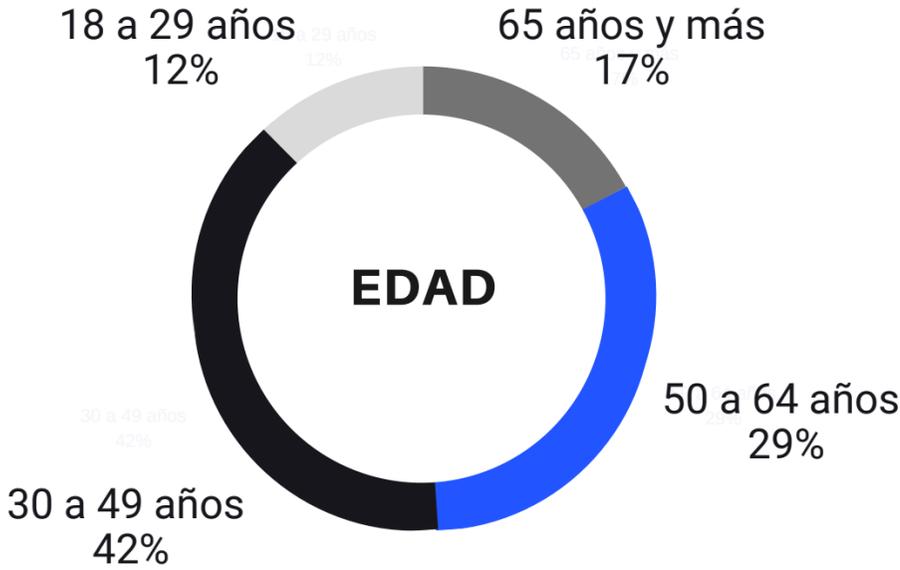
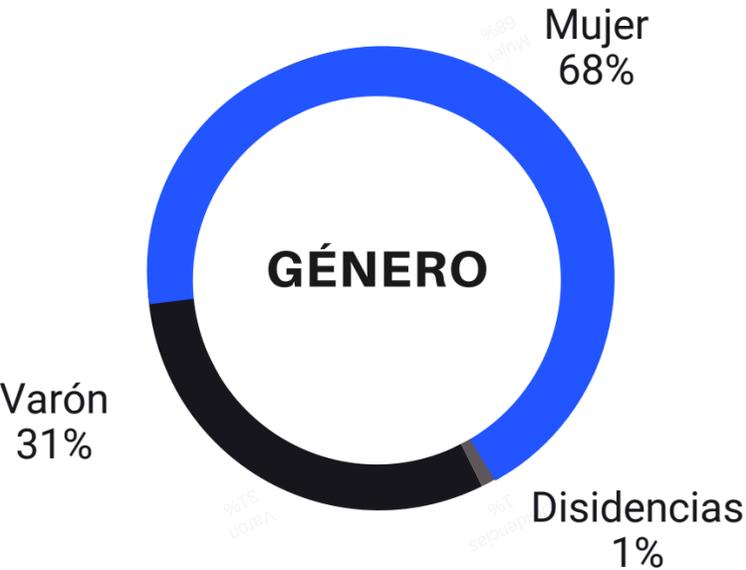
El cuestionario incluyó preguntas de respuesta simple, donde se debía seleccionar una sola opción, y preguntas de respuesta múltiple, donde se podía elegir más de una opción. Por lo cual, en este último caso, los resultados pueden sumar más de un 100%, dado que la base para calcular dicho porcentaje es en función de la cantidad de encuestados (tamaño de la muestra).

El cuestionario incluyó la aclaración: consideramos artes escénicas a disciplinas como teatro, danza, circo, títeres y otras experiencias performáticas y artes escénicas digitales a obras de esas disciplinas disponibles y accesibles a través de cualquier plataforma en Internet.

Muestra no probabilística: 3039 casos. Trabajo de campo: 29/12/20 al 15/01/21.

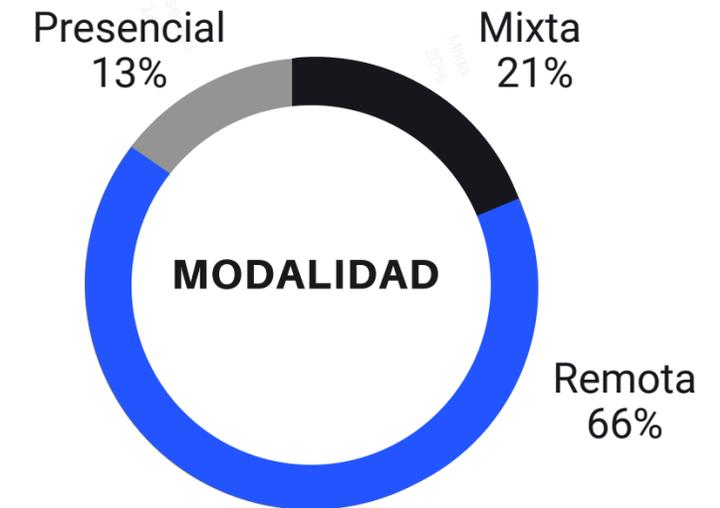
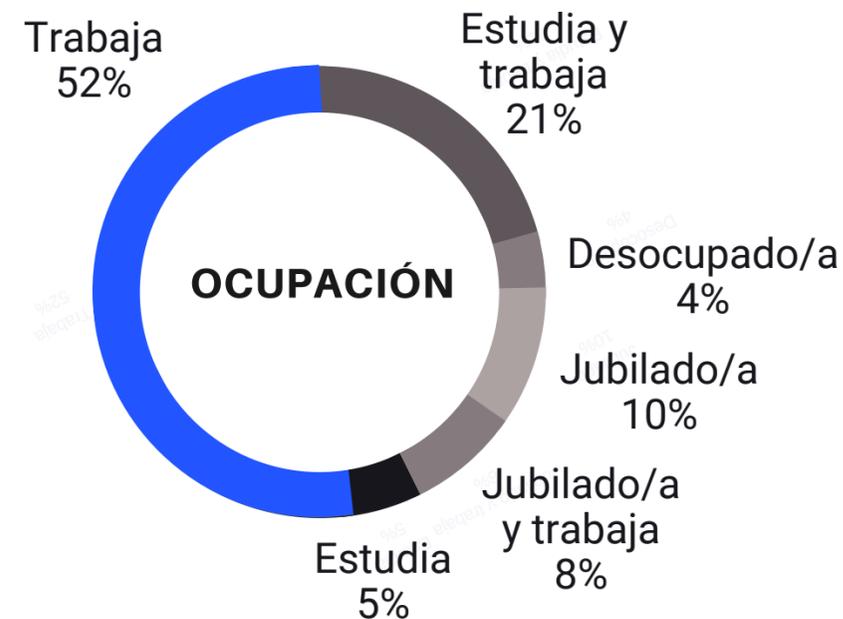


# Composición de la muestra para la encuesta



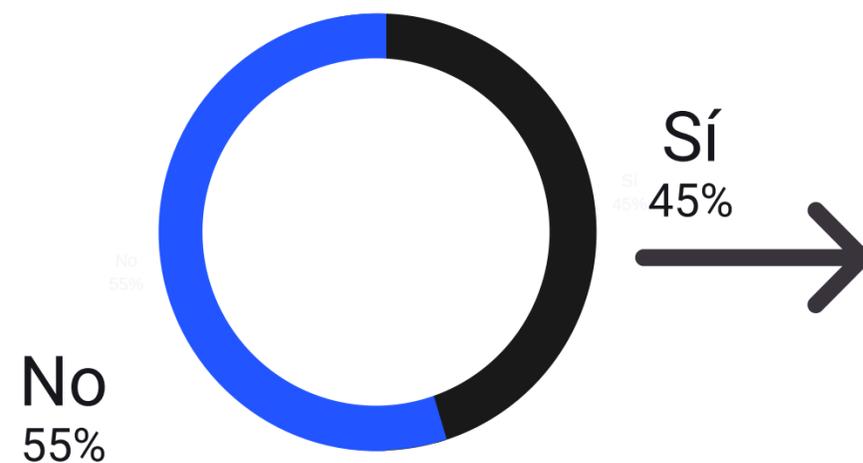
# Composición de la muestra para la encuesta

Durante la cuarentena, ¿cómo fue principalmente tu forma de trabajo?



Base: los que trabajan 2420 casos

¿Estás relacionado/a profesional o vocacionalmente con las artes escénicas?



¿Qué relación profesional o vocacional tenés con las artes escénicas?  
Respuesta múltiple.

Actor/actriz	50%	Periodista/crítico/a	6%
Estudiante de artes escénicas	24%	Asistente de dirección	6%
Docente de artes escénicas	18%	Prensa / comunicador/a	4%
Director	18%	/ community manager	
Productor/a - Gestor/a cultural	18%	Gestor/a de sala teatral	3%
Dramaturgo/a	14%	Escenógrafo/a	3%
Músico/a	13%	Fotógrafo/a	3%
Bailarín/a	11%	Iluminador/a	3%
Investigador/a	11%	Maquillador/a	2%
		Vestuarista	2%

# Metodología

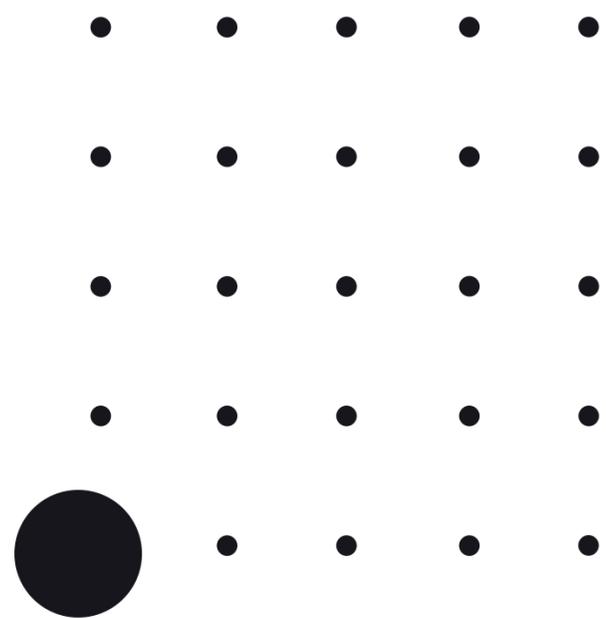
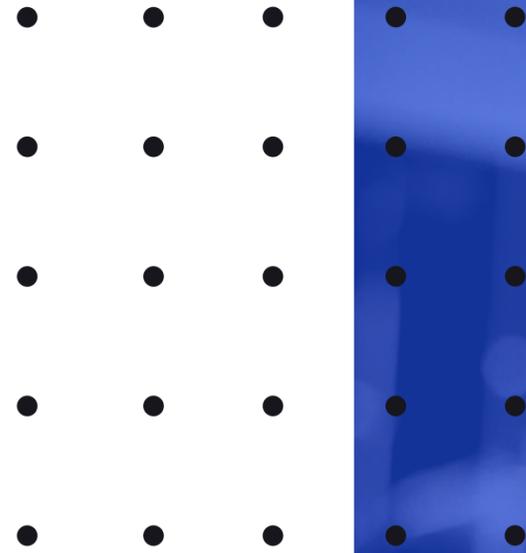
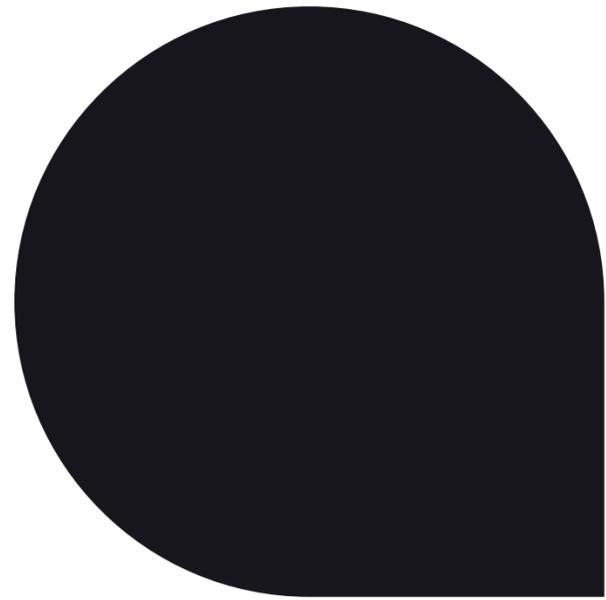
## Módulo cualitativo

La netnografía es un método mixto que combina métodos clásicos de la etnografía, como la observación participante y la descripción detallada de los procesos socioculturales, con métodos específicos del medio digital (cualitativos y/o cuantitativos).

En este trabajo, el campo digital se compone de los perfiles de Alternativa en las redes sociales de Facebook, Instagram, Twitter y en el el sitio web <http://www.alternivateatral.com/>.

En el caso de las redes sociales, se indagaron los posteos realizados por Alternativa y los comentarios de los usuarios, dentro de una ventana temporal Marzo - Diciembre 2020. En el sitio web, se analizaron los comentarios del público sobre obras programadas en 2020. El proceso de trabajo implica la escucha activa de las conversaciones para la detección de tópicos y la evolución de las percepciones del público sobre las artes escénicas mediatizadas.





# Participación presencial antes de la pandemia

## Participación presencial antes de la pandemia

### Frecuencia de consumo y experiencia

Entre las personas consultadas que asistían a obras de artes escénicas en los últimos años antes de la pandemia (97% del total de la muestra), el 57% indica un consumo intensivo (de una vez al mes o más).

La participación esporádica (17%, una vez cada seis meses o una vez al año) se justifica, mayormente, por dificultades económicas, seguida de la falta de costumbre y por un interés mayor en otras propuestas culturales. 7 de cada 10 encuestados/as tienen una experiencia consolidada como públicos de artes escénicas, ya que participan hace 15 años o más.

### Participación y residencia

La asistencia a salas de artes escénicas se da principalmente en la propia ciudad de residencia (60%), especialmente entre habitantes de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y entre mayores de 65 años. No obstante, un 32% concurre tanto en su localidad como fuera de ella, y un 8% exclusivamente fuera de su zona de residencia, con proporciones superiores entre quienes habitan en el Conurbano de la Provincia de Buenos Aires.

# Participación presencial antes de la pandemia

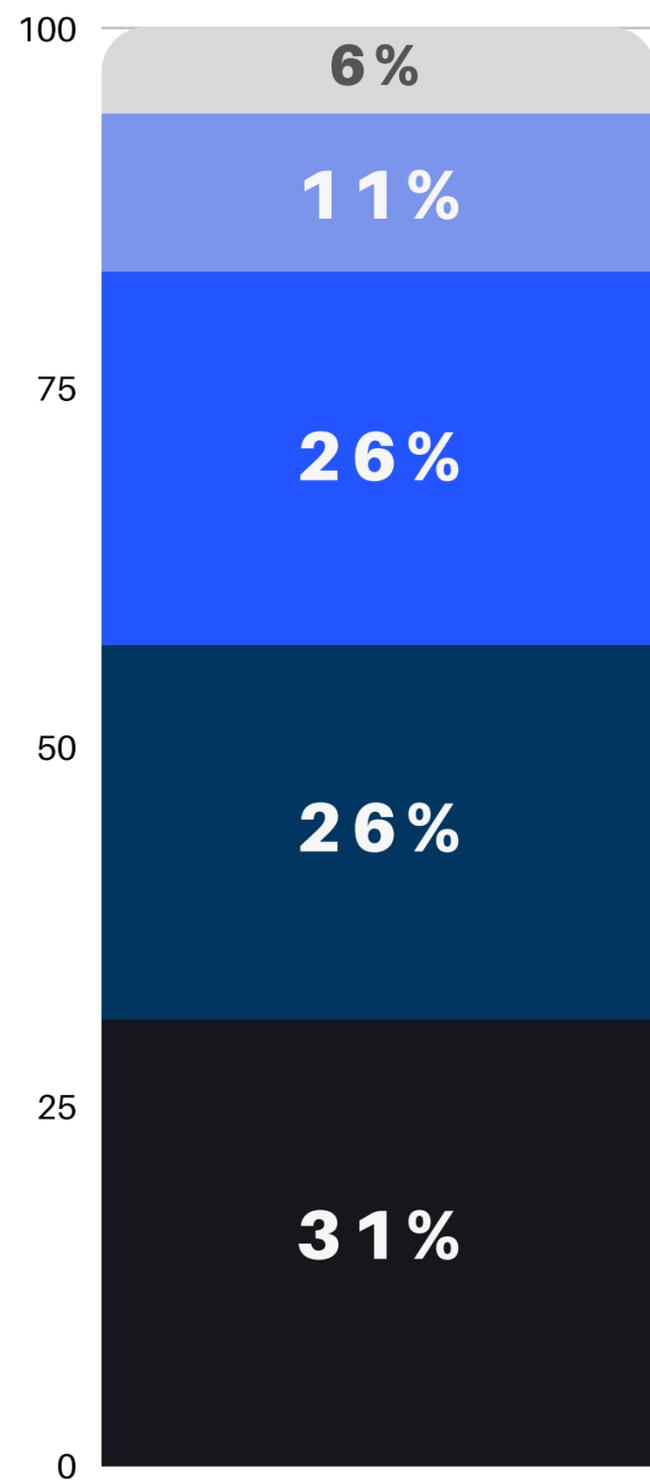
## Sentimientos y sensaciones

La nostalgia aparece como la sensación más mencionada (63%) como consecuencia de no poder asistir en forma presencial a salas de artes escénicas debido al aislamiento social preventivo y obligatorio. Este sentimiento tiene proporciones superiores entre las personas mayores de 50 años. En cambio, los públicos jóvenes tienden a mencionar más la angustia.

Los hábitos de participación tienen también incidencia: las sensaciones de angustia, ansiedad y bronca/enojo reciben más menciones entre los/as participantes más intensivos y comprometidos como espectadores/as de artes escénicas.

# En los últimos años, antes de la pandemia, ¿con qué frecuencia asististe a salas de artes escénicas?

Base: quienes asistieron en forma presencial en los últimos años antes de la pandemia: 2948 casos.



# ¿Por qué no asististe con mayor frecuencia a salas de artes escénicas en los últimos años, antes de la pandemia?

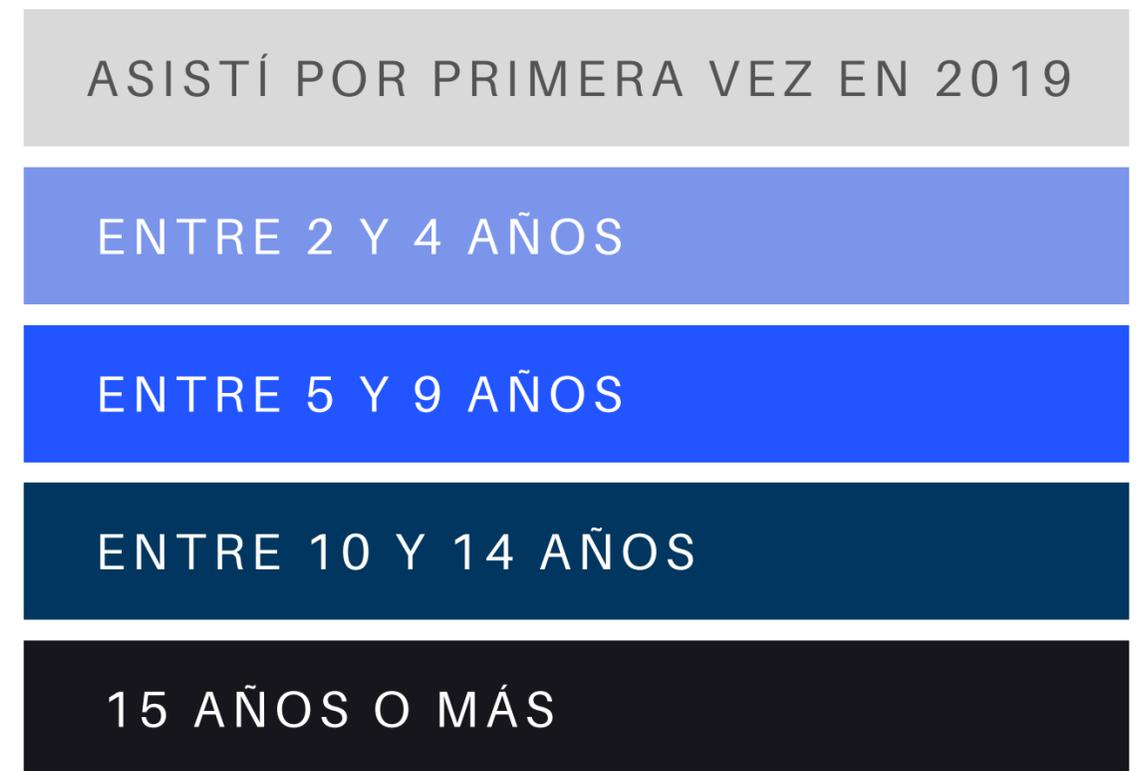
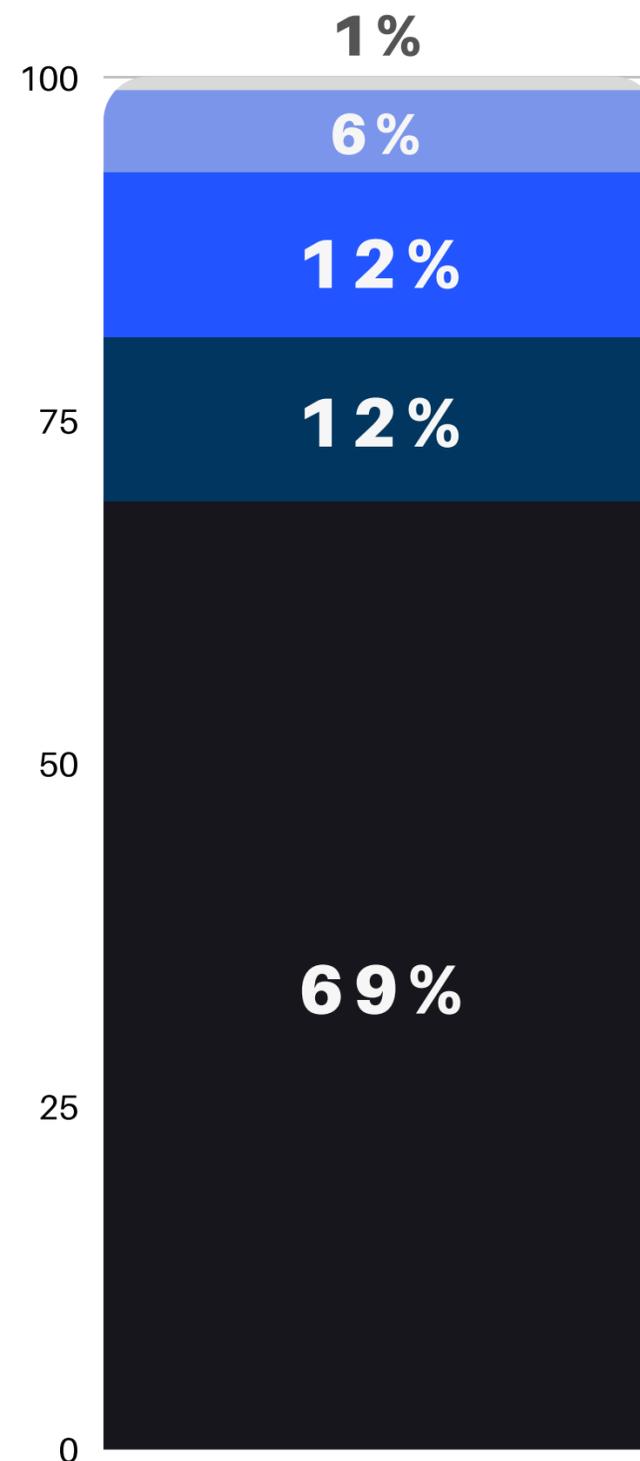
Respuesta múltiple

Base: asistentes esporádicos: 500 casos.



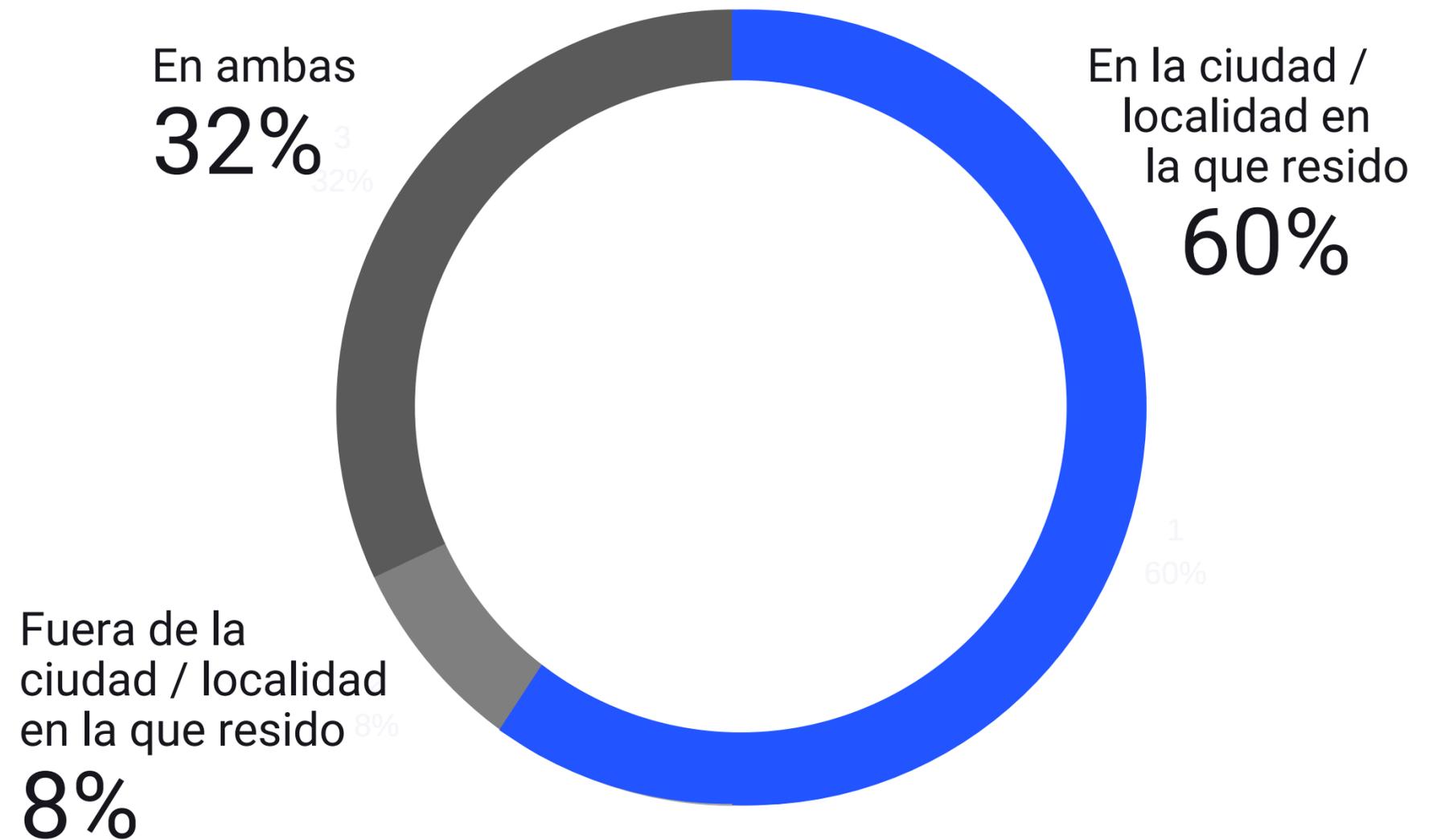
# Aproximadamente ¿hace cuántos años que asistís a obras de artes escénicas?

Base: quienes asistieron en forma presencial en los últimos años antes de la pandemia: 2948 casos.



# En los últimos años, antes de la pandemia, ¿dónde asististe a salas de artes escénicas?

Base: quienes asistieron en forma presencial en los últimos años antes de la pandemia: 2948 casos.



Se advierten aquí algunas tendencias según el lugar de residencia y los rangos etarios.

## En los últimos años, antes de la pandemia, ¿dónde asististe a salas de artes escénicas?

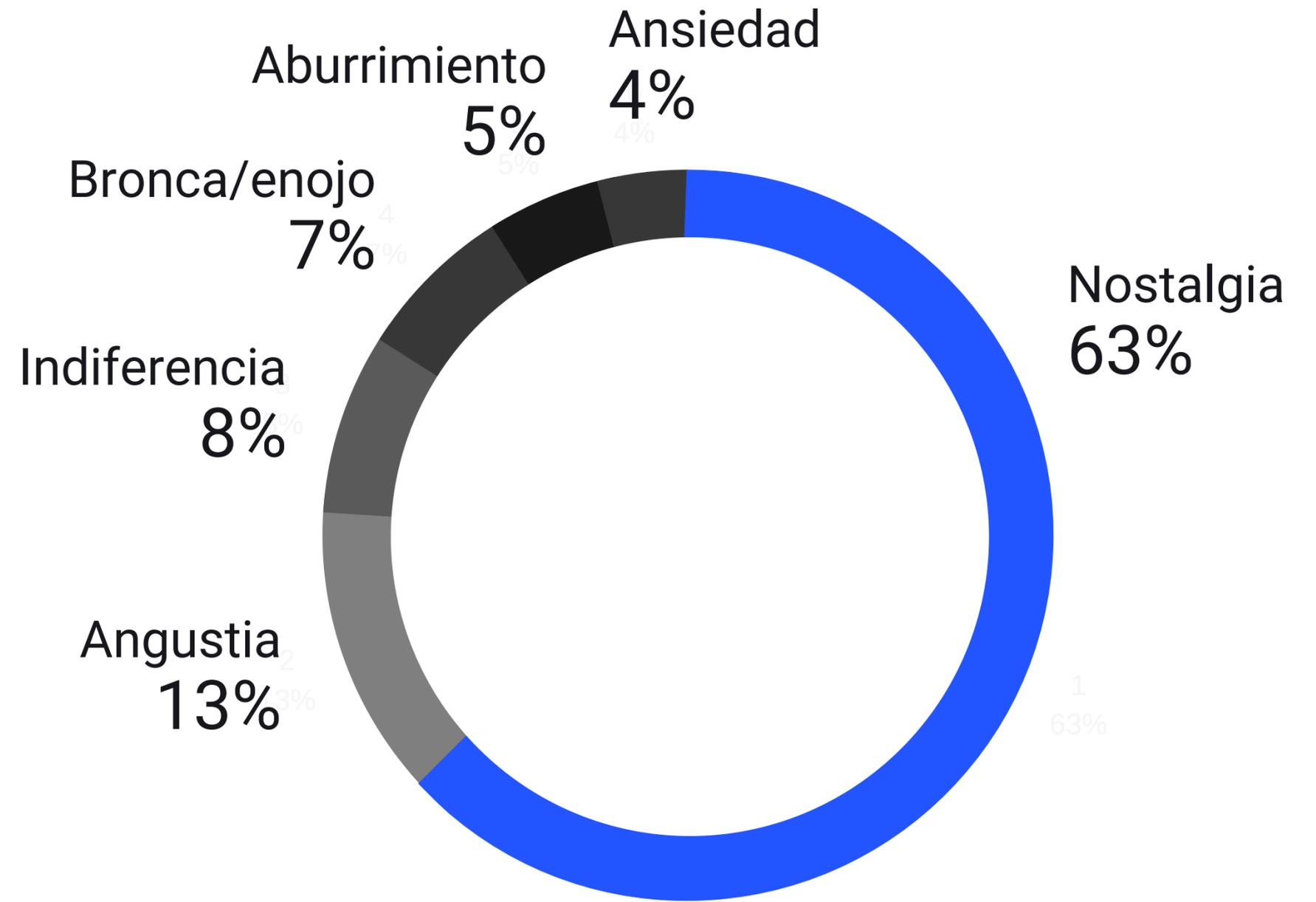
### Por lugar de residencia

	CABA	Conurbano Pcia. Bs As.	Resto Pcia. Bs. As.	Otras provincias
En la ciudad / localidad en la que resido	<b>83%</b>	27%	29%	34%
Fuera de la ciudad / localidad en la que resido	1%	<b>23%</b>	12%	11%
En ambas	16%	<b>50%</b>	<b>59%</b>	<b>55%</b>

La permanencia en la propia ciudad de residencia para concurrir a salas de artes escénicas registra porcentajes superiores también entre las personas consultadas **mayores de 65 años**, con el 71%.

# ¿Cuál fue tu sensación más recurrente por no haber podido asistir a salas de artes escénicas durante la cuarentena?

Base: quienes asistieron en forma presencial en los últimos años antes de la pandemia: 2948 casos.



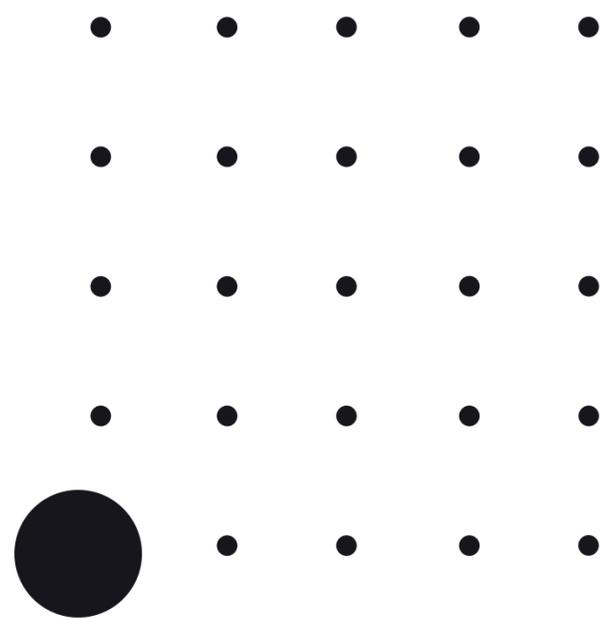
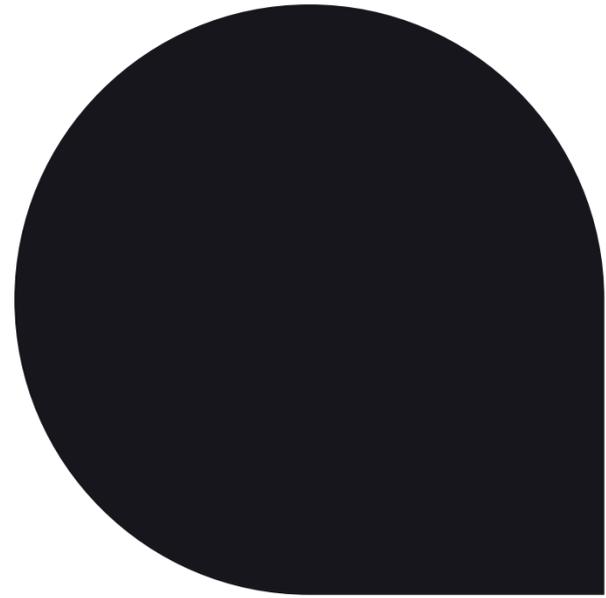
En otras respuestas aparecen sensaciones diferentes, tales como aceptación, adaptación, resignación, tristeza, decepción, desaliento, frustración, impotencia, preocupación.



La **angustia** aparece con mayores proporciones entre los públicos más jóvenes: 19% en el rango de **18 a 29** años. A la inversa, la **nostalgia** crece con la edad de los/as encuestados/as: 65% entre las personas de 50 a 64 años y 71% entre los mayores de 65.

Las sensaciones de **angustia**, **ansiedad** y **bronca/enojo** muestran porcentajes superiores entre espectadores/as con una **participación más activa** como públicos de artes escénicas: quienes tienen vínculo profesional o vocacional con las artes escénicas y asistentes intensivos presenciales prepandemia.





# Perspectivas de retorno a la presencialidad

## Perspectivas de retorno a la presencialidad

### Participación reciente ante las reaperturas

Para el 15 de enero de 2021, fecha de finalización de la encuesta, y con una oferta reducida, el 15% de las personas consultadas había asistido a una sala, sobre todo entre los públicos más implicados. El 60% afirmó haberse sentido muy seguro y el 18% seguro en términos sanitarios.

### Perspectivas de participación futura

Entre quienes aún no asistieron, un 24% piensa hacerlo en cuanto encuentre programada una propuesta de su interés, con una mayor propensión entre jóvenes y residentes fuera de la Ciudad de Buenos Aires y del Conurbano de la Provincia de Buenos Aires. Esta predisposición tiende a ser superior también entre los espectadores/as de participación presencial intensiva antes de la pandemia.

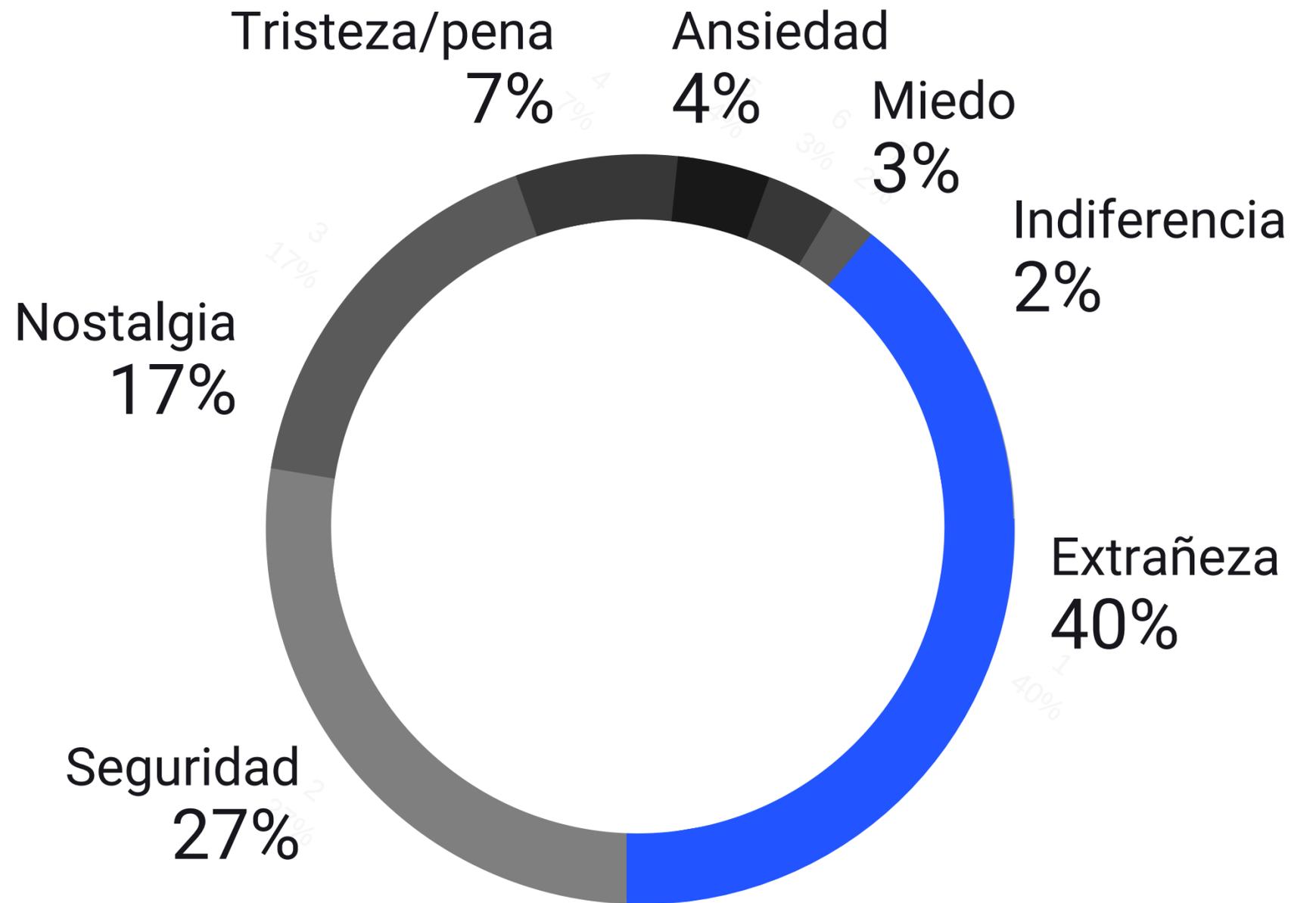
En otro extremo, el resto espera contar una seguridad sanitaria mayor para el retorno a las salas, con énfasis en los rangos etarios superiores, sobre todo quienes volverán cuando tengan la vacuna aplicada (24%) y aquellos/as que esperarán a que la tasa de Covid se reduzca al mínimo (24%).

Al ver las siguientes imágenes de salas, ¿cuál es la sensación principal que te generan?



# Al ver las siguientes imágenes de salas, ¿cuál es la sensación principal que te generan?

Base: quienes asistieron en forma presencial en los últimos años antes de la pandemia: 2948 casos.

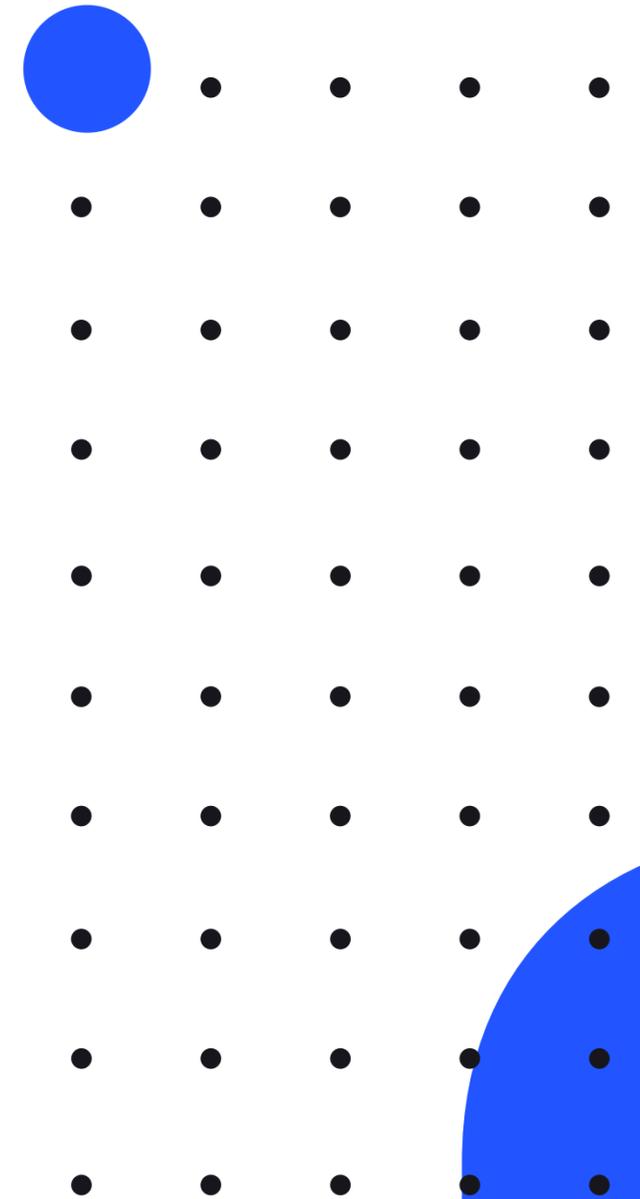


En otras respuestas, entre las sensaciones negativas se mencionan decepción, desazón, desconfianza, desolación, ridiculez, espanto, frialdad, exageración, inseguridad, irresponsabilidad, paranoia, rechazo, soledad, entre otras. Pero también parecen algunas más positivas, tales como adaptación, comodidad, confianza, esperanza, oportunidad, paciencia, resiliencia, responsabilidad, tranquilidad.



La sensación de **extrañeza** tiende a ser mayor en los rangos etarios de 18 a 29 y 30 a 49. También entre los públicos más **jóvenes**, hasta 29 años, la **ansiedad** aparece con porcentajes algo superiores en comparación con los demás rangos. En cambio, entre los **mayores** hay un énfasis en la **seguridad**: 34% entre quienes tienen más de 65 años la mencionaron.

En lo referido a los hábitos de participación, la sensación de **seguridad** es más mencionada por quienes no tienen una relación profesional o vocacional con las artes escénicas y, también, con una tendencia entre asistentes **esporádicos** antes de la pandemia. En cambio, entre los/as participantes **intensivos** presenciales prepandemia, hay un hincapié mayor en la **nostalgia** al ver las imágenes.

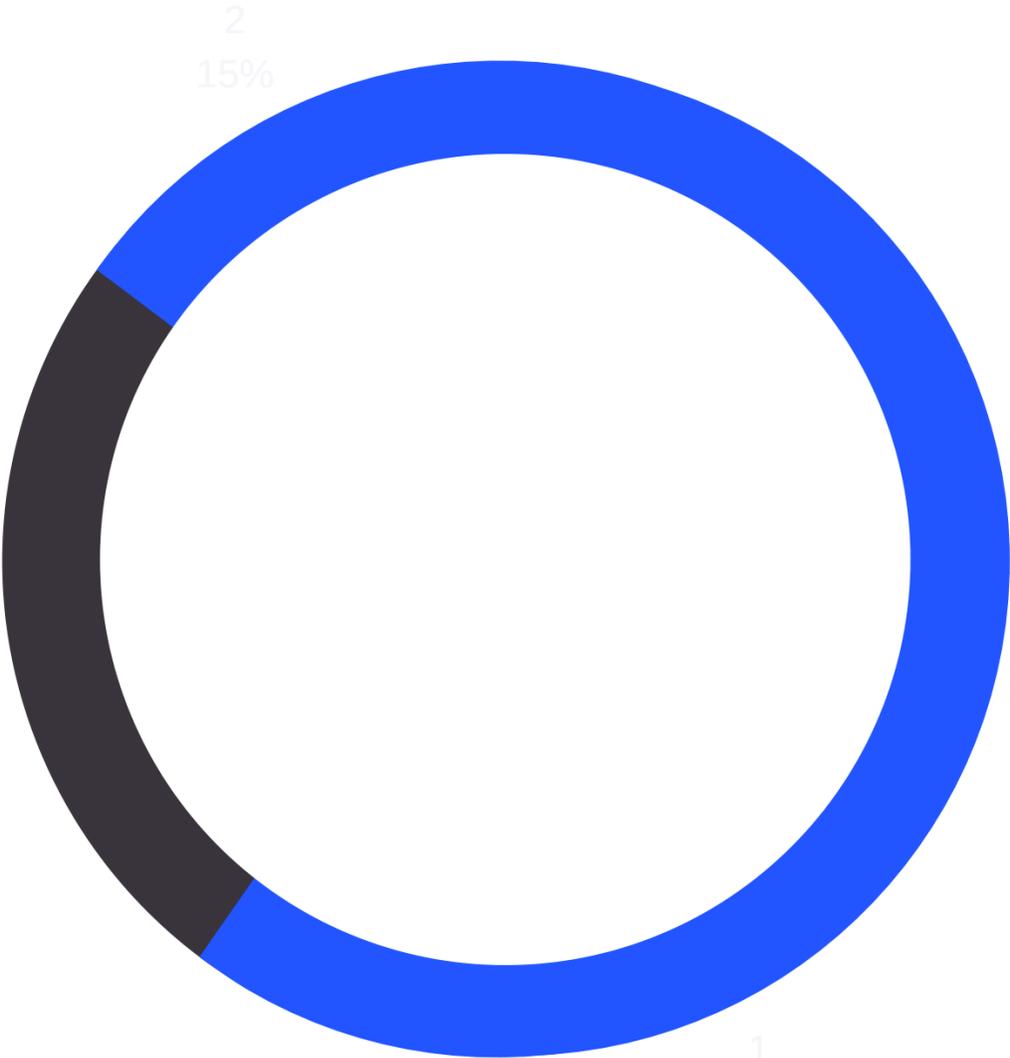


# Ante la reciente reapertura de algunas salas de artes escénicas ¿asististe a ver alguna obra en forma presencial?

Base: quienes asistieron en forma presencial en los últimos años antes de la pandemia: 2948 casos.



Sí  
15%



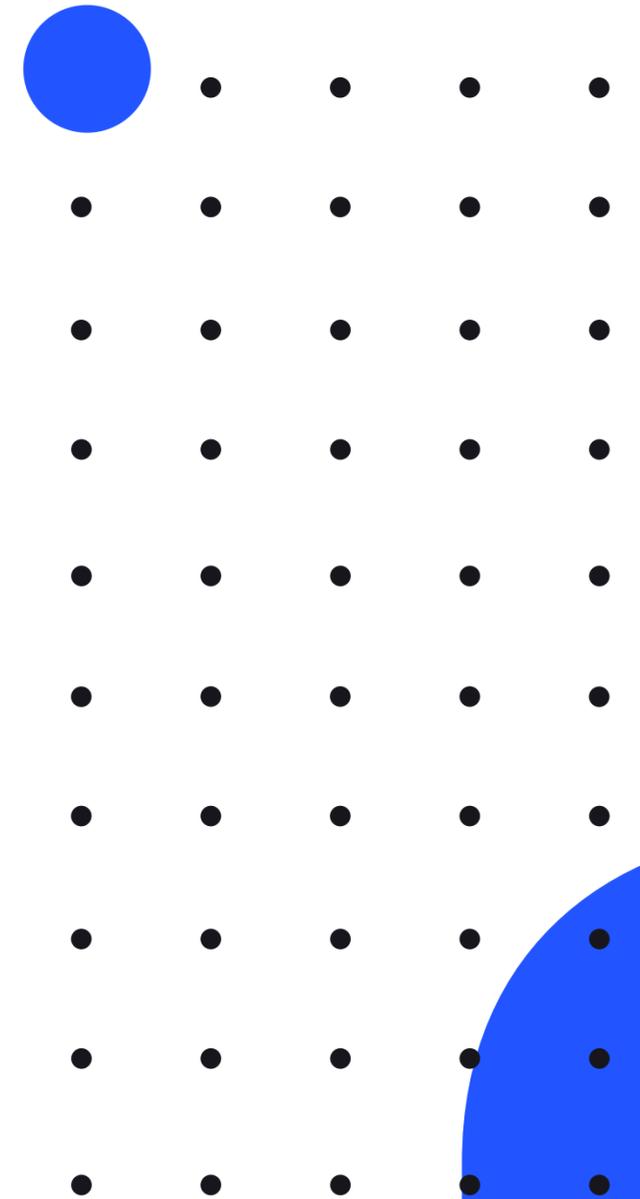
No  
85%





La **asistencia reciente** es superior entre las personas relacionadas profesional o vocacionalmente con las artes escénicas (20% frente al 9% de quienes no tienen ese vínculo). También entre quienes tenían una participación **intensiva** antes de la pandemia.

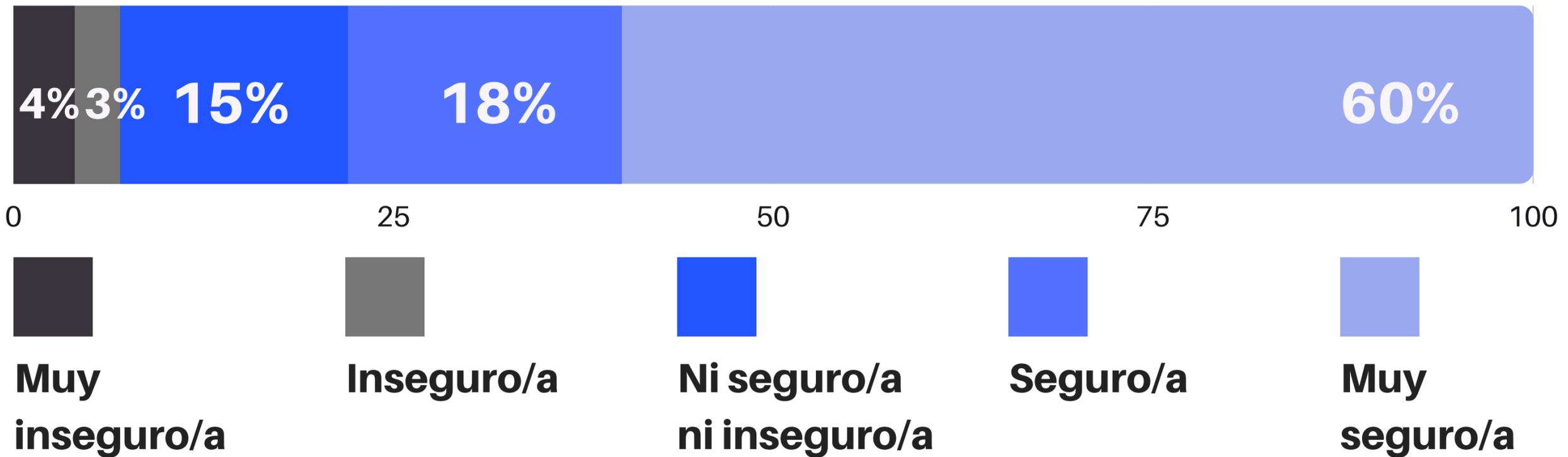
La concurrencia revela además proporciones algo mayores entre los públicos que sintieron **bronca/enojo**, **angustia** y **ansiedad** por el cierre de las salas.





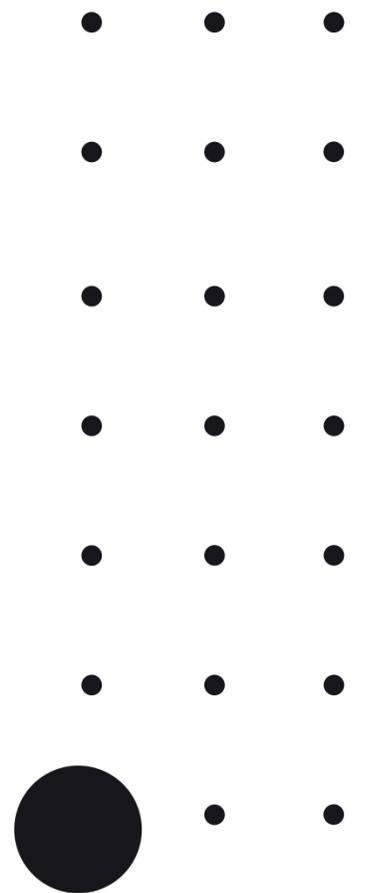
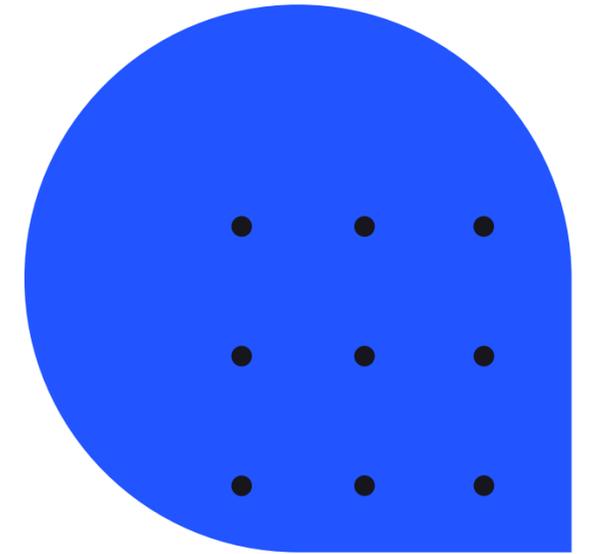
## QUIENES YA ASISTIERON

¿Qué tan seguro/a te sentiste en términos sanitarios?



(Escala de 1 a 5: 1=muy inseguro/a, 5=muy seguro/a). Pregunta codificada.

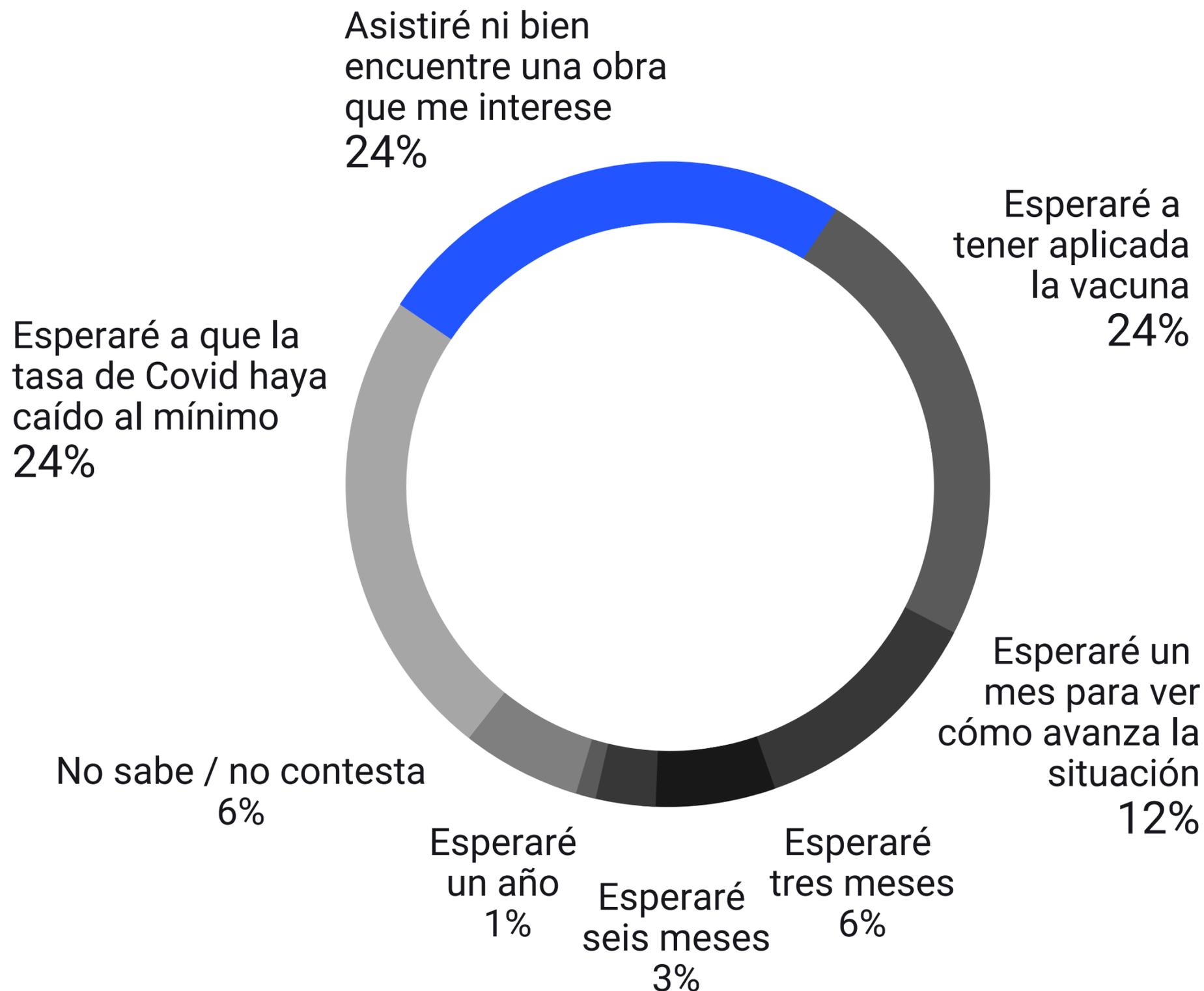
Base: quienes asistieron en forma presencial recientemente: 399 casos.



# QUIENES AÚN NO ASISTIERON

## ¿Cuánto tiempo creés que tardarás en asistir a ver una obra en forma presencial?

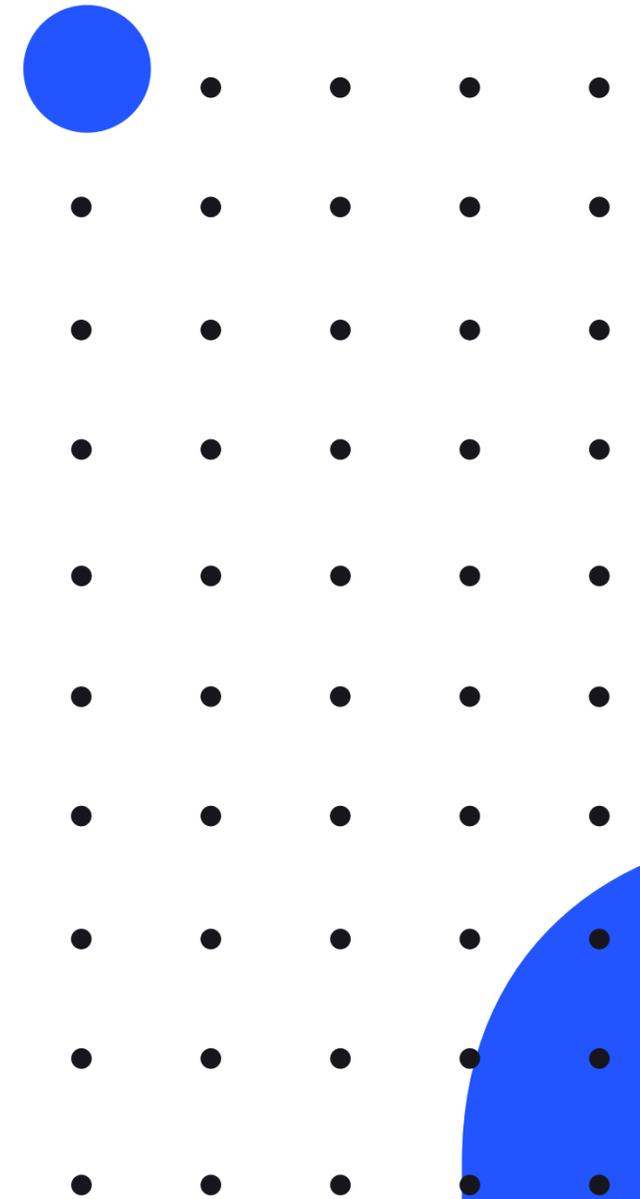
Base: aún no asistieron en forma presencial recientemente: 2514 casos.



La **predisposición a asistir** cuando encuentren algo de su interés en la cartelera revela proporciones superiores entre espectadores/as **más jóvenes**: 35% en el rango de 18 a 29 años. Decrece a medida que aumenta la edad, hasta llegar al 12% entre los mayores de 65.

A la inversa, la **vacuna** aplicada como condición para volver a participar en forma presencial aumenta con la **edad** y alcanza el 40% entre quienes tienen más de 65 años.

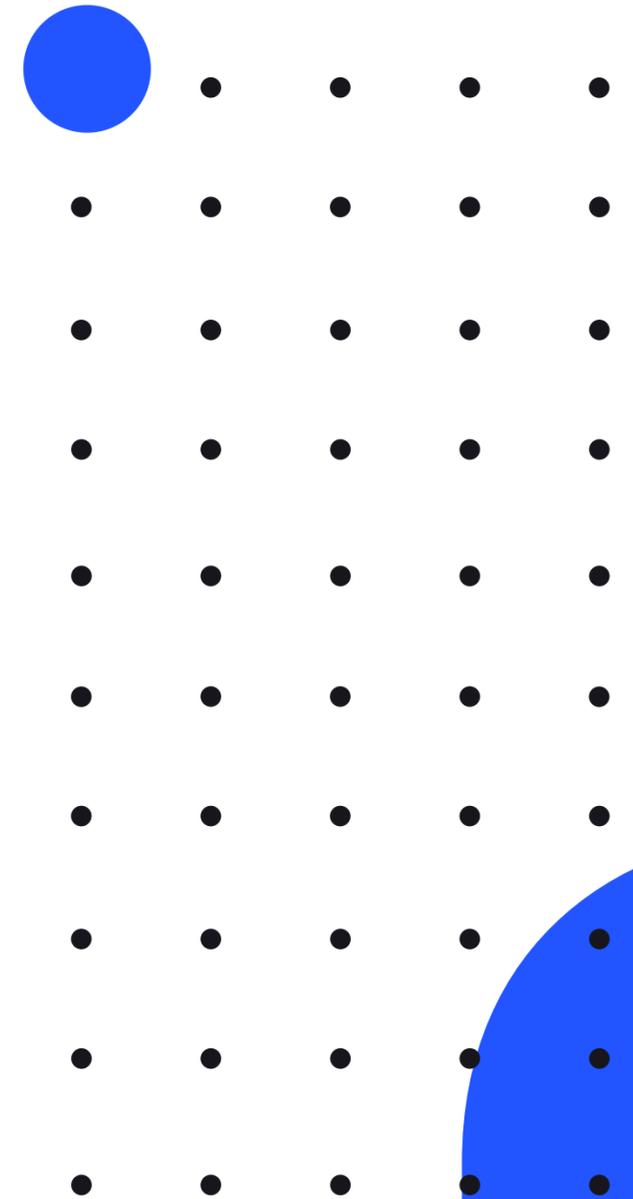
Las personas que residen en el **interior de la Provincia de Buenos Aires** y **otras provincias** también indican una predisposición mayor a participar en forma presencial ni bien encuentren algo de interés que quienes viven en CABA o el Conurbano. En cambio, entre residentes de estas últimas dos zonas, la espera por la vacuna tiene mayores porcentajes.



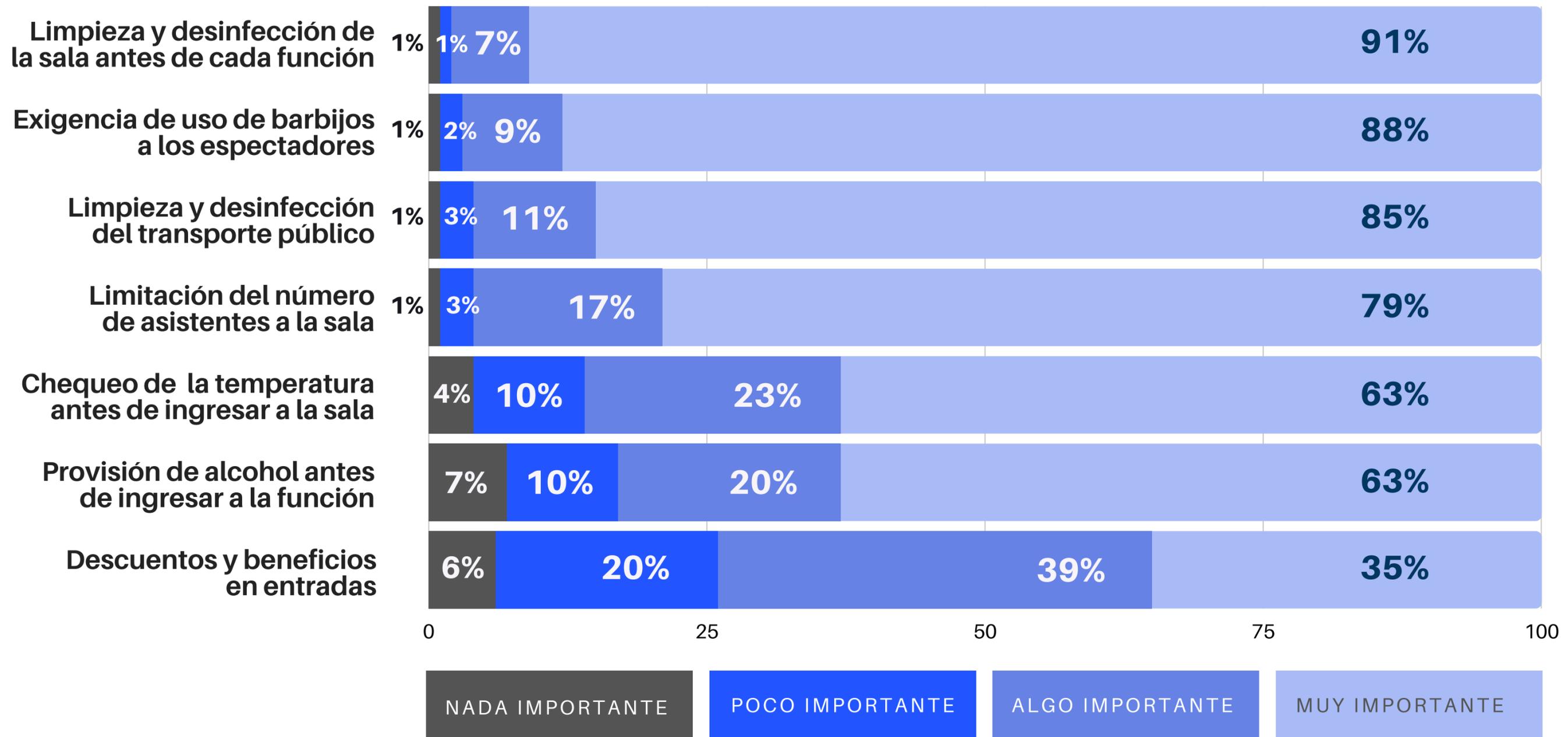


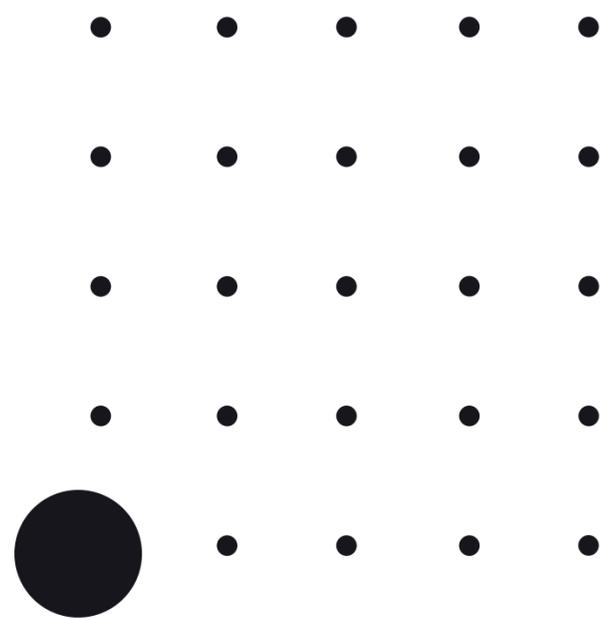
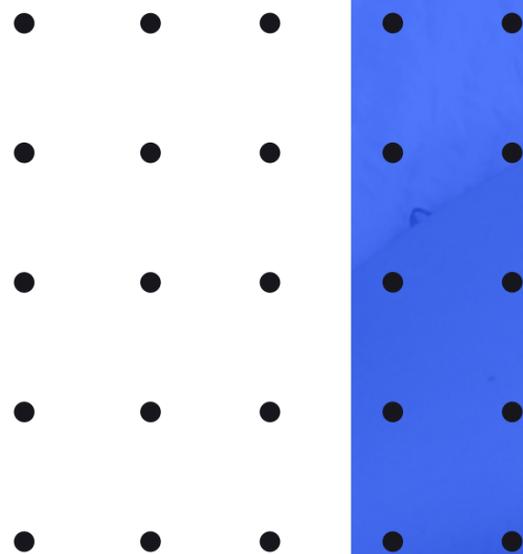
Respecto de los hábitos de participación, la **propensión a la concurrencia presencial** cuando encuentren programada alguna obra de su interés también es algo superior entre aquellos/as que participaban con más **intensidad** en forma presencial antes de la pandemia. Asimismo, recibe más menciones entre las personas relacionadas con las artes escénicas: 29% frente a 18% de quienes no lo están.

La **predisposición a asistir próximamente** además se vincula con algunas de las sensaciones que se experimentaron ante las salas cerradas. Aquí inciden principalmente los sentimientos de **bronca/enojo**, y también la **angustia** y el **aburrimiento**.



## A la hora de pensar en la concurrencia a obras en forma presencial en esta nueva etapa, ¿cómo calificarías la importancia de los siguientes aspectos?





# Consumo de artes escénicas digitales en cuarentena

## Consumo de artes escénicas digitales en cuarentena

### Contenidos y obras de artes escénicas digitales

Entre las personas que consumen contenidos digitales, un 79% afirma que esa práctica aumentó durante la cuarentena. En cuanto a los contenidos de artes escénicas en particular, el 35% vio alguna conferencia o clase magistral online ofrecida por instituciones de artes escénicas, el 67% vio alguna transmisión en vivo en redes sociales relacionada con las artes escénicas y el 79% alguna obra de artes escénicas digitales. La mitad de las personas que vieron artes escénicas en cuarentena ya lo habían hecho alguna vez antes de la pandemia.

El 68% vio obras que no había podido ver en forma presencial antes de la pandemia y el 64% vio obras y/o experiencias performáticas nuevas que surgieron durante la cuarentena (respuesta múltiple), esto último con una inclinación superior en el rango de 18 a 29 años. En cambio, la visualización de obras que ya habían sido vistas en forma presencial muestra proporciones superiores entre los mayores de 65 años y también entre residentes en la Ciudad de Buenos Aires y el Conurbano.

# Consumo de artes escénicas digitales en cuarentena

Los comentarios en el sitio y las redes sociales de Alternativa suponen un aporte significativo para complementar el análisis de estas prácticas. De los relatos emerge, al referirse al consumo de obras de artes escénicas digitales durante la cuarentena, un énfasis en la noción de arte como paliativo, en combinación con las ideas de creatividad e innovación ante la experiencia del consumo digital, y de reinvencción permanente del arte.

## Frecuencia

Un 30% vio obras de artes escénicas digitales durante la cuarentena en forma intensiva (una vez por semana o más), un 35% en forma frecuente y un 35% de modo esporádico. La intensidad crece con la edad y es superior también entre los públicos más implicados: personas relacionadas profesional o vocacionalmente con las artes escénicas, quienes tienen más años de experiencia como espectadores/as y quienes participaban en forma intensiva presencial antes de la pandemia.

También se observa una tendencia al consumo intensivo de artes escénicas digitales durante la cuarentena entre personas que ya lo habían experimentado antes del Covid19.

# Consumo de artes escénicas digitales en cuarentena

## Acceso a la información sobre la programación

La opinión de otros/as espectadores/as sigue teniendo un lugar central. A la hora de mencionar cómo se enteraron de las obras de artes escénicas digitales disponibles aparece, en primer lugar, con el 51%, la recomendación. Y le sigue los canales donde hay una fuerte presencia de los públicos y sus opiniones, y de interacción entre audiencias y artistas, como Instagram, Facebook y Alternativa (respuesta múltiple). La mención a este tipo de medios, así como a sitios especializados y acciones de prensa y difusión es superior entre quienes tienen un vínculo profesional o vocacional con las artes escénicas.

## Dispositivos y pantallas

La computadora es el dispositivo más mencionado para la visualización de artes escénicas digitales, con el 83%, seguida del teléfono celular (40%) y el Smart TV (40%) (respuesta múltiple). La computadora y el teléfono móvil tienen mayores proporciones entre los más jóvenes, mientras que las referencias al Smart TV aumentan con la edad de las personas encuestadas.

# Consumo de artes escénicas digitales en cuarentena

La superposición de pantallas también impacta en un nuevo hábito. Una parte de los públicos realizó otras actividades simultáneas en otros dispositivos, como chequear mails, usar redes sociales, ver mensajes de Whatsapp o buscar información mientras miraban obras de artes escénicas digitales en cuarentena. Un 15% lo hizo siempre o casi siempre y un 16% algunas veces, con una propensión mayor entre jóvenes. En otro extremo, un 42% no lo hizo nunca.

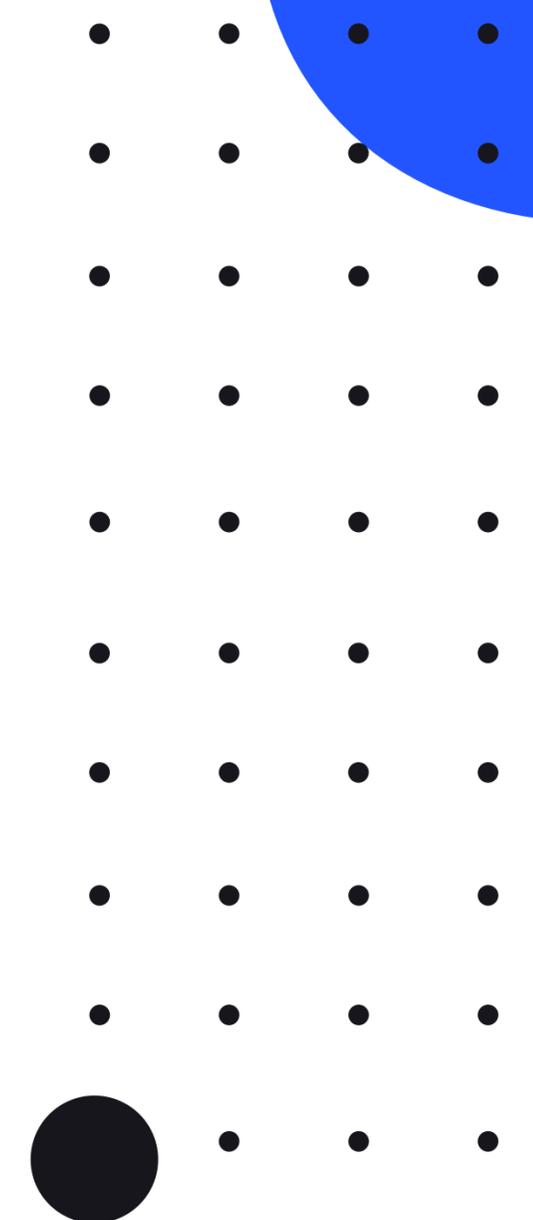
## Compañías

El 60% afirma que vio obras de artes escénicas digitales durante la cuarentena en soledad; 46% mencionó la compañía de su pareja y un 17% de sus hijos (respuesta múltiple). En general se da una tendencia a compartir esta experiencia con las mismas personas con las que se convive, dentro de las condiciones de consumo que propició el confinamiento.

# Contenidos digitales de artes escénicas

## Lo que sucedió durante la cuarentena

Base: quienes consumen algún tipo de contenido digital: 2926 casos.



El consumo de contenidos digitales de artes escénicas muestra proporciones superiores entre residentes fuera de la Ciudad de Buenos Aires y fuera del Conurbano de la Provincia de Buenos Aires.

## Consumo de contenidos digitales de artes escénicas Por lugar de residencia

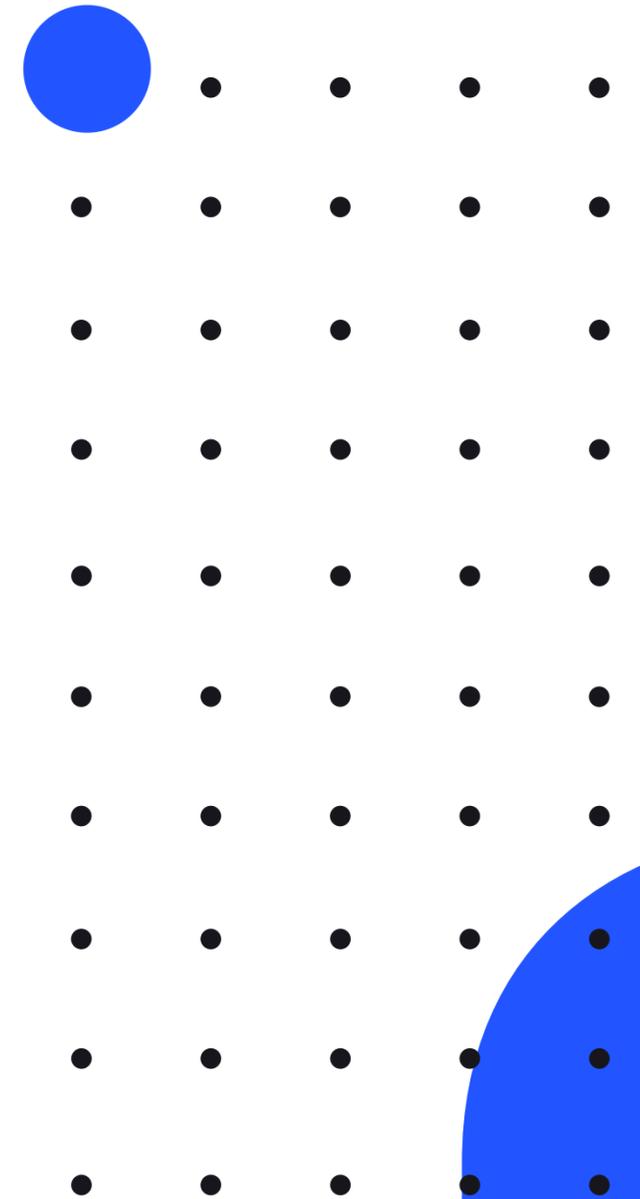
		CABA	Conurbano Pcia. Bs As.	Resto Pcia. Bs. As.	Otras provincias
Vio alguna conferencia o clase magistral online ofrecida por instituciones de artes escénicas	SÍ	31%	32%	<b>45%</b>	<b>41%</b>
	NO	<b>69%</b>	<b>68%</b>	55%	59%
Vio alguna transmisión en vivo en redes sociales relacionada con las artes escénicas	SÍ	62%	68%	<b>76%</b>	<b>77%</b>
	NO	<b>38%</b>	<b>32%</b>	24%	23%
Vio alguna obra de artes escénicas digitales	SÍ	75%	79%	<b>84%</b>	<b>89%</b>
	NO	<b>25%</b>	21%	16%	11%



Observamos también un participación mayor de **vivos en redes sociales** en los rangos etarios de 18 a 29 y 30 a 49 años.

Mientras que el consumo de **obras de artes escénicas digitales** es algo menor entre los públicos más jóvenes: 72% entre los encuestados de 18 a 29 años frente al 79% en los rangos superiores.

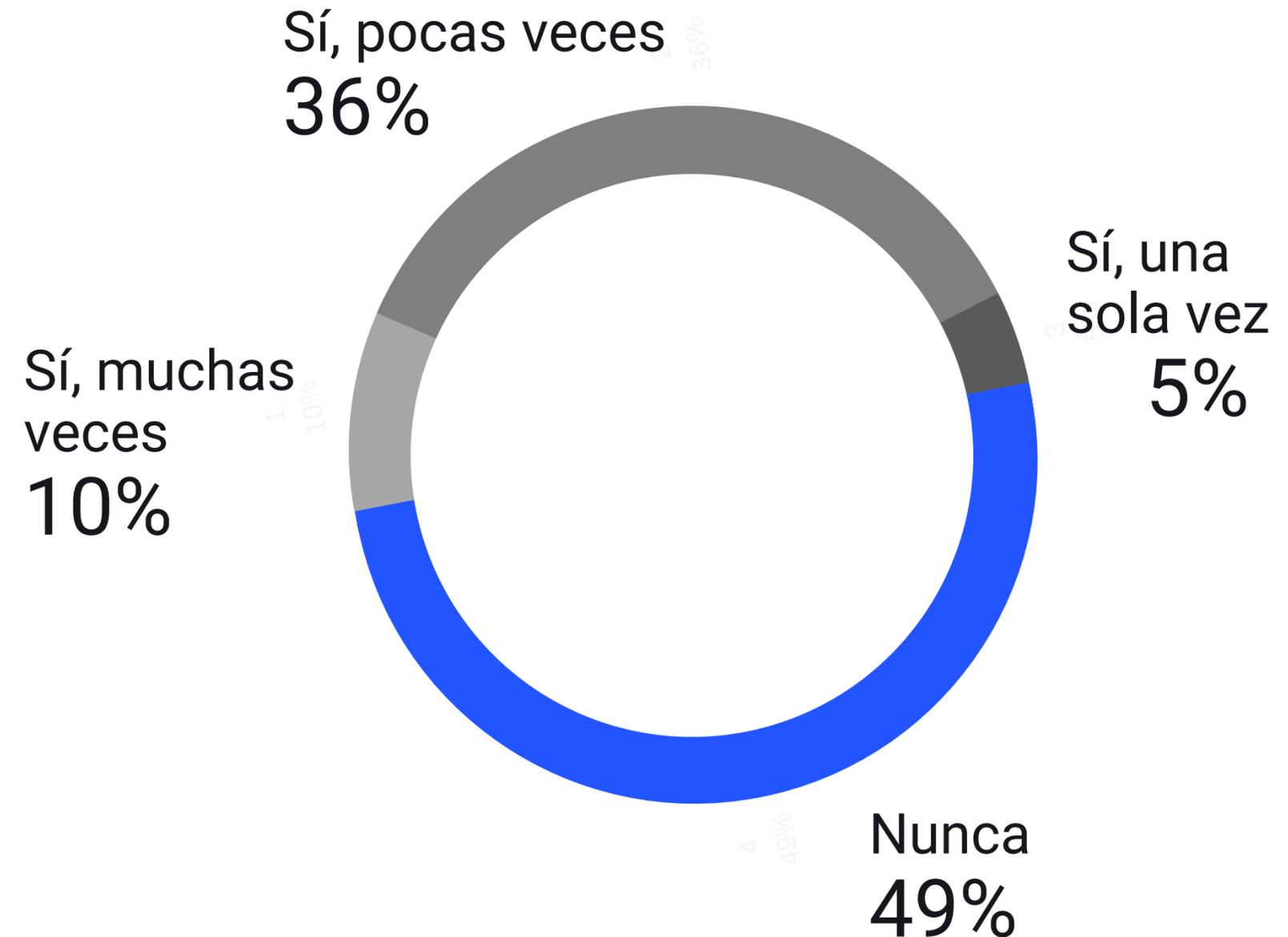
El consumo de obras de **artes escénicas digitales** durante la cuarentena también aparece con mayores proporciones entre aquellos/as que tenían una **participación presencial intensiva** antes de la pandemia.



## En los últimos años, antes de la pandemia, ¿habías visto obras de artes escénicas digitales?

Base: quienes vieron obras de artes escénicas digitales durante la cuarentena: 2294 casos.

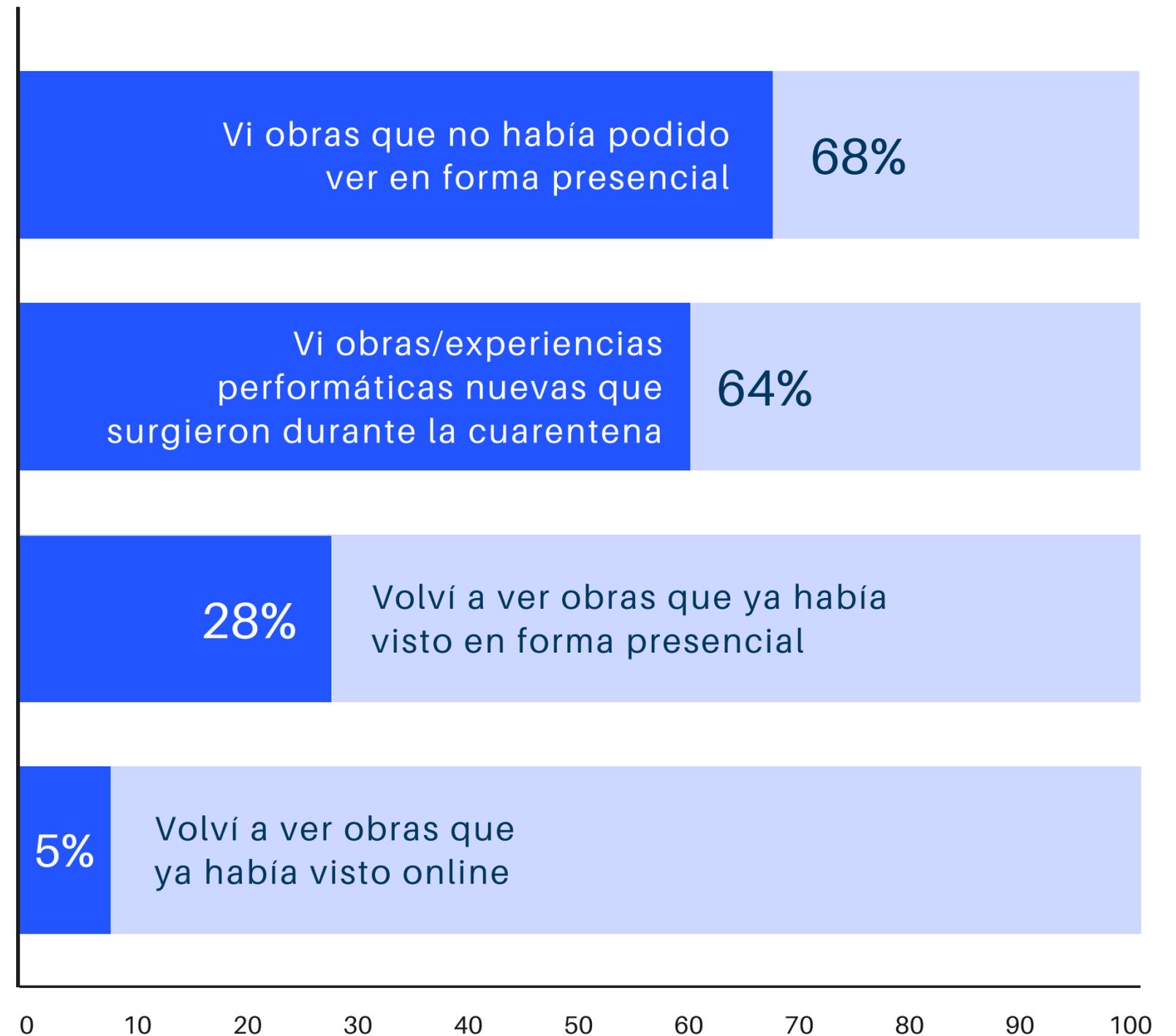
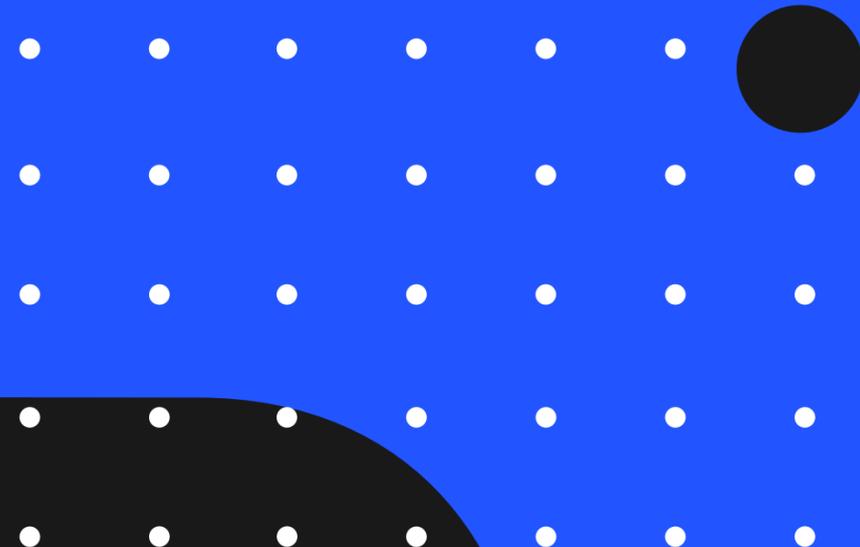
La mitad de las personas encuestadas ya tenía alguna experiencia previa con las artes escénicas digitales.



# Durante la cuarentena, ¿qué clase de obras de artes escénicas digitales viste?

Respuesta múltiple

Base: quienes vieron obras de artes escénicas digitales durante la cuarentena: 2294 casos.





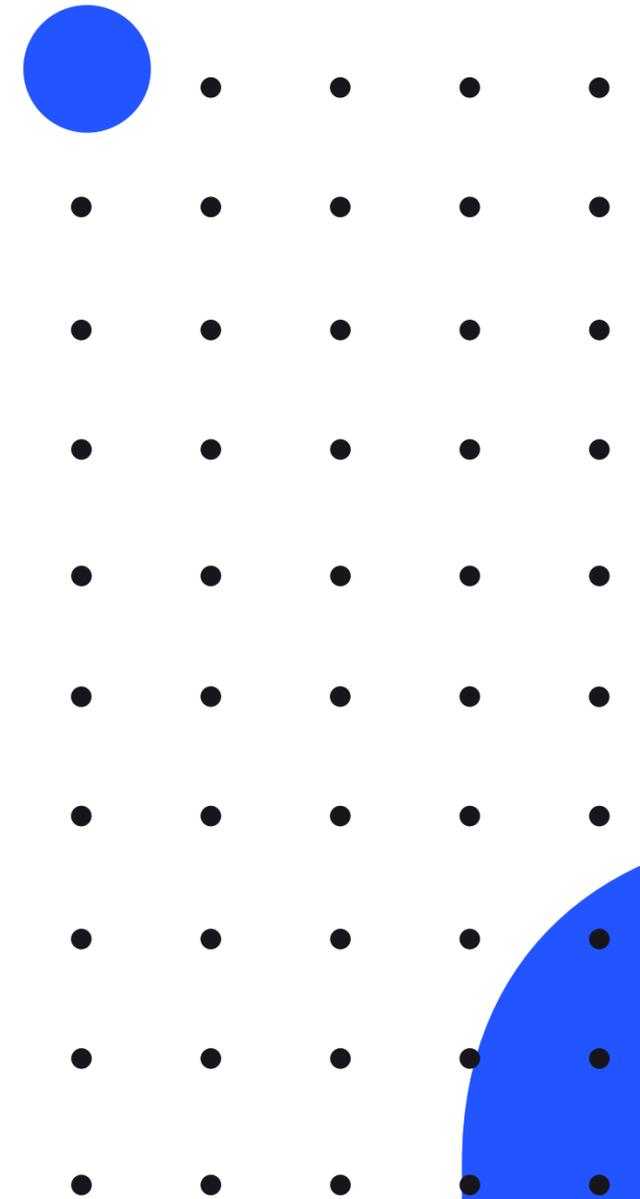
El consumo de obras que **ya habían sido vistas en forma presencial** registra más porcentajes entre **mayores** de 65 años (37%) mientras que la participación como públicos de obras o experiencias performáticas **nuevas** que surgieron durante la cuarentena muestra una tendencia algo superior entre **jóvenes**: 72% en el rango de 18 a 29 años.

**Volver a ver obras que habían visto en forma presencial** registra también proporciones superiores entre los habitantes de la **Ciudad de Buenos Aires** y el **Conurbano** de la Provincia de Buenos Aires. En cambio, el consumo de **nuevas propuestas** surgidas en cuarentena indica una inclinación mayor entre habitantes de **otras provincias**.





A la hora de opinar sobre las obras de artes escénicas digitales vistas en 2020, los relatos de los públicos en redes sociales y en el sitio de Alternativa subrayan en general y, en primer lugar, aspectos artísticos como las actuaciones, el texto, la puesta de cada obra. Pero, en diversos casos, se ponen en relación con la experiencia del encierro y la pandemia. De esta manera, de muchos de los comentarios emerge la idea del arte y el teatro como **paliativos** y como modos de **evasión** ante la situación extraordinaria que se atraviesa. Aparece el **agradecimiento** de los/as espectadores/as reforzado con expresiones como “oasis en el desierto”, “bálsamo”, “mimo al corazón”, “nos salvó la cuarentena”, “salir un rato de esta realidad abrumadora”. Asimismo, en este contexto crítico, la participación como audiencias de artes escénicas digitales como forma de **apoyo al sector** también emerge de los relatos.





**"Un actor excepcional. Verla en la intimidad de mi casa fue una experiencia única. La posibilidad de ver teatro en casa es un paliativo para quienes, como yo, por la edad, no podremos salir por mucho tiempo"**  
**(Sobre *El Bululú*).**

**"Un agradecimiento especial a lxs responsables de que podamos tener teatro de excelente calidad en nuestros hogares en este momento. Si bien estamos con economía limitada es un gran placer poder aportar lo que podemos cada vez"**  
**(Sobre *Tercer Cuerpo*).**

**"¿Cómo puedo cruzar el océano sin moverme de mi casa? He aquí la respuesta en este llamado. En esta ficción telefónica!  
Hermosa experiencia"**  
**(Sobre *Aparezco porque te extraño / \*31#*).**

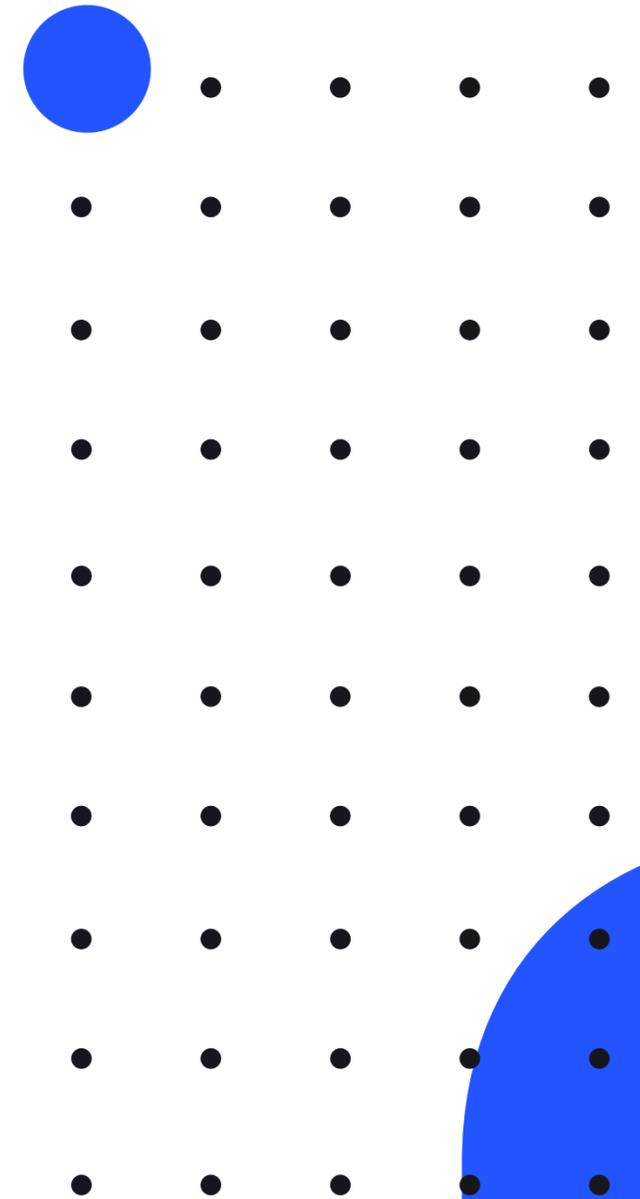
**"Obra muy divertida! Refleja la realidad de lo que pasa en las reuniones de consorcio y nos sumerge en la opresión de esta nueva normalidad, en la que nos saturan con reuniones remotas!!!  
Recomendable! Felicitaciones a todo el elenco! Mantengamos vivo el teatro!!!  
Muchas gracias!!!"**  
**(Sobre *Consortio, un juego inmersivo*).**

**"Excelente sonido, imagen, calidad del video, un placer el teatro en casa! Extraño estar ahí, ya volveremos.. mientras tanto, acercarlo en este momento es muy emocionante  
!!!! Gracias por mantenerlo vivo!!!"**  
**(Sobre *BOMBÓN DIGITAL- Programa 1*).**





Por otra parte, en muchos casos, en los comentarios de las obras en el sitio de Alternativa o en sus redes, son recurrentes algunas palabras como **innovación** y **creatividad**, especialmente cuando se refieren a las nuevas propuestas de artes escénicas digitales surgidas en cuarentena, que implicaban diferentes grados de interactividad o inmersión, así como también usos de distintos canales desde el teléfono tradicional, el Whatsapp, hasta la combinación de distintas pantallas y plataformas. La innovación y la creatividad también se presentan ligadas en varios relatos a las ideas de **adaptación** y **reinvención** de las artes escénicas ante las específicas condiciones de producción, circulación y consumo que impuso la pandemia.





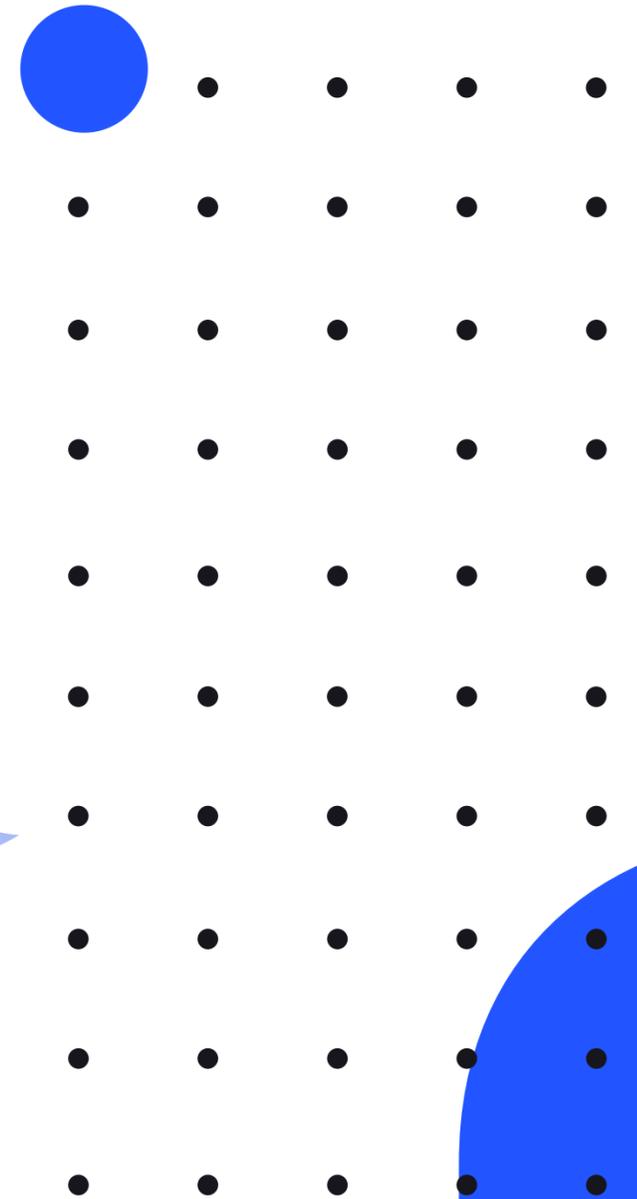
**“Una nueva forma, completamente revolucionaria, de unir el vivo del teatro con los medios digitales y el código audiovisual, la verdad una nueva experiencia además de la intensidad expresiva de los intérpretes” (Sobre *Era Marea*).**

**“Qué hermoso viaje me pegué. Gracias! En muchos momentos me olvidé por completo de estar en presencia de una obra. Una experiencia absolutamente adorable” (Sobre *Shmooze /\*31#*).**

**“Es un gran monólogo dentro de un proyecto súper creativo, estos llamados recrean la experiencia del teatro, eso que pasa entre el espectador y la obra. Buenísima actuación!!” (Sobre *Inducir el sueño/\*31#*).**

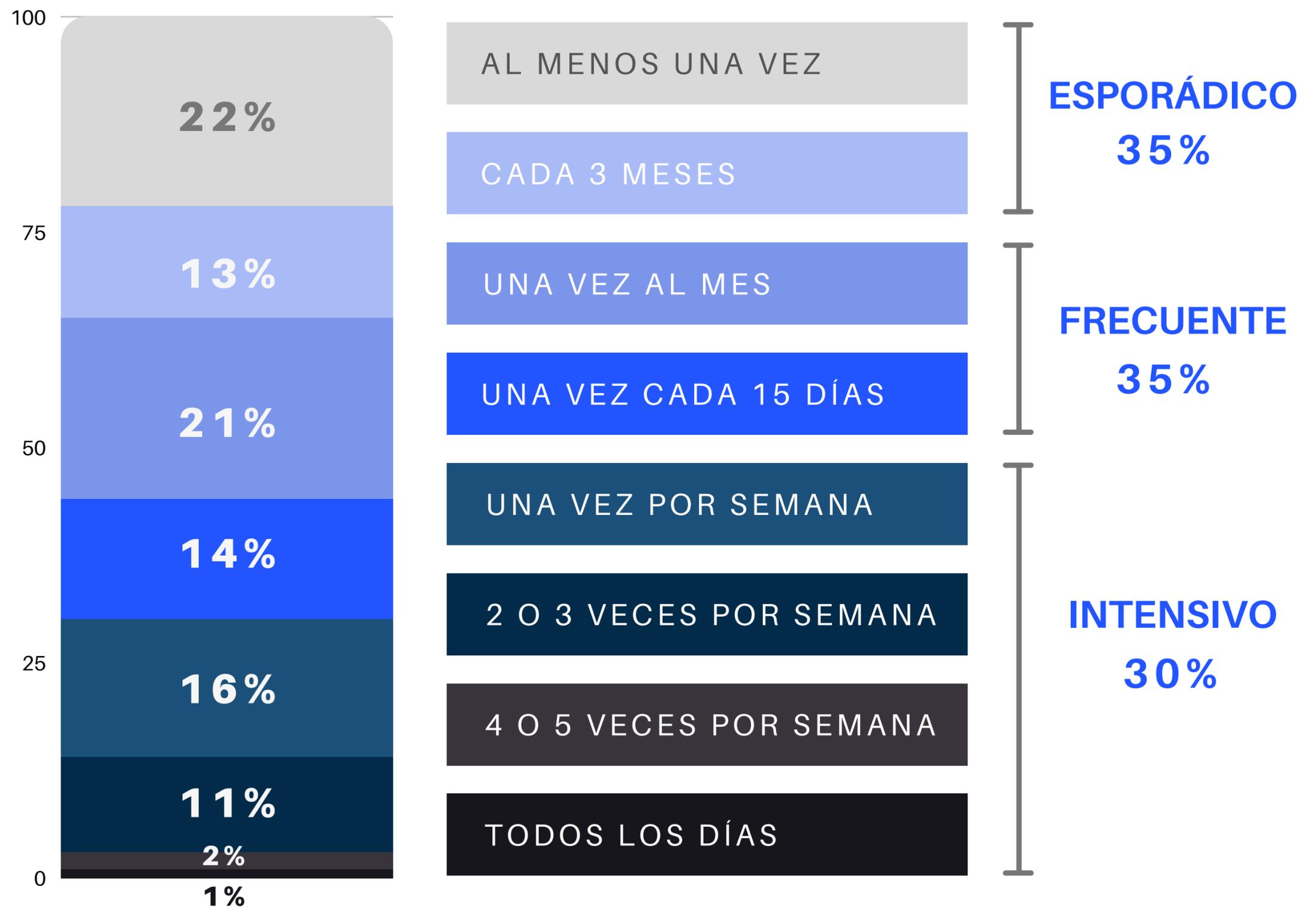
**"Hermosa experiencia!! Todos los condimentos de teatro puestos a disposición del espectador conectado. Las posibilidades de transformación del espacio cotidiano en un escenario, y la virtualidad en función de la escena. Solas conforma una colectiva autogestiva que trabaja, y fomenta el trabajo de los artistas que participan. Excelente por donde se lo mire!" (Sobre *Solas-única escena- 23*).**

**“Me ha parecido una idea extraordinaria el formato ya que se ha adaptado a una situación extraordinaria, pero completamente extrapolable a cualquier momento. Si bien no es una obra de teatro como tal, comparte la reflexión de ese arte, pero hay que sumarle la ventaja de lo íntimo que implica el recibir un mensaje en formato de audio en tu teléfono” (Sobre *Amor de Cuarentena*).**



# Durante la cuarentena, ¿con qué frecuencia viste obras de artes escénicas digitales?

Base: quienes vieron obras de artes escénicas digitales durante la cuarentena: 2294 casos.

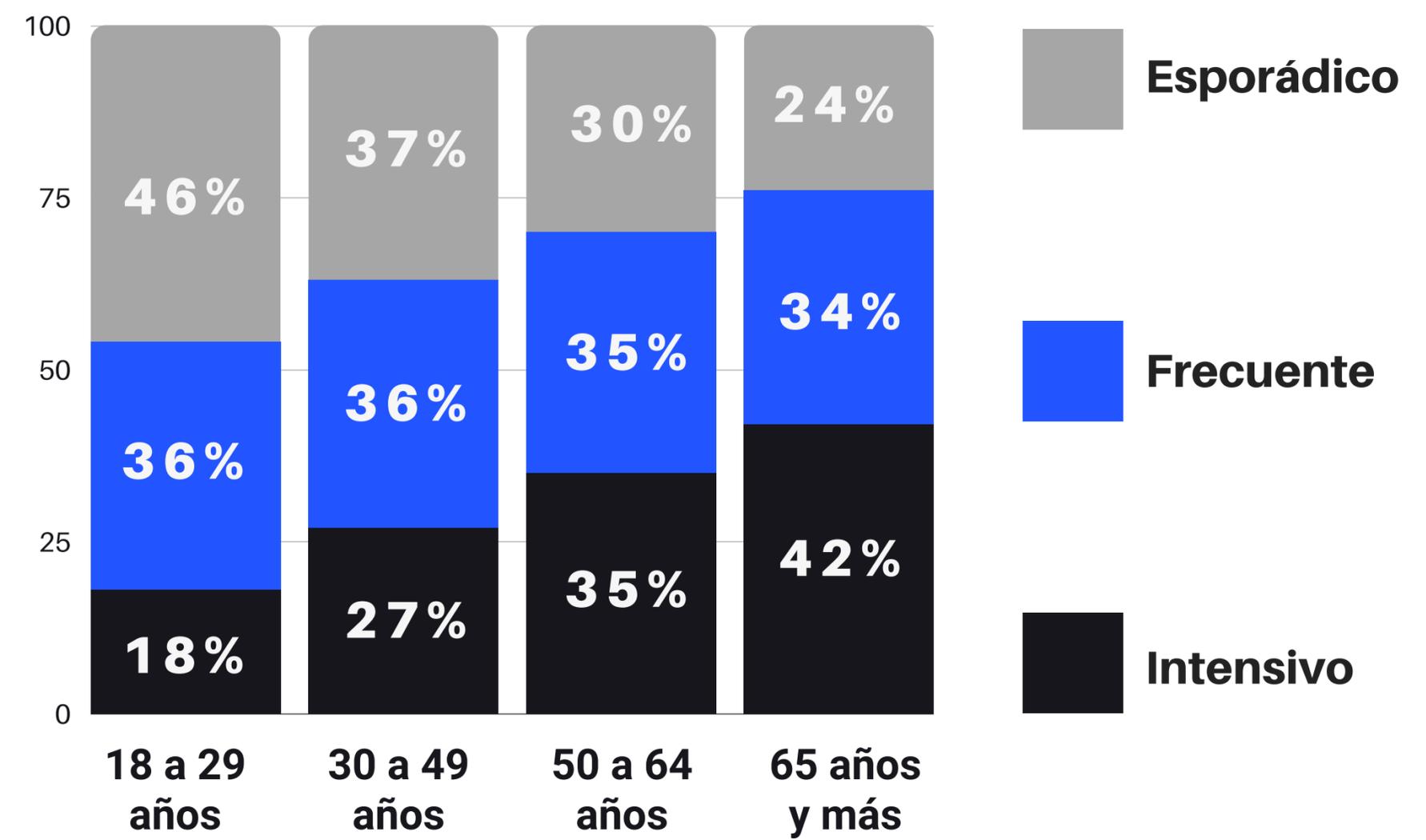




La intensidad en la frecuencia de consumo de obras de artes escénicas digitales en cuarentena crece con la edad de las personas encuestadas.

## Durante la cuarentena, ¿con qué frecuencia viste obras de artes escénicas digitales?

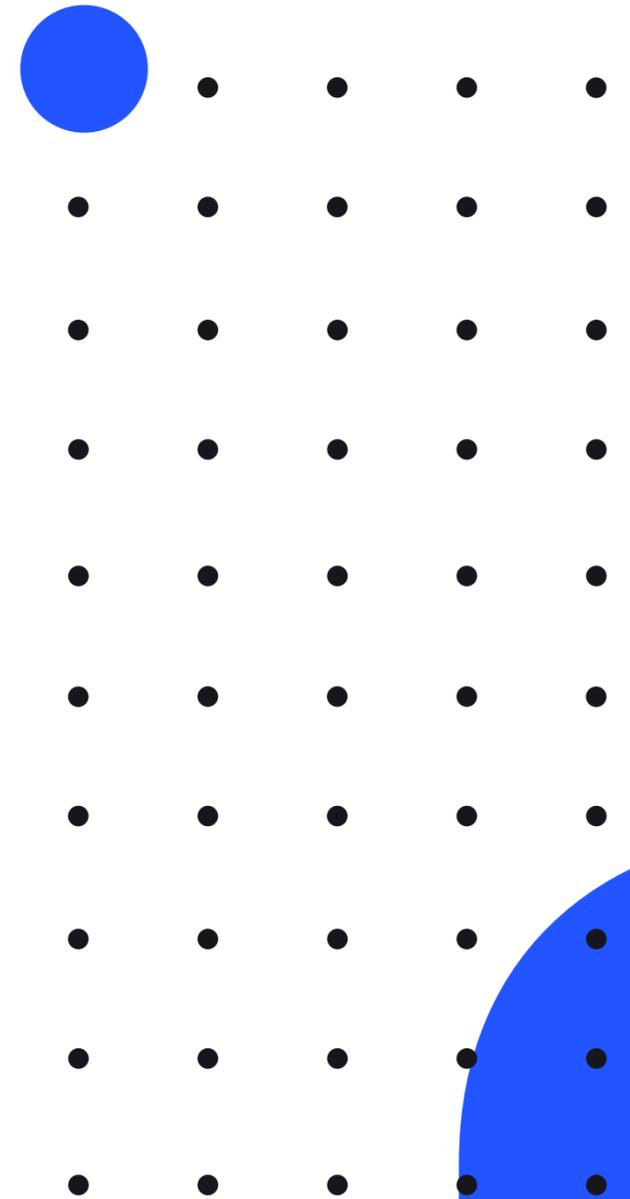
Por edad

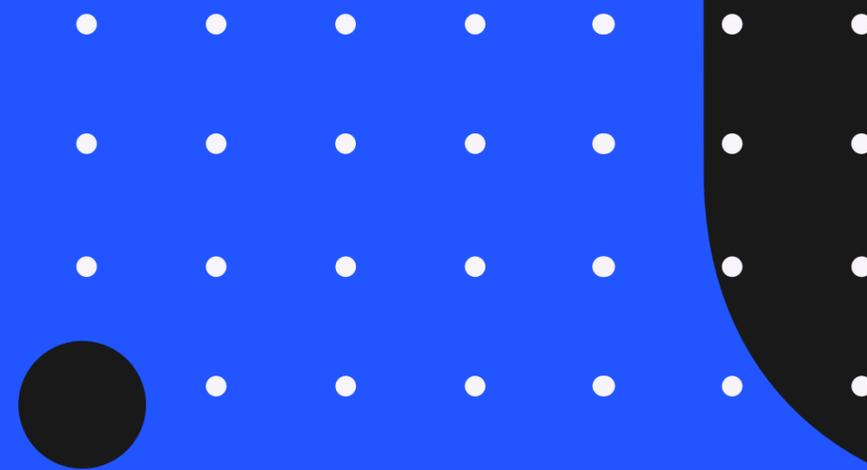




El consumo **intensivo** de obras de artes escénicas digitales también presenta mayores proporciones entre quienes se **vinculan profesional o vocacionalmente**: 37% frente a 26% entre los/as que no tienen esa relación con las artes escénicas.

La intensidad crece, asimismo, entre las personas con mayor **experiencia** en años como públicos de artes escénicas.





Se observa una tendencia al consumo intensivo de obras de artes escénicas digitales tanto entre públicos que, antes de la pandemia, participaban con intensidad en forma presencial, como entre quienes ya habían visto obras digitales.

		Frecuencia de asistencia presencial a salas de artes escénicas antes de la pandemia		
		Intensivo	Frecuente	Esporádico
<b>Frecuencia de consumo obras de artes escénicas online en cuarentena</b>	Intensivo	<b>38%</b>	23%	16%
	Frecuente	<b>37%</b>	<b>35%</b>	28%
	Esporádico	25%	42%	<b>56%</b>

		Consumo de obras de artes escénicas digitales antes de la pandemia			
		Muchas veces	Pocas veces	Una vez	Nunca
<b>Frecuencia de consumo obras de artes escénicas online en cuarentena</b>	Intensivo	<b>60%</b>	<b>37%</b>	27%	20%
	Frecuente	24%	<b>42%</b>	<b>36%</b>	32%
	Esporádico	16%	21%	<b>37%</b>	<b>48%</b>

# Durante la cuarentena ¿Cómo te enteraste de las obras de artes escénicas digitales disponibles?

Respuesta múltiple

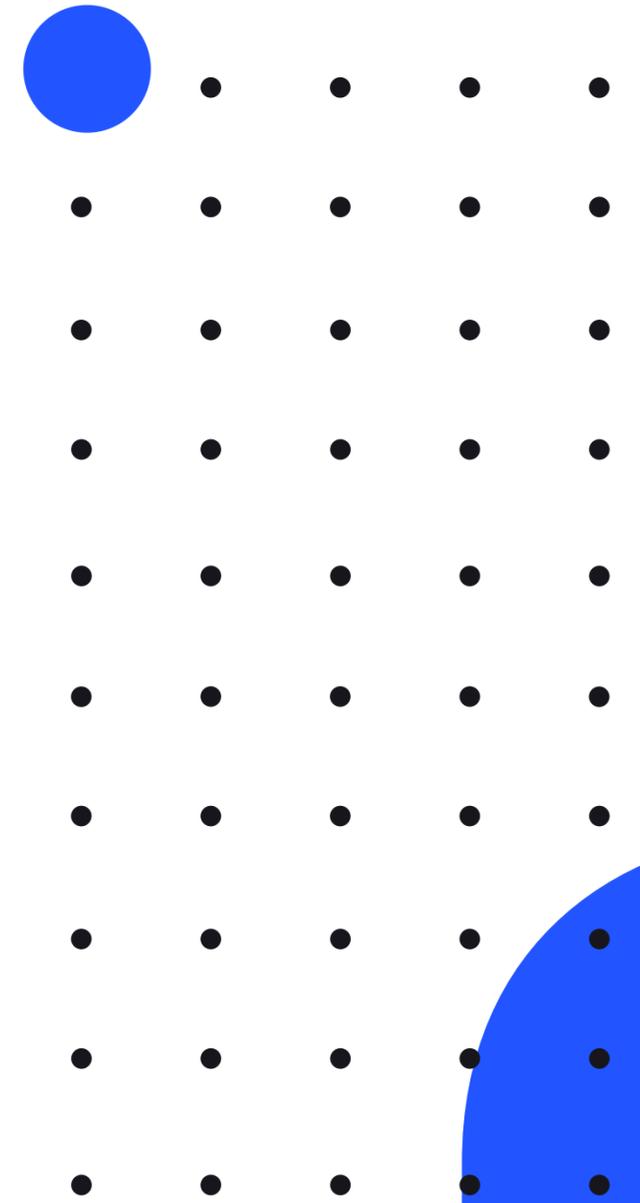
Base: quienes vieron obras de artes escénicas digitales durante la cuarentena: 2294 casos.





Las referencias a **canales tradicionales** como diarios, radio y televisión y **medios especializados** como Alternativa, emails de las salas y acciones de prensa y difusión de las obras **crecen con la edad** de las personas encuestadas. En cambio, la recomendación y el acceso a la información a través de **Instagram** y **Twitter** recibe mayores porcentajes entre los consultados de **18 a 29 años**. **Facebook** tiende a ser más mencionado en los rangos de **30 a 49** y **50 a 64** años.

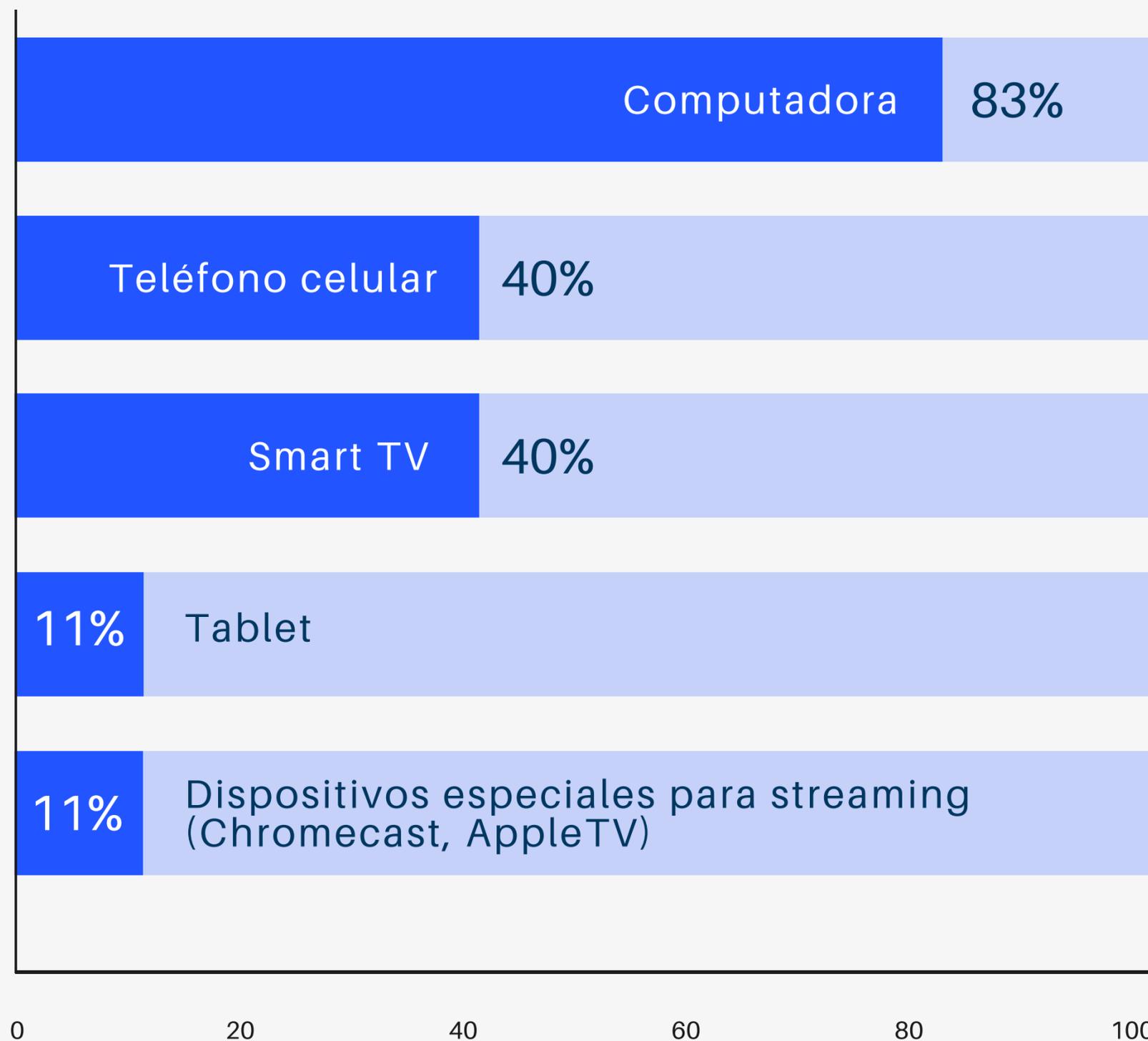
Los diarios online, la radio y la televisión también muestran proporciones superiores entre quienes no tienen un vínculo laboral o vocacional con las artes escénicas. En cambio, entre los **públicos implicados** se observa un hincapié mayor en las recomendaciones, las acciones de prensa y difusión, Alternativa, blog y páginas especializadas, y Facebook e Instagram .



# Durante la cuarentena, ¿qué dispositivos utilizaste para ver obras de artes escénicas digitales?

Respuesta múltiple

Base: quienes vieron obras de artes escénicas digitales durante la cuarentena: 2294 casos.

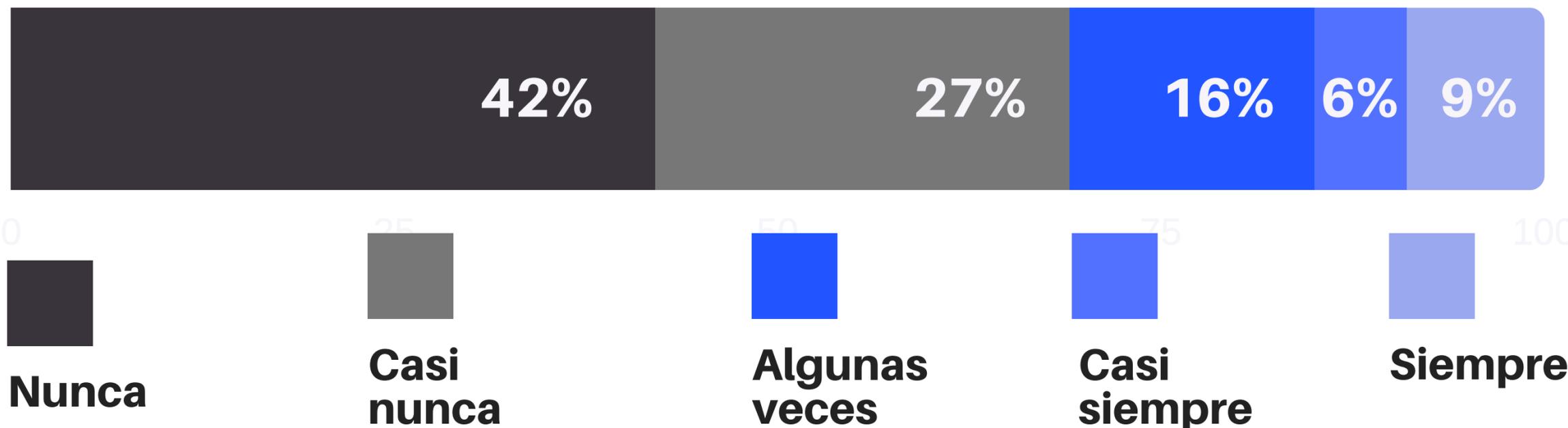


## Durante la cuarentena, ¿qué dispositivos utilizaste para ver obras de artes escénicas digitales?

Por edad

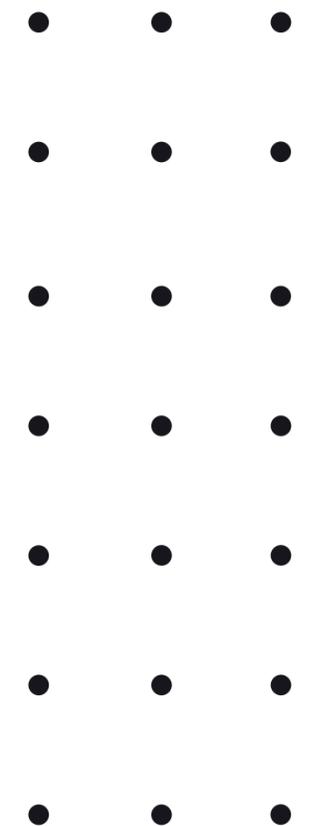
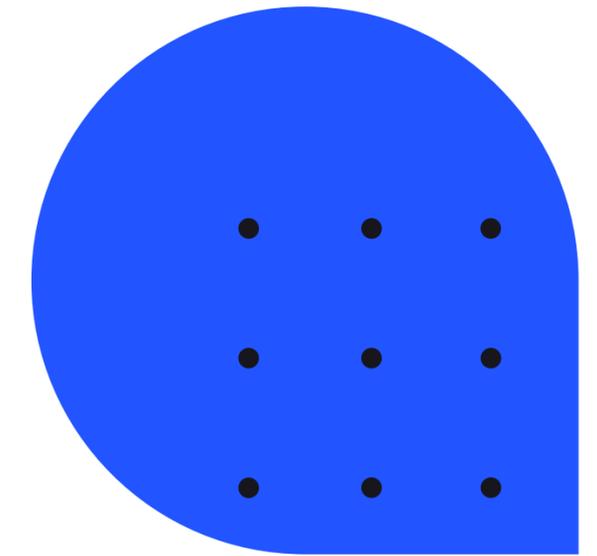
	18 a 29	30 a 49	50 a 64	65 o más
Computadora	<b>91%</b>	81%	82%	84%
Teléfono celular	<b>53%</b>	<b>48%</b>	35%	22%
Smart TV	26%	38%	<b>46%</b>	<b>43%</b>
Tablet	5%	10%	<b>14%</b>	<b>14%</b>
Dispositivos especiales (Chromecast, AppleTV)	11%	12%	10%	9%

**Durante la cuarentena, mientras viste obras de artes escénicas digitales ¿realizaste otra actividad simultánea en otro dispositivo, como chequear mails, usar redes sociales, ver mensajes de Whatsapp, buscar información, etc?**



(Escala de 1 a 5: 1=nunca, 5=siempre. Pregunta codificada).

Base: quienes vieron obras de artes escénicas digitales durante la cuarentena: 2294 casos.



**Durante la cuarentena, mientras viste obras de artes escénicas digitales ¿realizaste otra actividad simultánea en otro dispositivo, como chequear mails, usar redes sociales, ver mensajes de Whatsapp, buscar información, etc?**

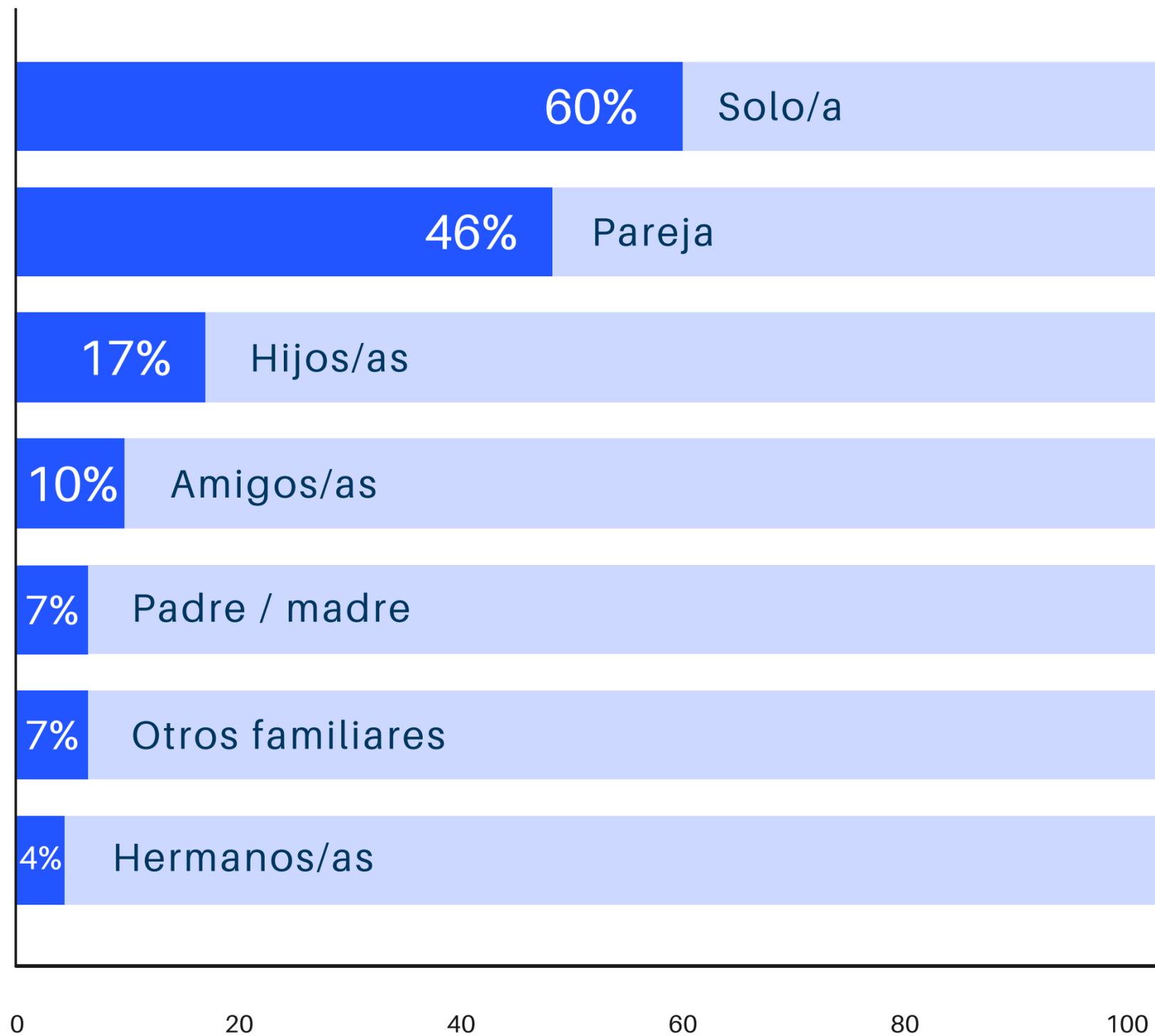
**Por edad**

	18 a 29	30 a 49	50 a 64	65 o más
Nunca	21%	35%	<b>54%</b>	<b>57%</b>
Casi nunca	34%	28%	25%	21%
Algunas veces	<b>22%</b>	<b>19%</b>	12%	11%
Casi siempre	<b>7%</b>	<b>7%</b>	3%	4%
Siempre	<b>16%</b>	<b>11%</b>	6%	7%

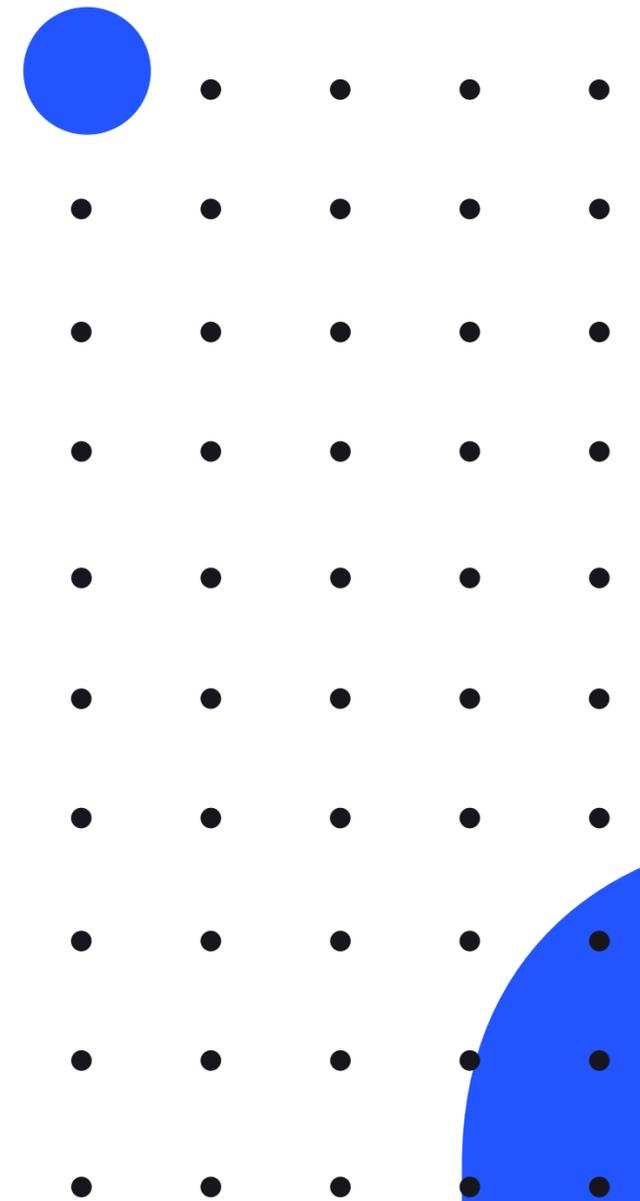
# Durante la cuarentena, ¿con quién viste obras de artes escénicas digitales?

Respuesta múltiple

Base: quienes vieron obras de artes escénicas digitales durante la cuarentena: 2294 casos.



Las tendencias en este punto están **marcadas por las condiciones de consumo que implicó el confinamiento**. En su mayoría, hay un correlato entre las compañías que eligieron para ver obras de artes escénicas online y las personas con las que conviven. De los comentarios en el sitio y en las redes sociales de Alternativa también emerge la visualización de obras de artes escénicas como una nueva forma de compartir con familiares o amigos y amigas, ya sea físicamente en el mismo lugar de convivencia como a distancia.



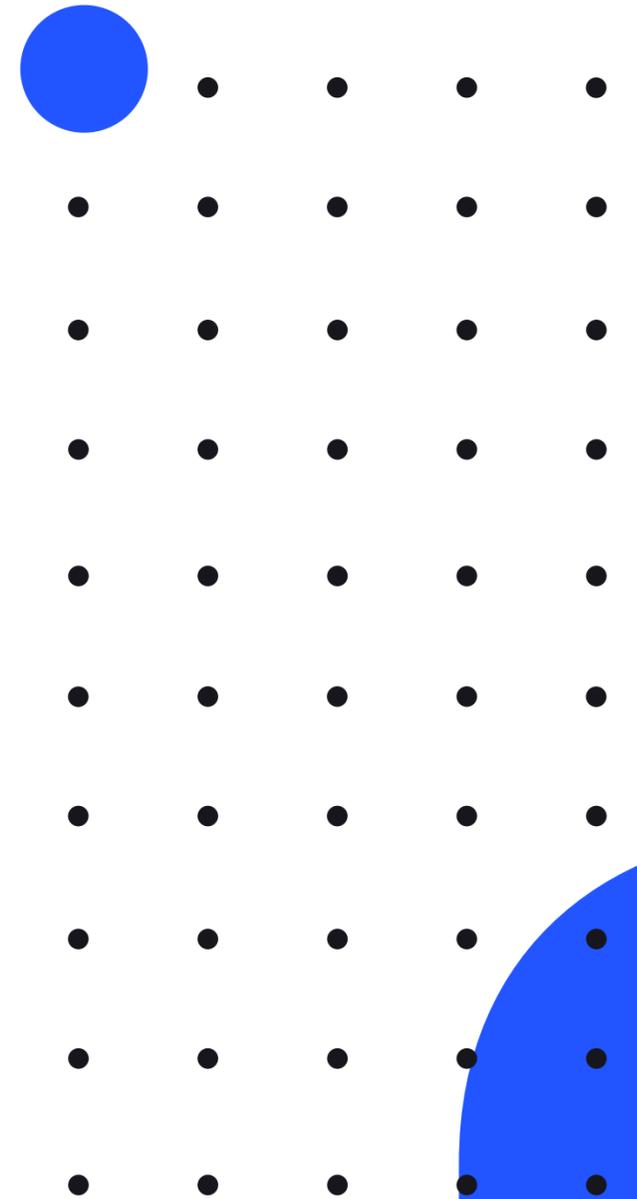
**“Lo pasamos HERMOSO es el 6° Zoompamento y lo disfrutamos muchísimo en familia. En esta época tan difícil el arte y el entretenimiento son una parte fundamental para acompañar a los pequeños de la familia y hacer de esta experiencia tan triste y angustiante un espacio de felicidad por momentos”.  
(Sobre Zoompamento).**



**"Este fue el 4to zoompamento de mis niñas! (Somos de Posadas, Misiones) y el 2do de mi sobrino (Asunción, Paraguay) La alegría que se vive, antes, durante y después de asistir a un zoompamento es única!!!! Como familia une a los primos que solo se ven por videollamadas, y una aventura así, porque es una aventura esta experiencia, los transporta en imaginación a un mundo que luego sigue cuando nos retiramos del zoom por whatsapp! Y todo se revive en las charlas de estos 3 primitos!!!! Realmente son unos genios todos!!!! Que sigan los éxitos!!!!!" (Sobre Zoompamento).**

**"Con mi novia, Belén, pasamos un momento genial. Toda la magia y talento de Julieta Zylberberg salió por la pantalla. Parecía que estaba con nosotros en casa. Excelente la transmisión" (Sobre La Fiebre).**

**"Un excelente regalo de cumpleaños, una excelente 'no salida' en pareja, una exploración a los sentidos y los tabúes un descubrimiento personal, liberación. NADA MÁS QUE ELOGIOS" (Sobre Sex Virtual - Una experiencia privada).**





# Evaluación de la experiencia digital y perspectivas de continuidad

# Evaluación de la experiencia digital y perspectivas de continuidad

## Ventajas y desventajas

El principal beneficio mencionado en relación a la experiencia de ver obras de artes escénicas digitales, con el 67%, es la posibilidad de ver obras sin vivir en la ciudad en la que se presentan, con mayores proporciones entre quienes residen fuera de la Ciudad de Buenos Aires y del Conurbano de la Provincia de Buenos Aires. La ruptura de la barrera territorial que da el acceso digital es enfatizado también en los comentarios de los públicos en el sitio y las redes de Alternativa.

Entre las desventajas de la experiencia digital se destaca, con el 78%, la pérdida del ritual que implica la participación presencial. Luego, aparece la imposibilidad de ver a los artistas cara a cara, con 54% y la mala calidad de sonido e imagen de la reproducción, con 42% (respuesta múltiple).

## Evaluación

Al momento de analizar su experiencia con la práctica de ver obras de artes escénicas digitales durante la cuarentena, un 22% la consideró muy buena y un 40% buena. Las calificaciones negativas presentan una tendencia algo mayor entre habitantes de la Ciudad de Buenos Aires y el Conurbano de la

## Evaluación de la experiencia digital y perspectivas de continuidad

Provincia de Buenos Aires. También entre quienes participaban con mayor intensidad en forma presencial antes de la pandemia, y entre las personas vinculadas profesional o vocacionalmente con las artes escénicas. En cambio, aquellos que viven en el resto de la Provincia de Buenos Aires y otras provincias y quienes ya habían tenido una experiencia digital con las artes escénicas antes del Covid19 muestran una inclinación algo mayor por la evaluación positiva.

En los comentarios e interacciones de los/as espectadores/as en el sitio y las redes sociales de Alternativa observamos una disposición general a evaluar la experiencia digital por contraste con la presencial, donde se destaca la carencia: del vivo, de la emoción, de la corporalidad, del encuentro, de lo que denominan “magia”. No obstante, podemos hipotetizar que, ante la idea general de “artes escénicas digitales” surgen muchas reacciones críticas, donde prima una tensión entre el arte y la tecnología –o entre determinadas concepciones de arte y tecnología-. Pero, en muchos casos, la experimentación de los públicos con obras concretas parece poner en debate esa tensión.

# Evaluación de la experiencia digital y perspectivas de continuidad

## Posibilidades de recomendación

Al momento de consultar por las posibilidades de recomendación de la experiencia de ver artes escénicas digitales a otras personas, en la muestra general hay un 33% de potenciales promotores/as, un 31% de neutros/as y un 36% de detractores/as. No obstante, se registran distinciones si los datos se ponen en relación con el vínculo que tienen los públicos con las artes escénicas. Entre aquellos/as relacionados profesional o vocacionalmente hay un 27% de posibles promotores/as, mientras que, para los que no tienen ese vínculo, el porcentaje asciende a 37%. También hay una mayor inclinación a convertirse en detractores/as entre quienes asistían con mayor intensidad a salas antes de la pandemia.

Además, observamos distinciones relevantes en relación a la zona de residencia: hay una proporción superior de detractores/as (42%) entre habitantes de la Ciudad de Buenos Aires. En cambio, en el área de la Provincia de Buenos Aires que no pertenece al Conurbano, y en el resto de las provincias encontramos mayores proporciones de potenciales promotores/as.

## Evaluación de la experiencia digital y perspectivas de continuidad

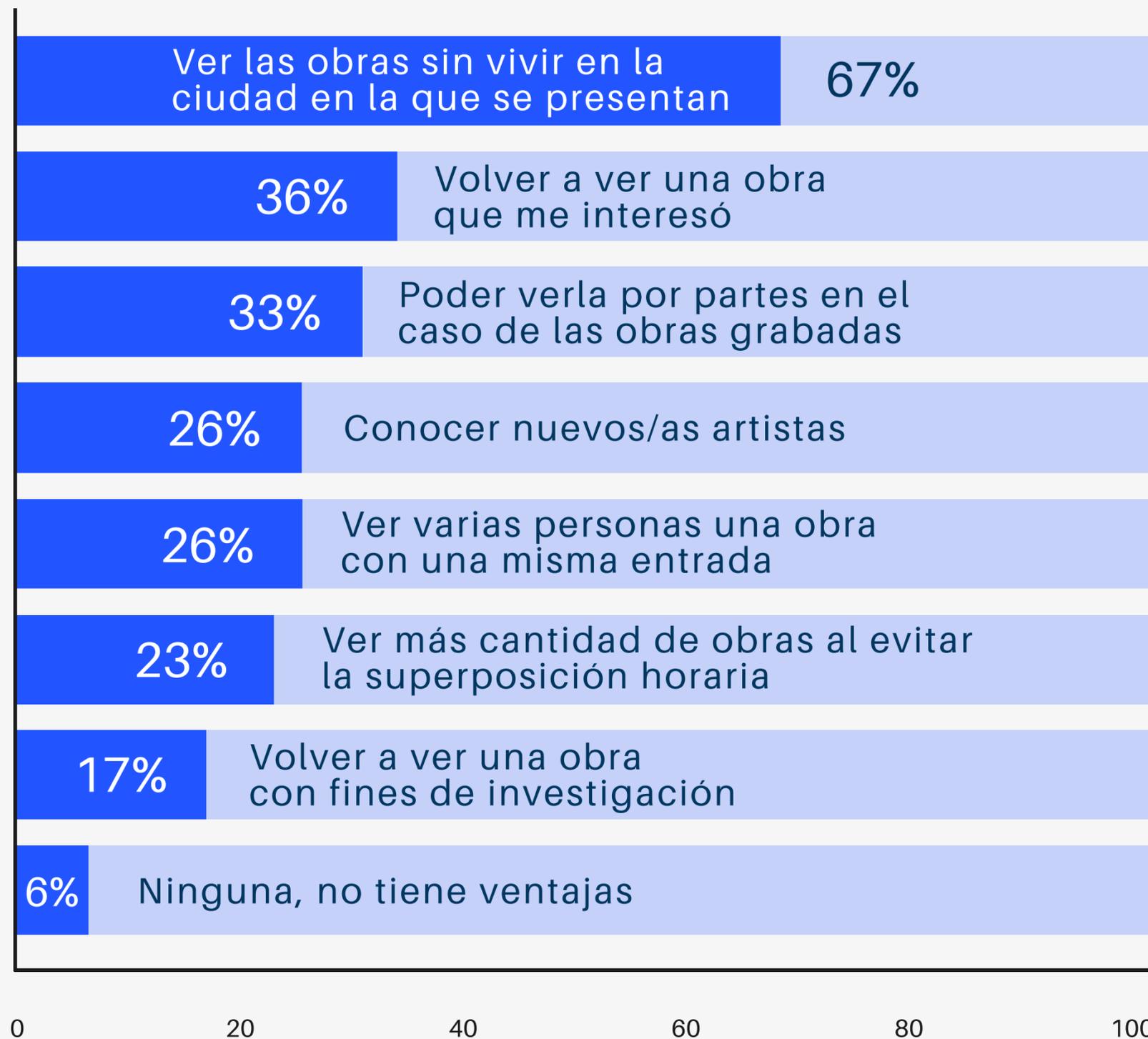
### Continuidad de la experiencia digital

En cuanto a la posibilidad de continuar viendo obras de artes escénicas digitales ante la reapertura de las salas, un 32% de las personas consultadas dice que seguramente lo hará y un 34% que probablemente, con una mayor predisposición entre quienes viven fuera de la Ciudad de Buenos Aires. En cambio, los públicos intensivos prepandemia muestran una propensión inferior a continuar con el consumo digital. Por otra parte, un 67% prefiere que el acceso sea posible a través de las obras en forma individual, mientras que un 18% preferiría una plataforma que contenga toda la oferta. Además, un 62% antepone el acceso a contenido grabado para ver en cualquier momento, y un 32% lo preferiría en vivo, en un horario establecido.

# Como espectador/a, ¿cuáles creés que son las ventajas de ver obras de artes escénicas digitales?

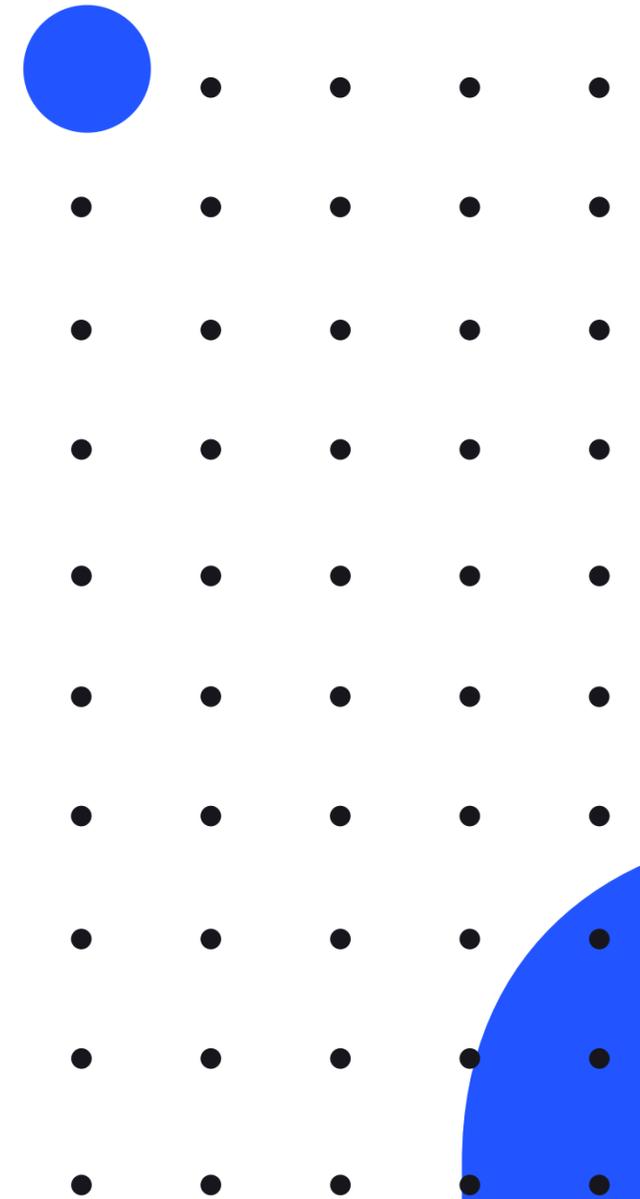
Respuesta múltiple

Base: quienes vieron obras de artes escénicas digitales durante la cuarentena: 2294 casos.



En otras respuestas, algunas personas sumaron ventajas: la **comodidad** de verlas en el hogar y evitar los traslados, la posibilidad de ver una obra que **bajó de cartel**, la oportunidad de **apoyar** a los artistas durante la cuarentena. También están quienes destacan del registro audiovisual el poder "ver mejor a los actores y sus interpretaciones", "**gestos o detalles** que desde una butaca lejana tal vez no se noten". Además, aparecen cuestiones vinculadas con el **costo** de las entradas, como "ver obras que quería ver en vivo pero eran muy caras" o "ver obras que por ahí no pagaría de forma presencial".

La posibilidad de ver obras sin necesidad de vivir donde se presentan es mayormente descatacado por quienes residen fuera de los grandes centros urbanos. Lo menciona el 87% de las personas encuestadas que viven en el interior de la Provincia de Buenos Aires y el 90% de las que habitan otras provincias. Pero, también, es



superior entre habitantes del Conurbano de la Provincia de Buenos Aires en comparación con los residentes en la Ciudad de Buenos Aires (67% frente a 58%).

La chance de que **varias personas vean una obra con una misma entrada** también registra proporciones algo mayores entre quienes viven en el **Conurbano**.

En correspondencia con estos datos de la encuesta, en los comentarios en redes sociales y en el sitio de Alternativa también aparece reiteradamente el **agradecimiento** de los públicos asociado a la nueva posibilidad de acceso que da la experiencia digital. Se enfatiza en la **ruptura de la barrera territorial** para quienes viven fuera de los grandes centros urbanos donde está concentrada la oferta de artes escénicas, especialmente fuera de la Ciudad de Buenos Aires o para espectadores y espectadoras que residen en otros países y tienen interés por las artes escénicas argentinas.



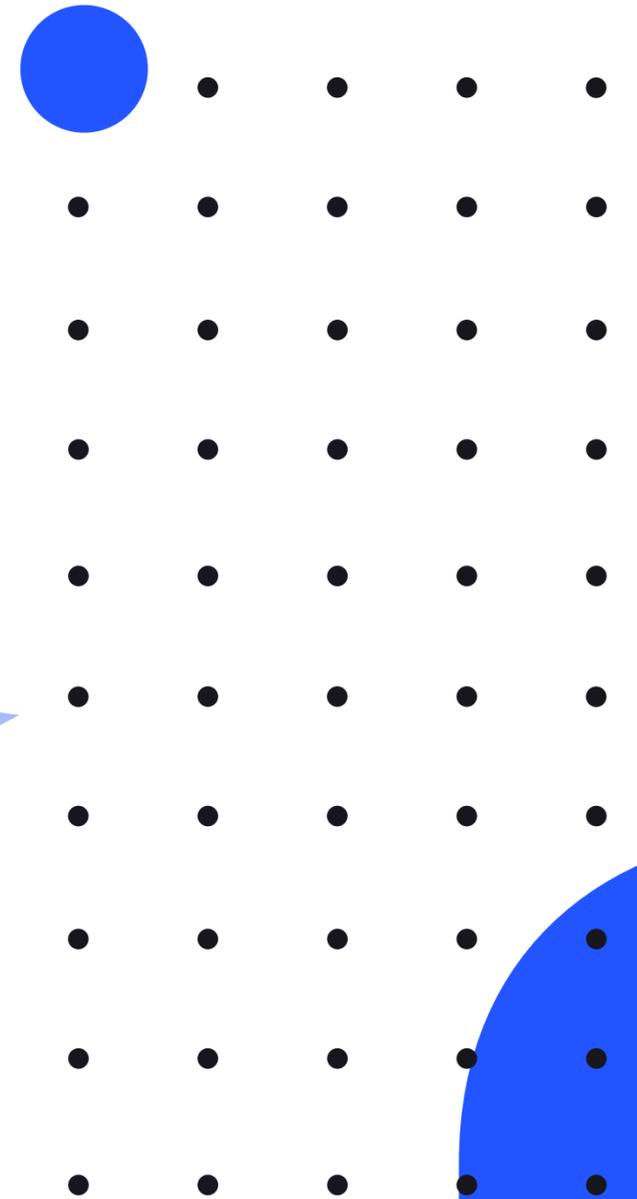


**“Excelente!!! Me encantó! A pesar de que no es lo mismo vivenciar este tipo de espectáculos a través de una pantalla, pude olvidarme de eso, estar atrapada en el maravilloso lenguaje corporal de las actrices. Quedé con muchísimas ganas de saber más de la obra, de cómo surgió, y de volver a vivenciarla en presencia. Soy de Santa Fe y me la había recomendado el año pasado una amiga que la vio en Bs. As. Lo bueno de esto es que pude verla sin esperar a poder viajar hasta allá. Gracias!!!”**  
**(Sobre *La Wagner*).**

**"Hace mucho tenía ganas de ver esta obra pero ser me hacía imposible por los horarios. El vaso medio lleno de una pandemia puede ser esta oportunidad de ver teatro en casa. Una experiencia distinta, histórica. La obra me encantó"**  
**(Sobre *El amor es un bien*).**

**"Muy buena la propuesta; además me gusta mucho este sistema a la gorra, no dejen de usarlo aun cuando esta peste termine, abrazos" (Sobre *Próximo*).**

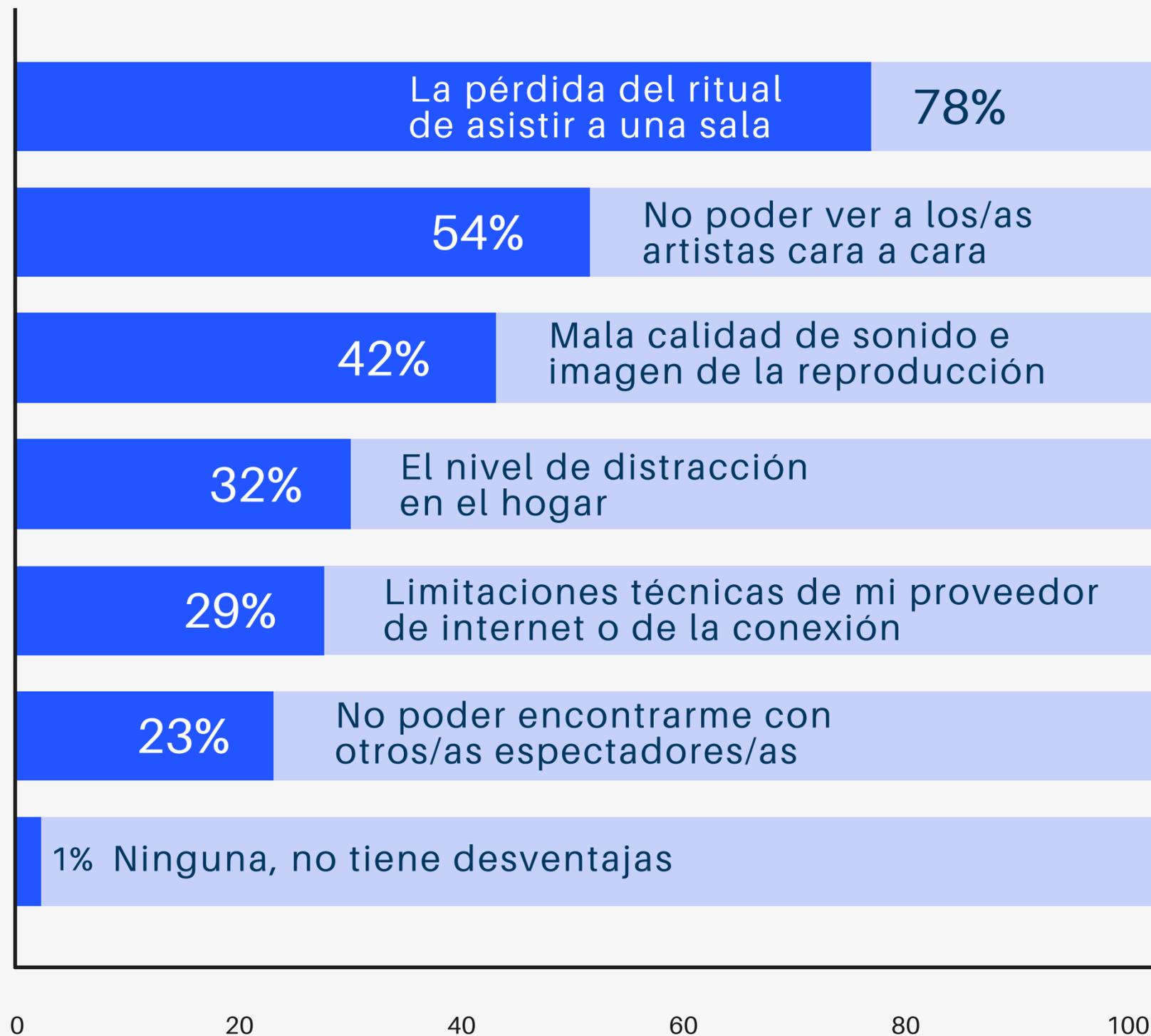
**“Son unos genios... Me gusta la experiencia toda... nunca vi nada ni cerca. Ojalá está nueva forma de reinventarse se quede... Para los del interior del país es medio difícil pagar viaje, entrada, y otras cosas como en mi caso niñera... Gracias” (Sobre *Sex Virtual - Una experiencia privada*).**



# Como espectador/a, ¿cuáles creés que son las desventajas de ver obras de artes escénicas digitales?

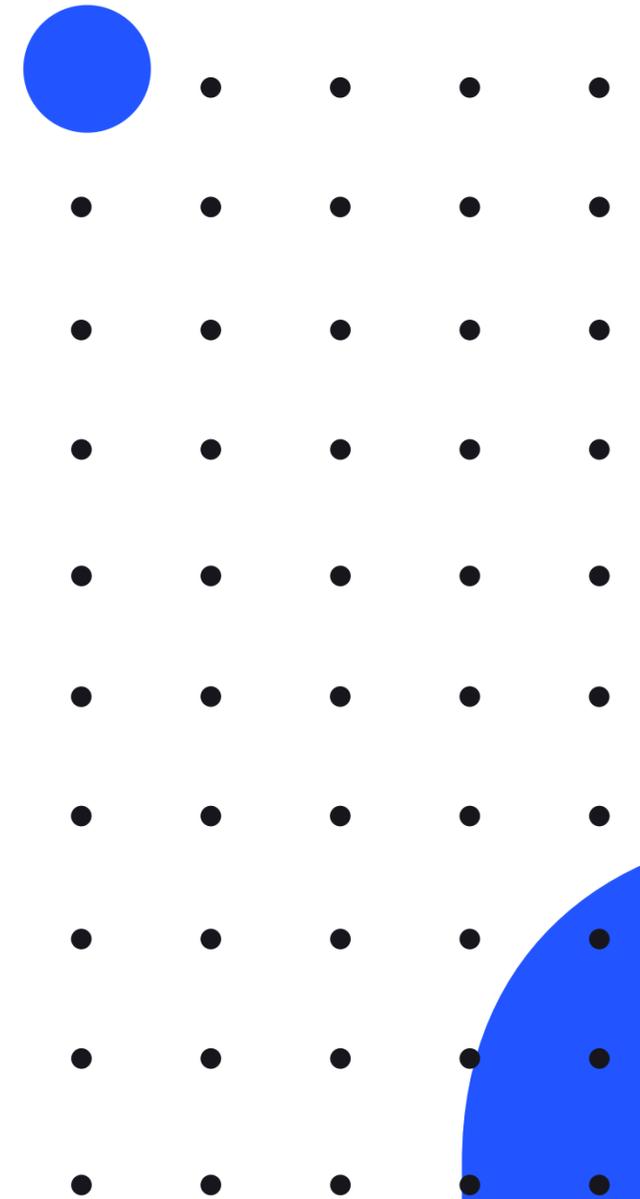
Respuesta múltiple

Base: quienes vieron obras de artes escénicas digitales durante la cuarentena: 2294 casos.





Como parte de otras respuestas que agregan algunos de las personas consultadas, aparecen cuestiones que refuerzan la idea de **ritualidad**, que consideran se pierde con lo digital: las "emociones compartidas", "el clima del vivo", "el aburrimiento de la bidimensionalidad", "la energía del conjunto", "la comunión artista-espectador", "palpar la magia", "la atmósfera sagrada del teatro". Están también quienes sienten cierta **pérdida de libertad**, por no poder elegir lo que se ve, al considerar que está direccionado por el dispositivo, la edición, o el director de cámaras. Por otra parte, hay quienes subrayan que lo digital y lo presencial son experiencias diferentes, **distintos lenguajes**, específicos y no comparables.





Las menciones a la **mala calidad** de imagen y sonido crecen con la edad de los encuestados y alcanzan el 49% entre **mayores** de 65 años.

La **distracción** que se produce en el consumo cultural en la esfera doméstica muestra proporciones superiores entre los consultados de los rangos de **18 a 29** y **30 a 49** años.

Quienes viven tanto fuera de la Ciudad de Buenos Aires como de la Provincia de Buenos Aires se refieren en mayor proporción a las **limitaciones técnicas de su proveedor de internet** (39%).



## ¿Cómo podés evaluar, en general, la experiencia de ver obras de artes escénicas digitales?



**Muy mala**



**Mala**



**Regular**



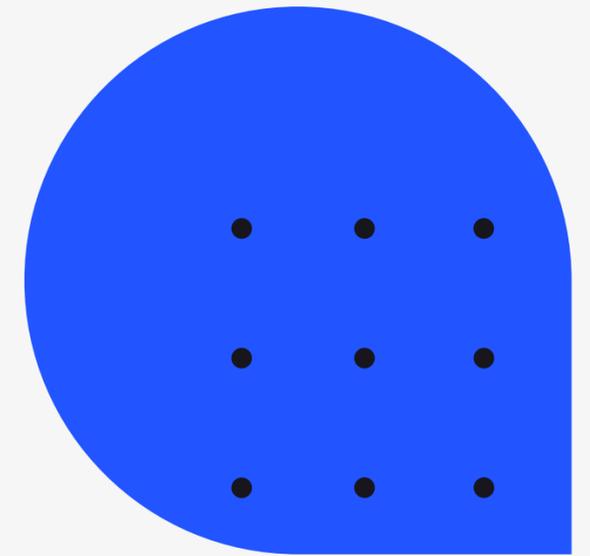
**Buena**



**Muy buena**

Escala de 1 a 10. 1 = muy mala y 10 = muy buena. Pregunta codificada).

Base: quienes vieron obras de artes escénicas digitales durante la cuarentena: 2294 casos.



Se observa una inclinación hacia evaluaciones negativas entre quienes residen en CABA y el Conurbano. A la inversa, las opiniones positivas muestran mayores porcentajes entre quienes viven fuera de los grandes centros urbanos.

## Evaluación de la experiencia de ver artes escénicas digitales Por lugar de residencia

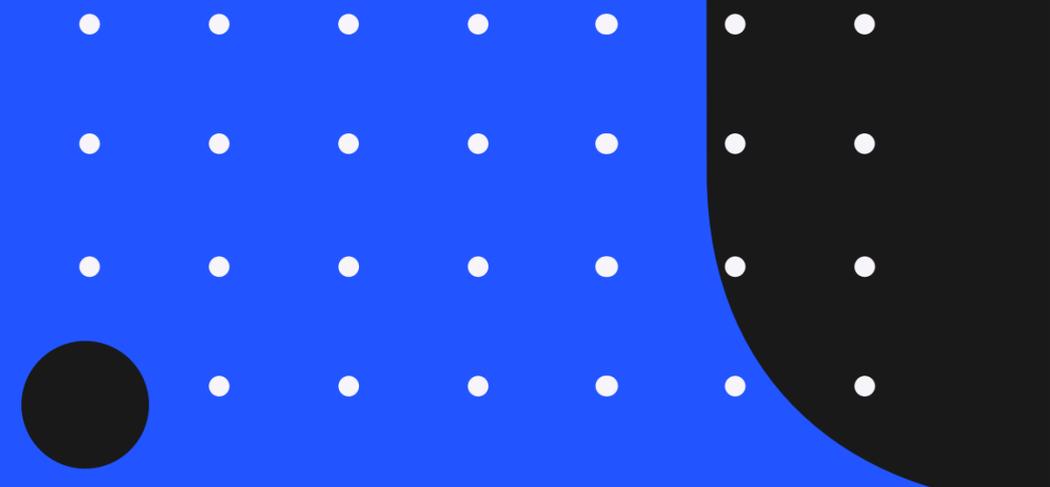
		Lugar de <b>residencia</b>			
		CABA	Conurbano Pcia. Bs As.	Resto Pcia. Bs. As.	Otras provincias
<b>Evaluación</b> de la experiencia de ver <b>artes</b> <b>escénicas</b> <b>digitales</b>	Muy mala	4%	3%	6%	3%
	Mala	<b>10%</b>	<b>9%</b>	5%	4%
	Regular	<b>29%</b>	23%	18%	20%
	Buena	41%	39%	40%	41%
	Muy buena	16%	26%	<b>31%</b>	<b>32%</b>

Se registra una propensión hacia evaluaciones negativas entre participantes intensivos en forma presencial antes de la pandemia.

## Evaluación de la experiencia de ver artes escénicas digitales

### Por frecuencia de asistencia presencial prepandemia

		Frecuencia de asistencia presencial a salas de artes escénicas antes de la pandemia		
		Intensivo	Frecuente	Esporádico
Evaluación de la experiencia de ver <b>artes escénicas digitales</b>	Muy mala	<b>5%</b>	2%	2%
	Mala	<b>11%</b>	6%	5%
	Regular	<b>29%</b>	21%	16%
	Buena	37%	<b>48%</b>	43%
	Muy buena	18%	<b>23%</b>	<b>34%</b>



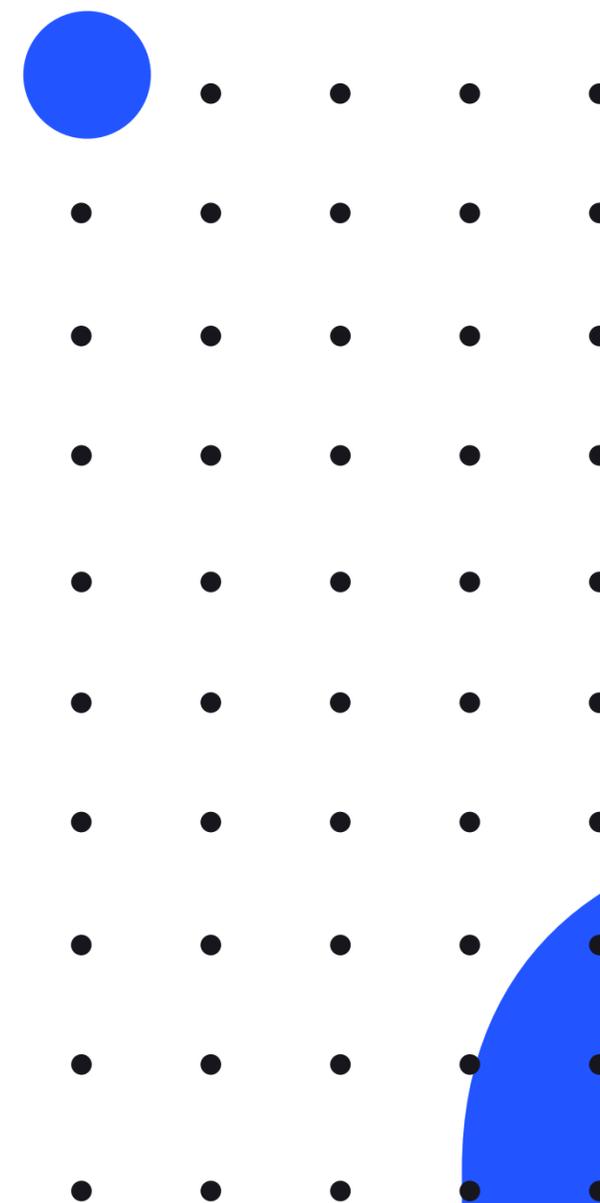
La experiencia previa como audiencias de artes escénicas digitales incide en las evaluaciones positivas.

## Evaluación de la experiencia de ver artes escénicas digitales

Por experiencia previa con el consumo digital de obras

		Consumo de obras de artes escénicas digitales antes de la pandemia			
		Muchas veces	Pocas veces	Una vez	Nunca
<b>Evaluación de la experiencia de ver artes escénicas digitales</b>	Muy mala	1%	4%	3%	<b>5%</b>
	Mala	10%	9%	8%	9%
	Regular	17%	<b>27%</b>	<b>30%</b>	<b>23%</b>
	Buena	38%	42%	39%	40%
	Muy buena	<b>35%</b>	18%	20%	23%

El **vínculo profesional o vocacional** con las artes escénicas impacta, asimismo, en la evaluación de la experiencia digital. Se advierte una tendencia a las calificaciones **negativas** entre quienes tienen relación con este campo y, a la inversa, a las opiniones positivas entre quienes no lo tienen. También hay una inclinación a las evaluaciones negativas entre las personas que sintieron **bronca/enojo** y **angustia** por la imposibilidad de asistir a salas en forma presencial durante 2020. Los comentarios en el sitio de Alternativa y en sus redes sociales nos permiten complejizar el análisis. Los relatos de los/as espectadores/as dan cuenta de una disposición general a **evaluar la experiencia digital por contraste con la presencial**. El 20 de marzo de 2020, para el primer fin de semana de cuarentena en Argentina, en las redes de Alternativa se informa acerca de una propuesta de Teatro Timbre 4, que presentará tres obras escritas y dirigidas por Claudio Tolcachir para ver gratis en forma online (El viento en un violín, Emilia, Dínamo).

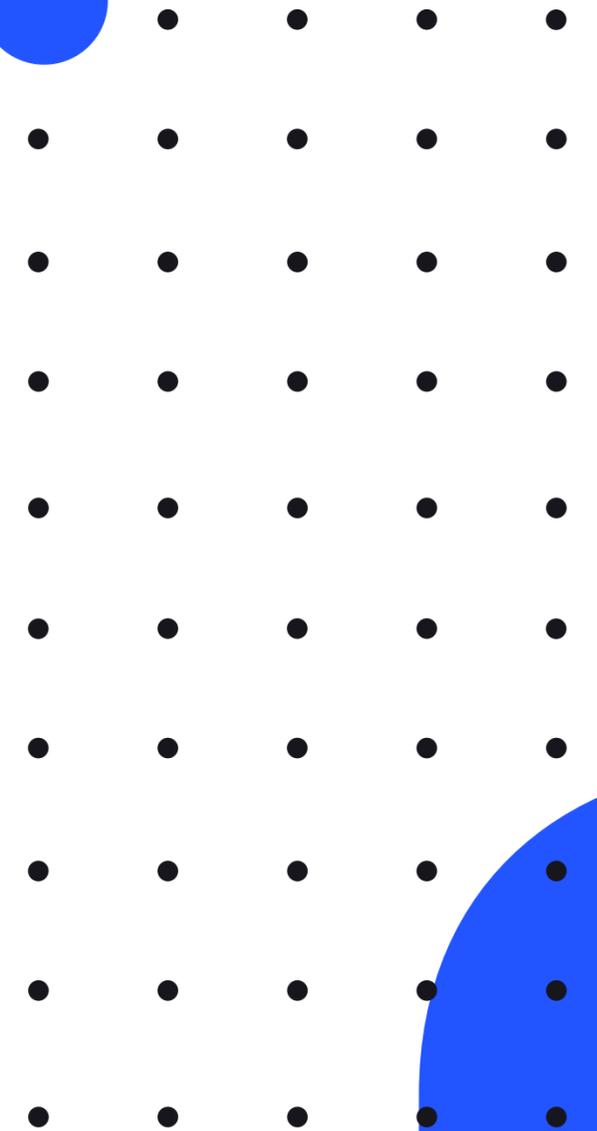


Lo más recurrente entre los comentarios son las consultas sobre este nuevo sistema pero, en algunas de las opiniones, aparece en forma incipiente una discusión que será un eje de debate en distintas reacciones a las publicaciones y que podríamos sintetizar en la idea de **“el arte versus la máquina”**.

Cuatro meses después, a fines de julio de 2020, con una oferta más amplia y variada de obras de artes escénicas digitales, Alternativa lanza una pregunta a sus audiencias en las redes sociales: **el teatro en streaming ¿llegó para quedarse?**

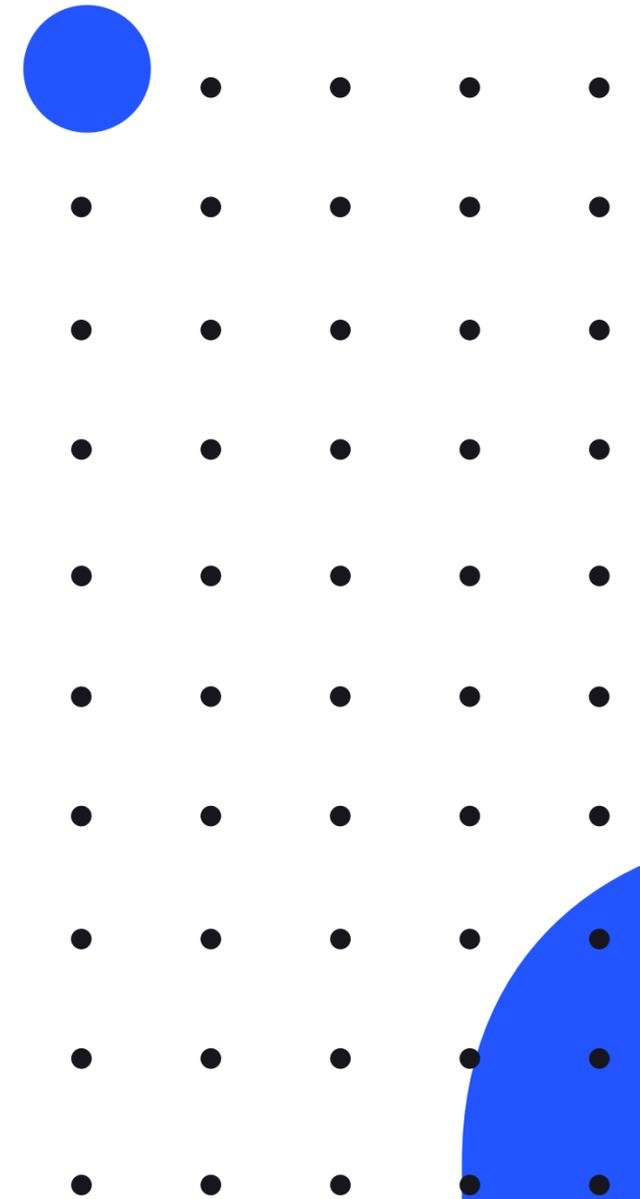
Entre las respuestas surgen varias **reacciones críticas** que plantean, en primer lugar, que no debería llamarse teatro y, en segundo, que sólo se trata de una alternativa para atravesar la crisis, pero que no perdurará.

No obstante, el debate principal remite a la tensión planteada anteriormente entre el arte y la máquina, y que se revela en diversas oposiciones relacionadas que se repetirán en varios comentarios de las

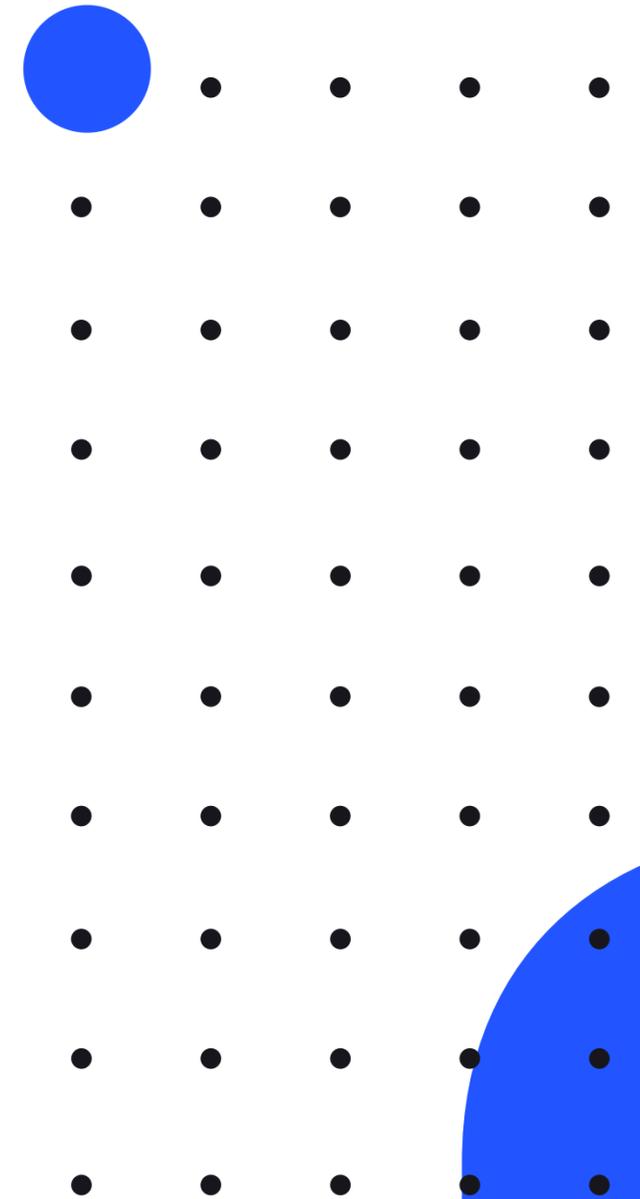


publicaciones: lo vivo del teatro frente a la frialdad y deshumanización de las pantallas, la libertad del arte frente a la pasividad o manipulación de la tecnología.

Sin embargo, podemos hipotetizar que, a medida que se fue extendiendo la cuarentena y ampliando la oferta de obras y propuestas digitales, la **experimentación** de los públicos con obras y artistas en forma específica parece aminorar esa tensión. Es decir, la opinión general ante la idea “abstracta” de artes escénicas digitales produce muchas voces en disputa. Pero cuando hablan de la visualización de determinadas obras en particular, parece, en algunos casos, ponerse en discusión algunos preconceptos. Sin dudas, esta presunción que emerge del análisis de los comentarios y las interacciones en el sitio y en las redes de Alternativa debería ser recuperada en futuras investigaciones.



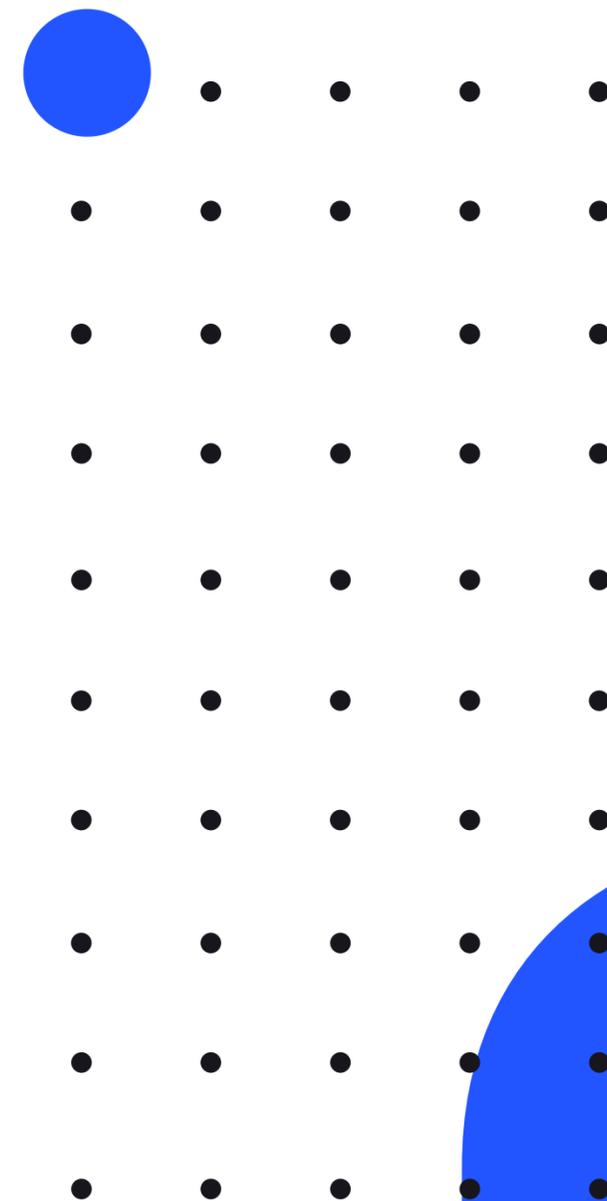
En muchos casos, sobre la experiencia digital con obras particulares se destaca, en esos relatos de los/as espectadores/as, la oportunidad de **acceder a obras que no habían sido vistas en forma presencial** cuando estuvieron programadas. Y, en el caso de obras ya vistas en salas, es reiterada la referencia a una **rememoración emotiva** de una experiencia pasada de su participación como públicos. Emergen en este punto palabras tales como transportar, transmitir, revivir, acercar. En la evaluación que se realiza por contraste con la presencialidad surgen expresiones donde se remarca que hubo disfrute “aunque sea desde casa”, “a pesar de la virtualidad”, “aunque le haya faltado el encuentro en vivo”. Otros expresan que “se logra casi un clima de teatro presencial”, de “haber vuelto al teatro”, “mantiene vivo el teatro”, “revive la magia del teatro”, “reinventa algo similar a estar todos juntos compartiendo un espectáculo”. La palabra **magia** es recurrente en una suerte de sacralización de la presencialidad.



Si bien el contraste tiende a privilegiar lo presencial, no parece una ruptura cuando se evalúa desde la experiencia con obras de artes escénicas en particular. En muchas ocasiones emerge una suerte de continuidad o **retroalimentación** entre esas esferas que deriva, en general, en opiniones positivas: los públicos que ya vieron la obra en el pasado y optaron por volver a verla en formato digital, y quienes la conocieron online y esperan poder verla en una sala si se vuelve a programar.

**“Vi la obra 2 veces, una en el Cultural San Martín y otra en el Payró. La recomendé hasta el hartazgo y siempre quedé bien. Me reí mucho y lloré al final. Como una buena vida. Hermoso volver a visitar la obra en video. Gracias”**  
*(Sobre **Todo tendría sentido si no existiera la muerte**).*

**“No me van a creer si les digo que hace 10 años que quiero verla y siempre aparece un motivo para diferirla. La cuarentena me ayudó”** *(Sobre **La omisión de la familia Coleman**).*



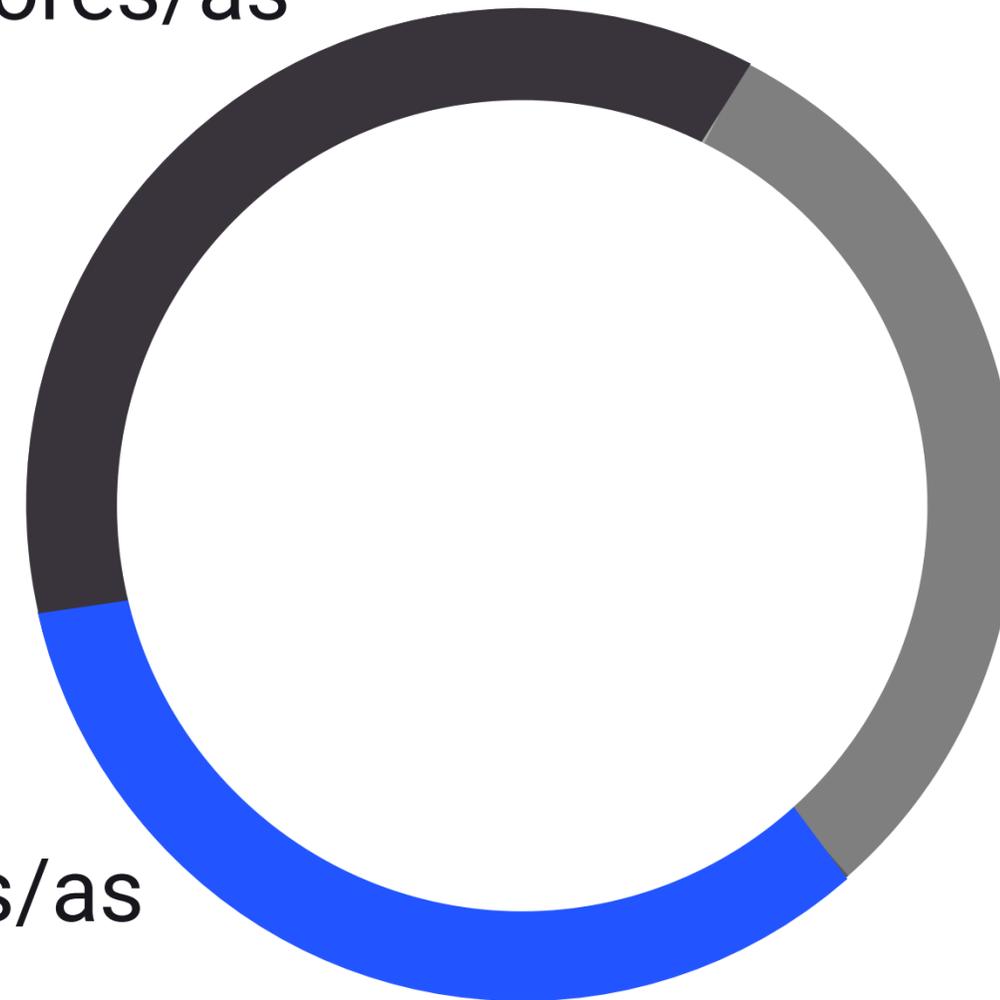


# Posibilidades de recomendación de la experiencia de ver obras de artes escénicas digitales

Base: quienes vieron obras de artes escénicas digitales durante la cuarentena: 2294 casos.



Detractores/as  
36%



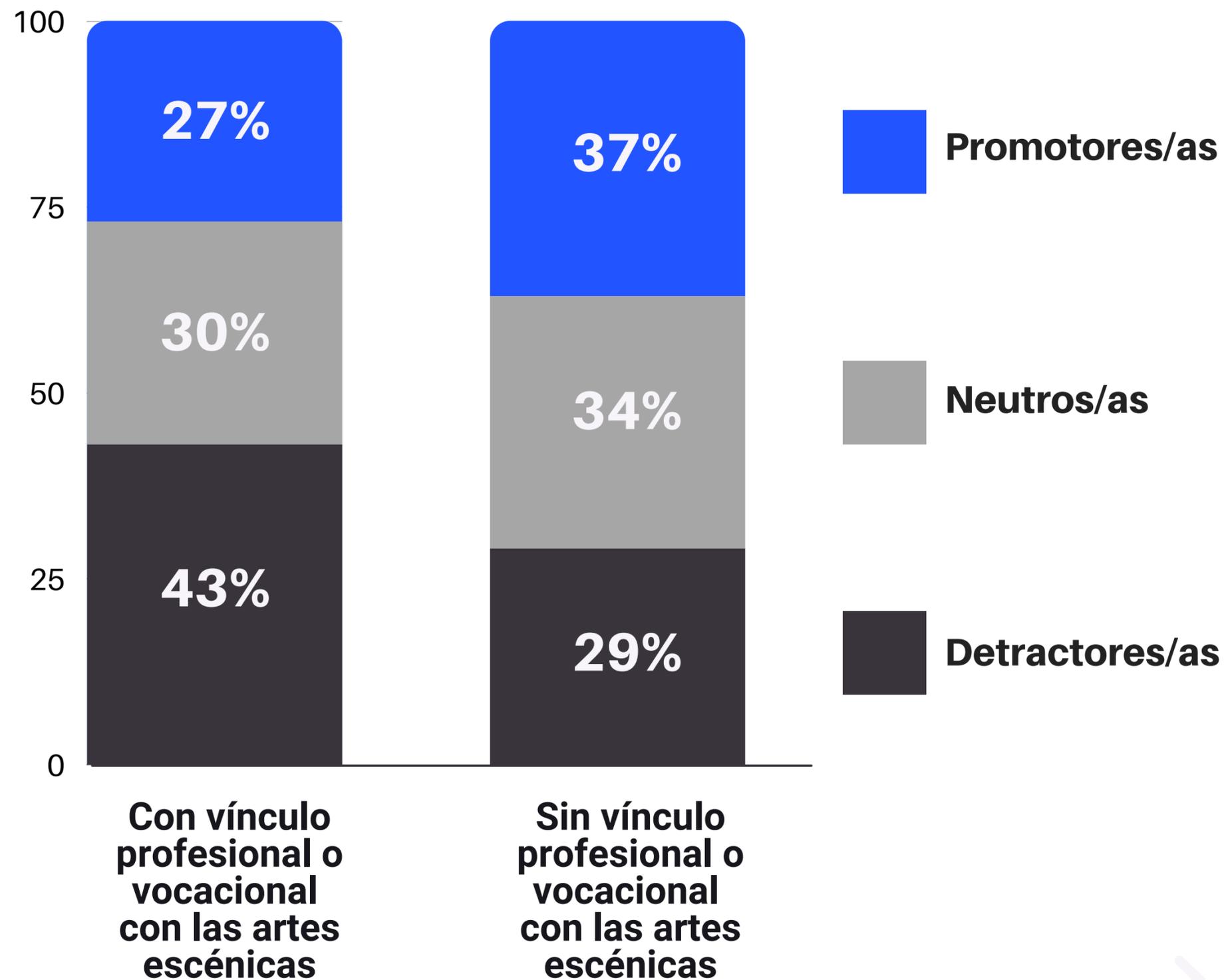
Promotores/as  
33%

Neutros/as  
31%

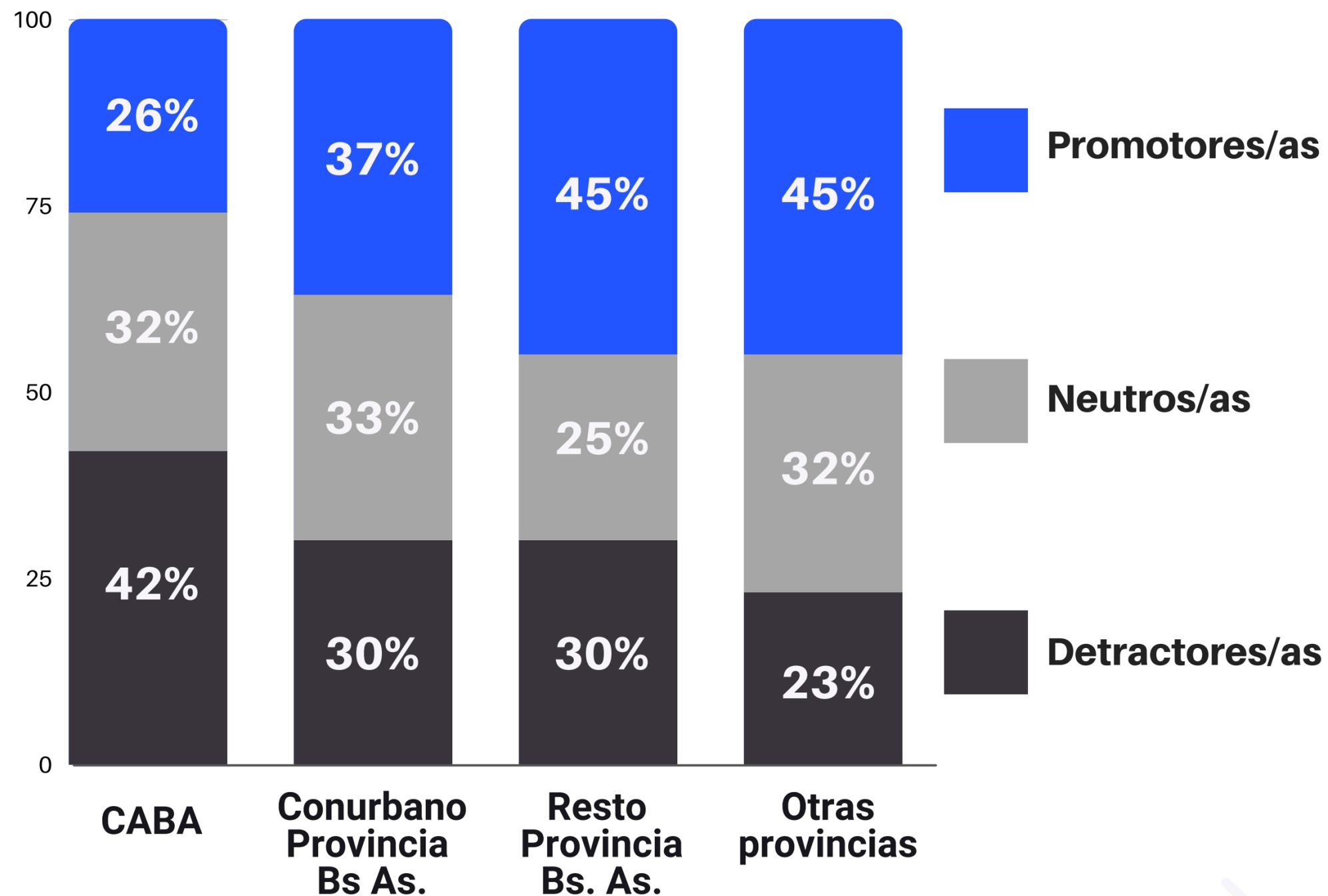
Pregunta recodificada. ¿En qué grado recomendarías a otras personas la experiencia de ver obras de artes escénicas digitales? Escala de 1 y 10.  
1 = "seguramente no lo recomendaría";  
10 = "seguramente sí lo recomendaría".



Las posibilidades de recomendación de la experiencia digital cambian según su relación con el campo de las artes escénicas.



La probabilidad de recomendación de la experiencia digital también presenta ciertas tendencias según el lugar de residencia.

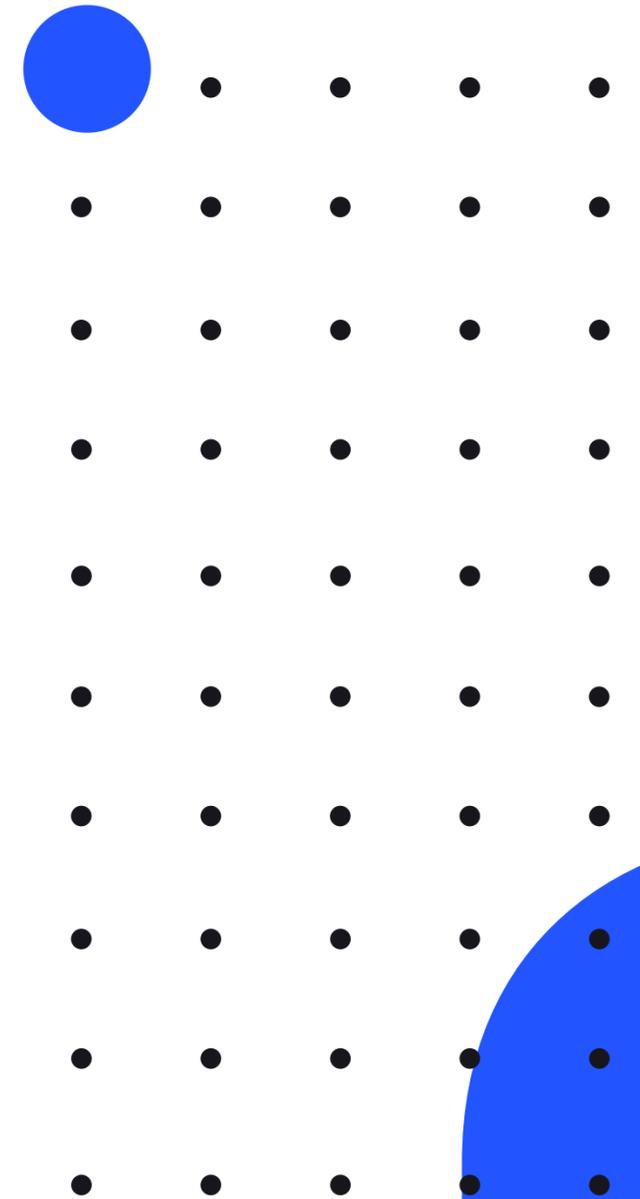




Los/as espectadores/as **presenciales intensivos prepandemia** también tienden a mostrarse como posibles **detractores/as** en mayor medida (42%) que los/as asistentes esporádicos (24%).

Por otra parte, quienes participaron en forma más **intensa** en el consumo de **artes escénicas digitales** durante la cuarentena se inclinan a ser potenciales **promotores/as** (41% frente a 26% de los que lo hicieron en forma esporádica).

Las sensaciones ante la imposibilidad de concurrir a espacios de artes escénicas durante 2020 también tienen cierto peso en la potencial recomendación de la experiencia digital. Las personas que sintieron **bronca/enojo** y **angustia** tienden a ser potenciales **detractores/as** en mayor medida.

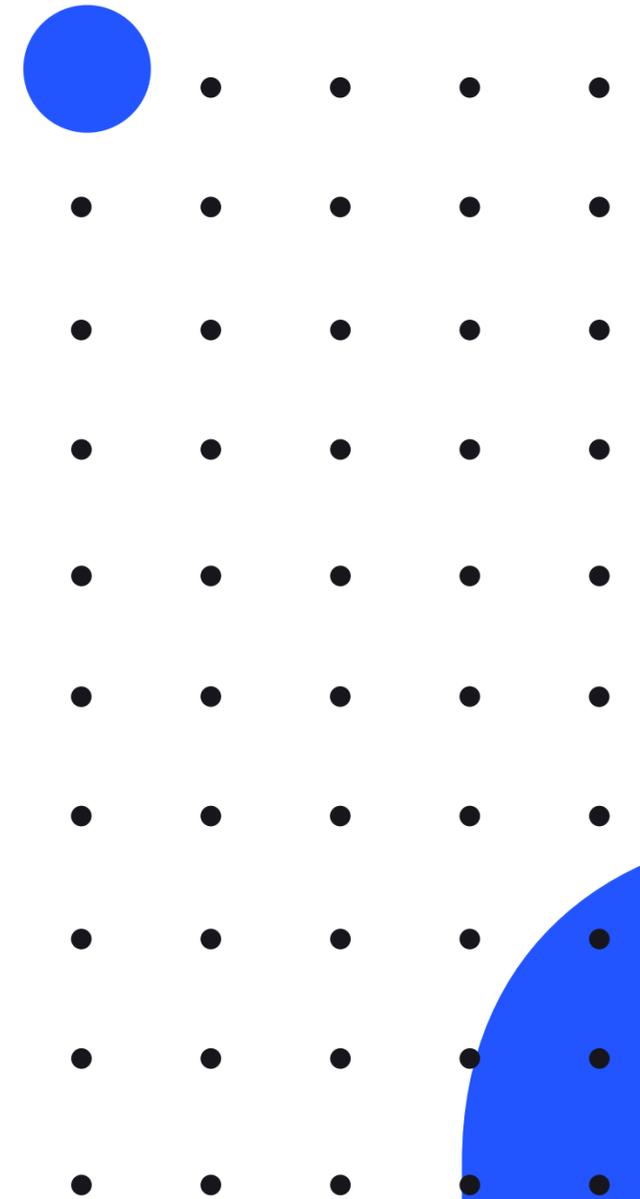




También se observa una tendencia superior a constituirse como potenciales **promotores/as** de la experiencia de ver artes escénicas digitales entre quienes, durante la cuarentena, las vieron con sus **hijos e hijas**. Asimismo, encontramos una proporción mayor de promotores/as entre las **mujeres** (36% frente a 26% de hombres) y, a la inversa, porcentajes superiores de detractores/as entre los hombres (44% versus 31% en mujeres).

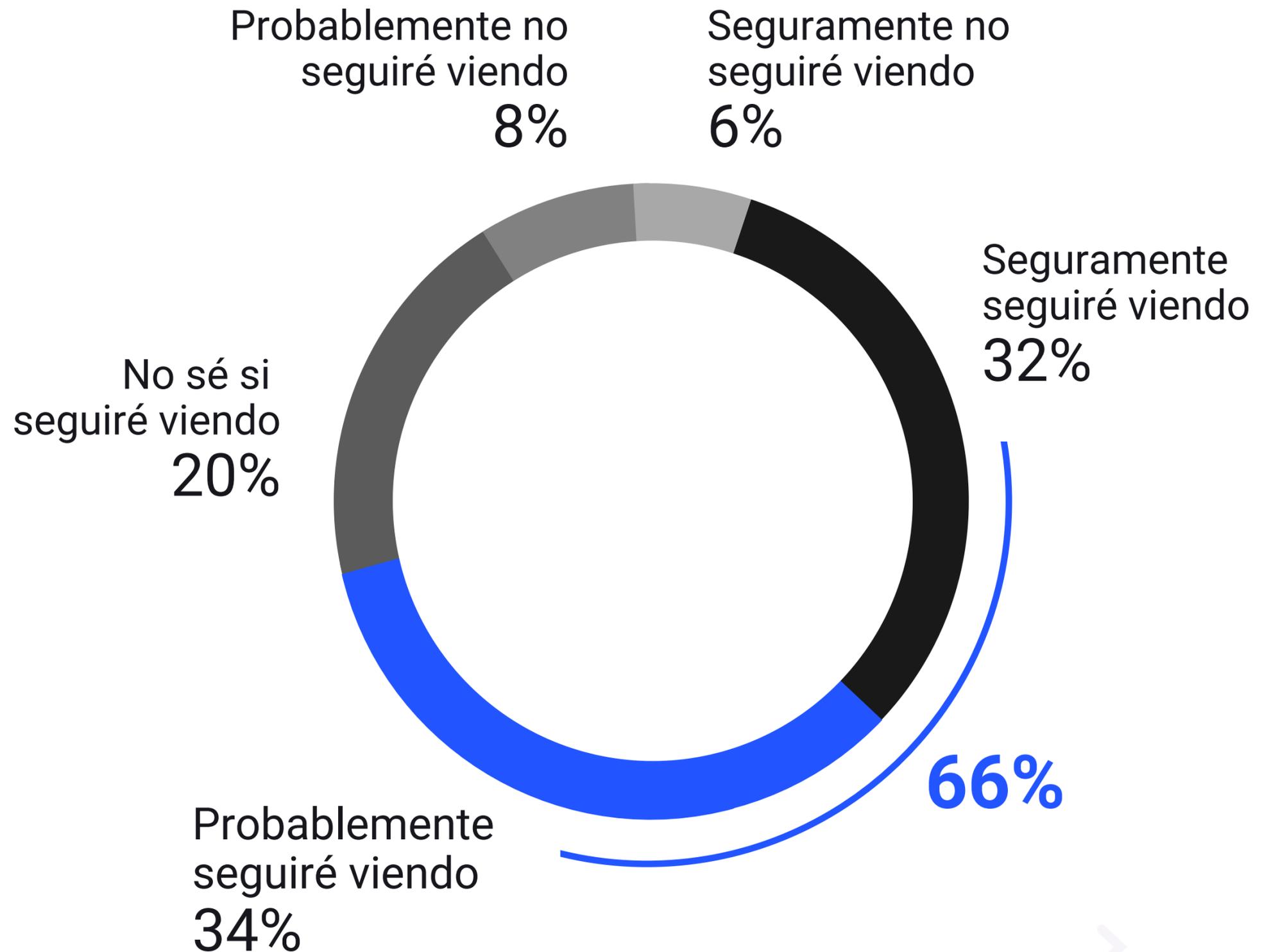
Por último, hay una inclinación a promover la experiencia entre quienes destacan, entre las ventajas de las artes escénicas digitales, la posibilidad de visualizar **varias personas una misma obra con una misma entrada**, y la oportunidad de **conocer nuevos artistas**.

En cambio, hay una proporción mayor de **detractores/as** entre los que marcaron como desventaja **la mala calidad de sonido e imagen de la reproducción**.



# Ante la reapertura de las salas para asistir en forma presencial, ¿cuál de las siguientes frases define mejor su intención de continuar viendo obras de artes escénicas digitales?

Base: quienes vieron obras de artes escénicas digitales durante la cuarentena: 2294 casos.

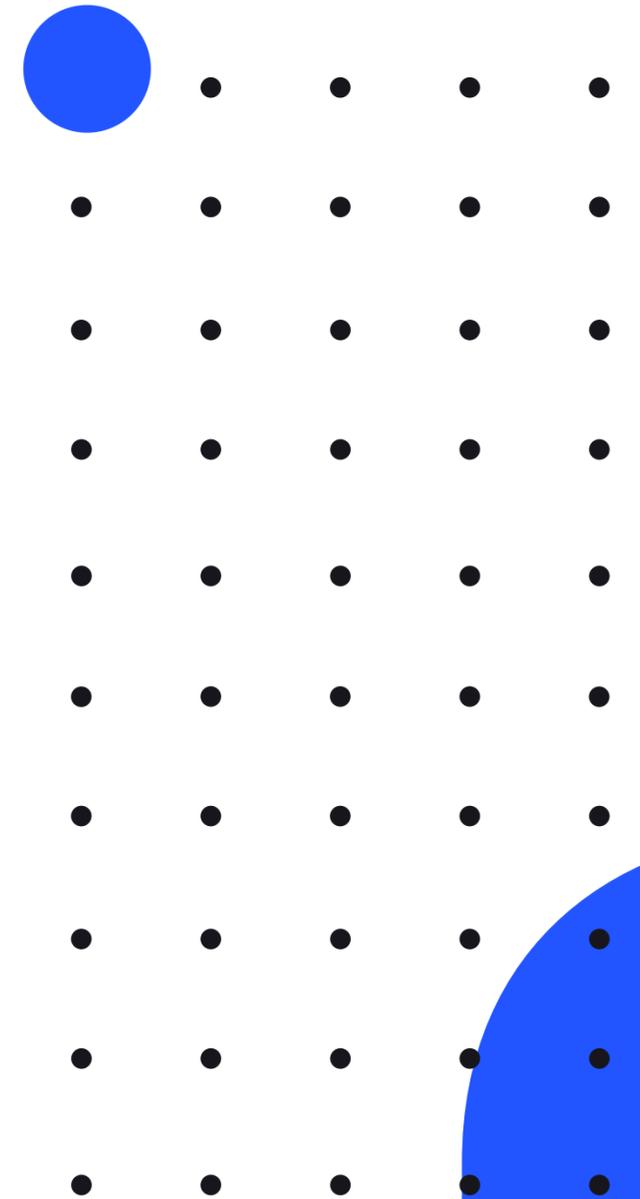




Se advierte una predisposición algo mayor a manifestar que **seguramente continuarán** viendo obras de artes escénicas digitales en los rangos etarios **mayores de 30 años** en comparación con los/as espectadores/as de 18 a 29 años. Asimismo, se da esta inclinación entre quienes viven **fuera de la Ciudad de Buenos Aires**.

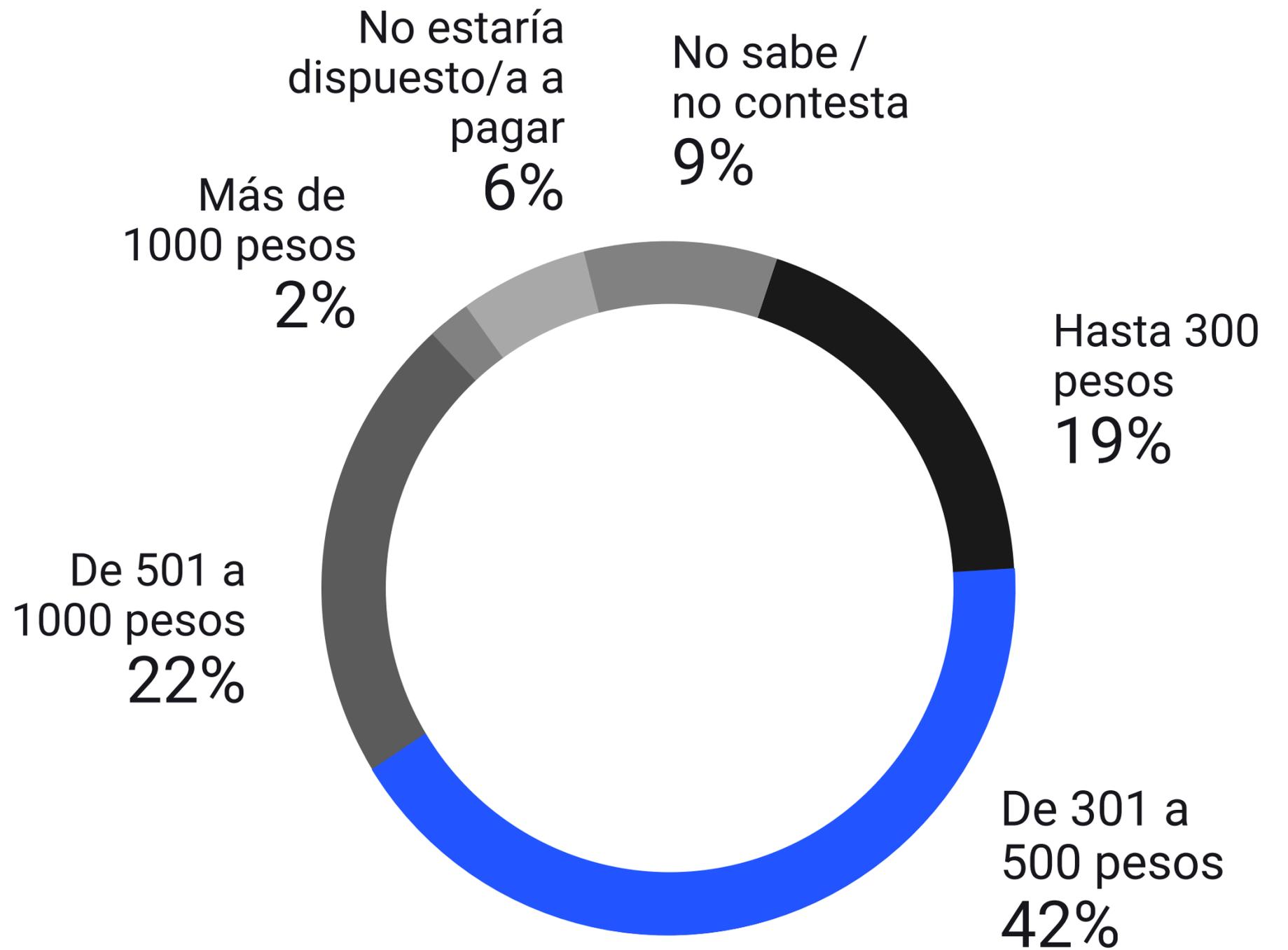
En contraste, y respecto de los hábitos previos, hay una **menor tendencia** a continuar viendo artes escénicas digitales entre los participantes más **intensivos en forma presencial** antes de la pandemia.

Además, se registra una propensión superior a manifestar que **seguramente** seguirán consumiendo artes escénicas digitales entre las personas que destacaron como ventaja la posibilidad de ver más cantidad de propuestas al **evitar la superposición horaria**.

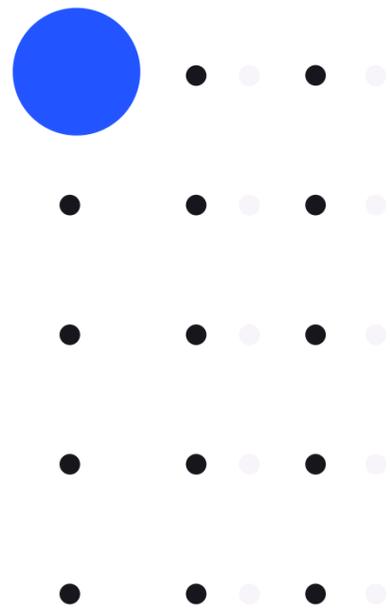


# ¿Cuánto estarías dispuesto/a a pagar por una función de artes escénicas digitales, con buena calidad de imagen y sonido?

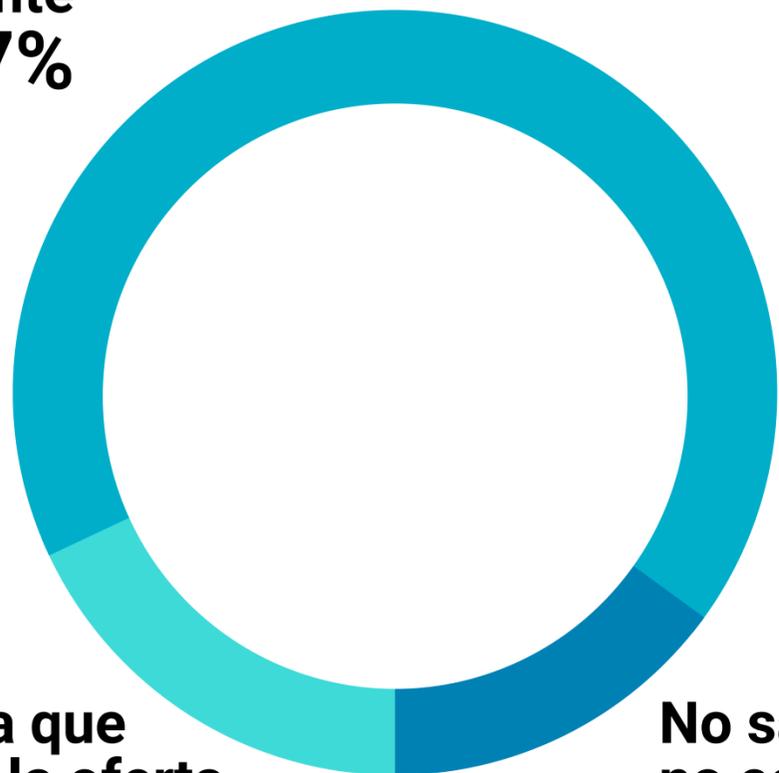
Base: quienes vieron obras de artes escénicas digitales durante la cuarentena: 2294 casos.



## ¿Cuál es el modo de acceso a las obras de artes escénicas digitales que preferís?



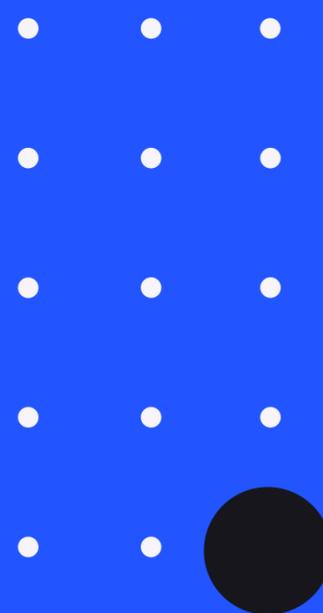
Acceso/pago a las obras individualmente  
**67%**



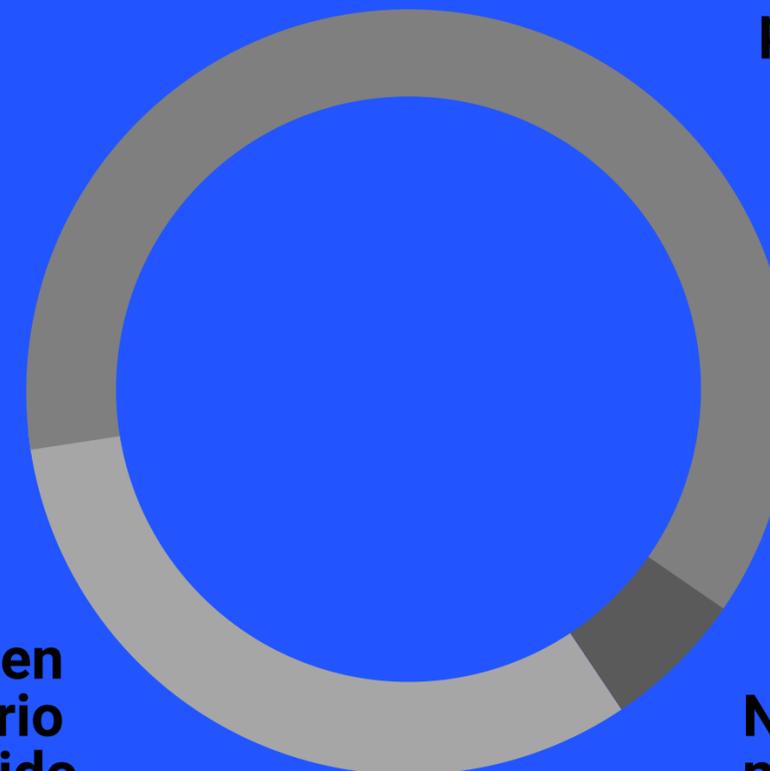
Suscripción a una plataforma que contenga toda la oferta  
**18%**

No sabe, no contesta  
**15%**

## ¿Cuál de las siguientes opciones preferís a la hora de ver obras de artes escénicas digitales?



Grabado, disponible para ver en cualquier momento  
**62%**



En vivo en un horario establecido  
**32%**

No sabe, no contesta  
**6%**

# Consideraciones finales

La hibridación no es un concepto nuevo y ha implicado diversas discusiones en las ciencias sociales en las últimas décadas. Mucho antes de que las obras aparecieran en las pantallas, las pantallas ya estaban en las obras, en ocasiones con un rol protagónico. Sin embargo, el término ocupó en 2020 una parte importante de las reflexiones y conversaciones sobre gestión cultural impulsadas por la pandemia y el consecuente confinamiento, específicamente para referirse a la dinámica presencial-virtual.

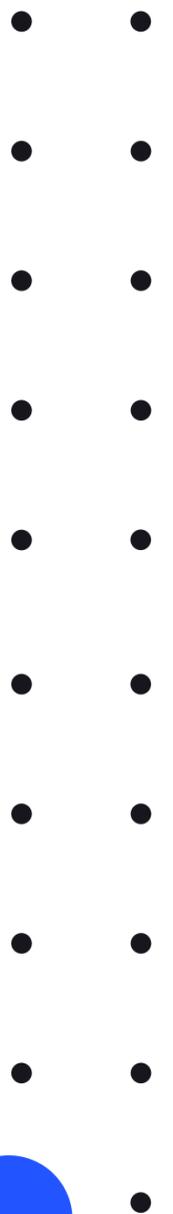
A medida que transcurría el año y lo digital ganaba centralidad en las diversas esferas de la vida cotidiana, desde los trámites, la educación, hasta el ocio y los consumos culturales, nos preguntábamos si habría una vuelta atrás en la postpandemia o si lo híbrido estaba finalmente consolidándose.



El interrogante alcanzó también al campo de las artes escénicas, donde se generaron nuevas formas de creatividad y producción, así como también de circulación y consumo. Bajo esas condiciones, el objetivo de esta investigación fue indagar y analizar los nuevos comportamientos y necesidades de los públicos y compartir los principales datos como un aporte para la reflexión sobre los posibles escenarios a mediano y largo plazo para la creación, la gestión y la construcción de audiencias.

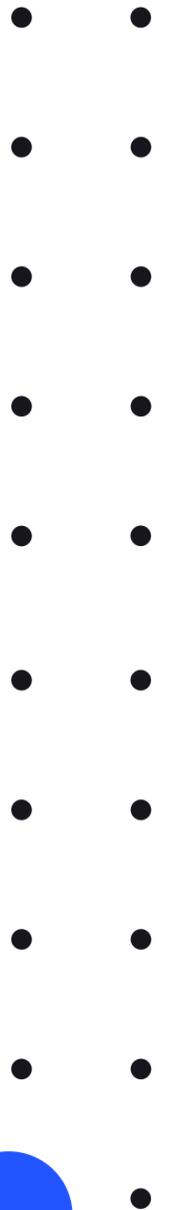
Repasando algunos de los resultados, es significativo que el 79% de las personas consultadas haya visto al menos una obra de artes escénicas digitales durante la cuarentena y un 30% lo haya hecho en forma intensiva, es decir, una vez por semana o con mayor frecuencia. Asimismo, entre quienes vieron obras bajo esta modalidad, la mitad ya lo había hecho en la etapa prepandémica, y la otra mitad se corresponde con nuevos consumidores digitales debido al confinamiento y el cierre de las salas.

Las razones por las cuales los/as encuestados/as se acercaron a las artes escénicas mediatizadas son significativas: por un lado, el mayor porcentaje buscó cubrir una carencia, acceder a lo que no había logrado ver de manera presencial. Otro porcentaje muy cercano vio lo producido en cuarentena, es decir, que en este conjunto se incluyen las zonas más experimentales, las pruebas, las búsquedas, además de aquello que decíamos que intentaba reproducir experiencias previas, como volver a ver —pero ahora en las pantallas— lo ya visto en los escenarios.



Lo digital, tanto en los resultados de la encuesta como en los comentarios en las redes sociales y el sitio de Alternativa, se presenta principalmente como una experiencia novedosa a la vez que como una nueva oportunidad. Aunque para varios aparece como un “a pesar de”, es también lo que los mantuvo conectados con lo que ellos mismos definen como “la magia del teatro”, que no se agota en el momento de ver las obras, sino en toda la ritualidad que conlleva. En efecto, la pérdida de esa ritualidad que para muchos/as implica la participación presencial es la desventaja principal que señalan respecto de la visualización de obras de artes escénicas digitales, sobre todo entre los públicos más intensivos o vinculados profesional o vocacionalmente con el campo. Entre estos/as espectadores/as emergen también con persistencia, como señalamos, los debates que oponen el arte a la tecnología.

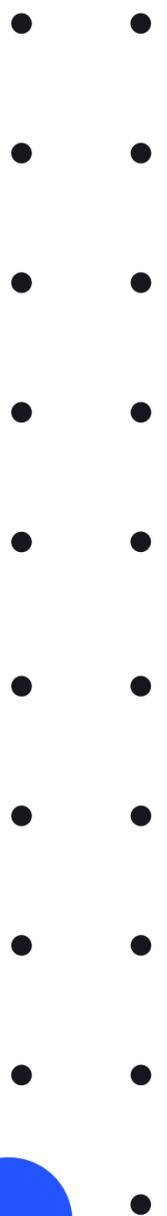
Las transformaciones y las tensiones en torno a la mediatización de las artes escénicas deben ser puestas en contexto: las salas, en su mayoría, constituyen uno de los pocos espacios en donde todavía se acostumbra a apagar los teléfonos celulares al ingresar. En ese sentido, la superposición de pantallas aparece como un fenómeno a tener en cuenta. Algo que no es nuevo en absoluto respecto de otros consumos culturales representa un hábito significativo para el consumo de las artes escénicas digitales: chequear WhatsApp o intervenir en las redes mientras se mira una obra. Es cierto que la franja etaria de los más jóvenes es más propensa a esta



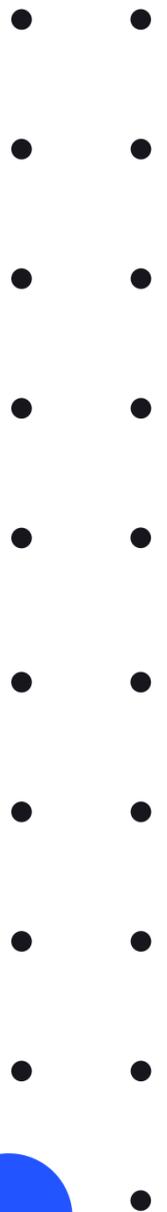
actividad simultánea, pero también comprobamos que esta práctica se da en una proporción de las personas mayores. Cuando la pandemia sea definitivamente superada, ¿en qué medida las pautas que rigen la experiencia de consumo se habrán visto alteradas por el hábito adquirido durante la cuarentena?

Al momento de evaluar la experiencia digital, 6 de cada 10 personas consultadas en la encuesta la calificaron positivamente: el 22% la consideró muy buena y el 40% buena. Además, un 32% dijo que seguramente seguirá viendo obras digitales cuando reabran las salas, y un 34% que probablemente lo hará. Las nuevas posibilidades de acceso que trajo la mediatización de las artes escénicas sugieren que una parte del fenómeno llegó para instalarse definitivamente. En efecto, poder ver las obras sin vivir en la ciudad en la que se presentan es la principal ventaja que se menciona, con el 67%. En las intervenciones en las redes sociales y el sitio de Alternativa también se subraya esta oportunidad, e incluso muchos piden que se tenga en cuenta la continuidad de este tipo de propuestas para quienes viven fuera de los centros urbanos donde se concentra la oferta de artes escénicas. La pregunta, en todo caso, debe considerar las dos caras del asunto: ¿qué se gana y qué se pierde con el consumo a distancia?

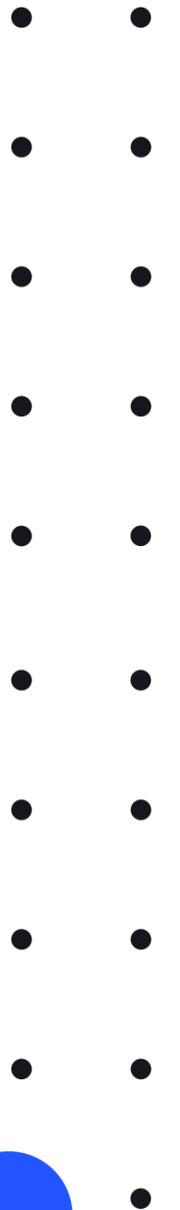
Esta investigación implicó un primer acercamiento al consumo de artes escénicas digitales que deberá seguir profundizándose en futuros estudios, ya que al momento de publicación de este informe todavía estamos transitando la pandemia, con un porcentaje aún bajo de la población



vacunada, con varias salas que aún no han abierto, y con la incertidumbre de posibles nuevas olas de Covid19 con desconocidas consecuencias. Sin dudas, el consumo digital deberá continuar investigándose en diferentes contextos, ya que los datos actuales nos indican lo que experimentan y sienten hoy los públicos sobre sus prácticas a corto y mediano plazo, pero no lo que efectivamente va a suceder. Lo que sí podemos afirmar con más certeza es que, al igual que en nuestra investigación anterior sobre los públicos de teatro independiente en la Ciudad de Buenos Aires, los datos dan cuenta de la heterogeneidad de las audiencias contemporáneas. Por ello es que no es posible hablar del público en singular, sino de públicos. En efecto, vimos que, quienes fueron participantes intensivos de lo digital, también eran espectadores/as intensivos presenciales. Pero, al mismo tiempo, los públicos más especializados son también los/as que se muestran en mayor medida como potenciales detractores para recomendar a otras personas la experiencia de ver artes escénicas online. Son, además, los que retornaron más rápido ante las recientes reaperturas, o los que piensan que volverán inmediatamente cuando encuentren una obra de su interés. Pero también están quienes viven fuera de los grandes centros urbanos, o que tienen otras dificultades de acceso a lo presencial, que esperan una continuidad con la oferta digital. Estas respuestas son una clave de por qué estas mediatizaciones llegaron para quedarse. Porque responden a un horizonte de expectativa.

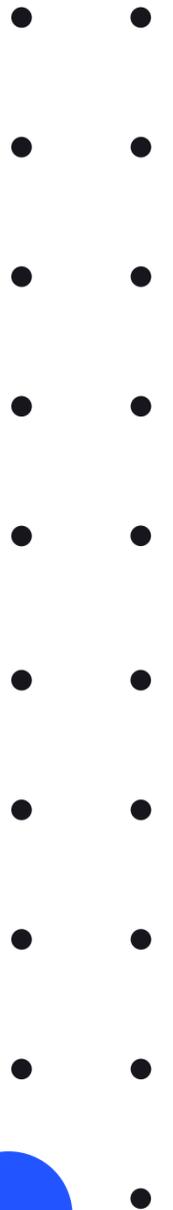


Será clave para artistas, gestores y espacios de artes escénicas tener en cuenta esa diversidad de intereses y necesidades de distintos públicos para pensar sus propuestas en los próximos años en clave de hibridación. La experiencia de 2020 puso en el centro la discusión sobre diversas fronteras. La tensión entre arte y tecnología, por ejemplo, y la exploración de nuevos formatos. La ruptura de límites territoriales, por el acceso de algunos públicos que ya no están condicionados por la necesidad de trasladarse. En definitiva, la discusión en torno a algunas fronteras conceptuales rígidas que solemnizan el consumo en determinados espacios y de determinadas formas, que reclaman un *deber ser* y una *autenticidad*, que legitiman y deslegitiman. Es probable que se mantenga latente el interrogante en torno a si este universo de prácticas y representaciones sigue siendo teatro o no; lo que no pueden mantenerse son las respuestas más reduccionistas, mucho menos si no contemplan todas estas prácticas y todos estos discursos de aquéllos que —también— hacen posible que el teatro siga siendo una experiencia vigente y abierta a la experimentación: los/as espectadores/as. Las artes escénicas son una práctica milenaria, pero desde sus orígenes hasta la actualidad han ido atravesando distintas transformaciones, no sólo en la forma en que se representan las obras ni en la arquitectura de las salas, sino también en el rol que se le adjudica, en su vida política, social y cultural. Ni las artes escénicas ni los públicos permanecen idénticos que en sus



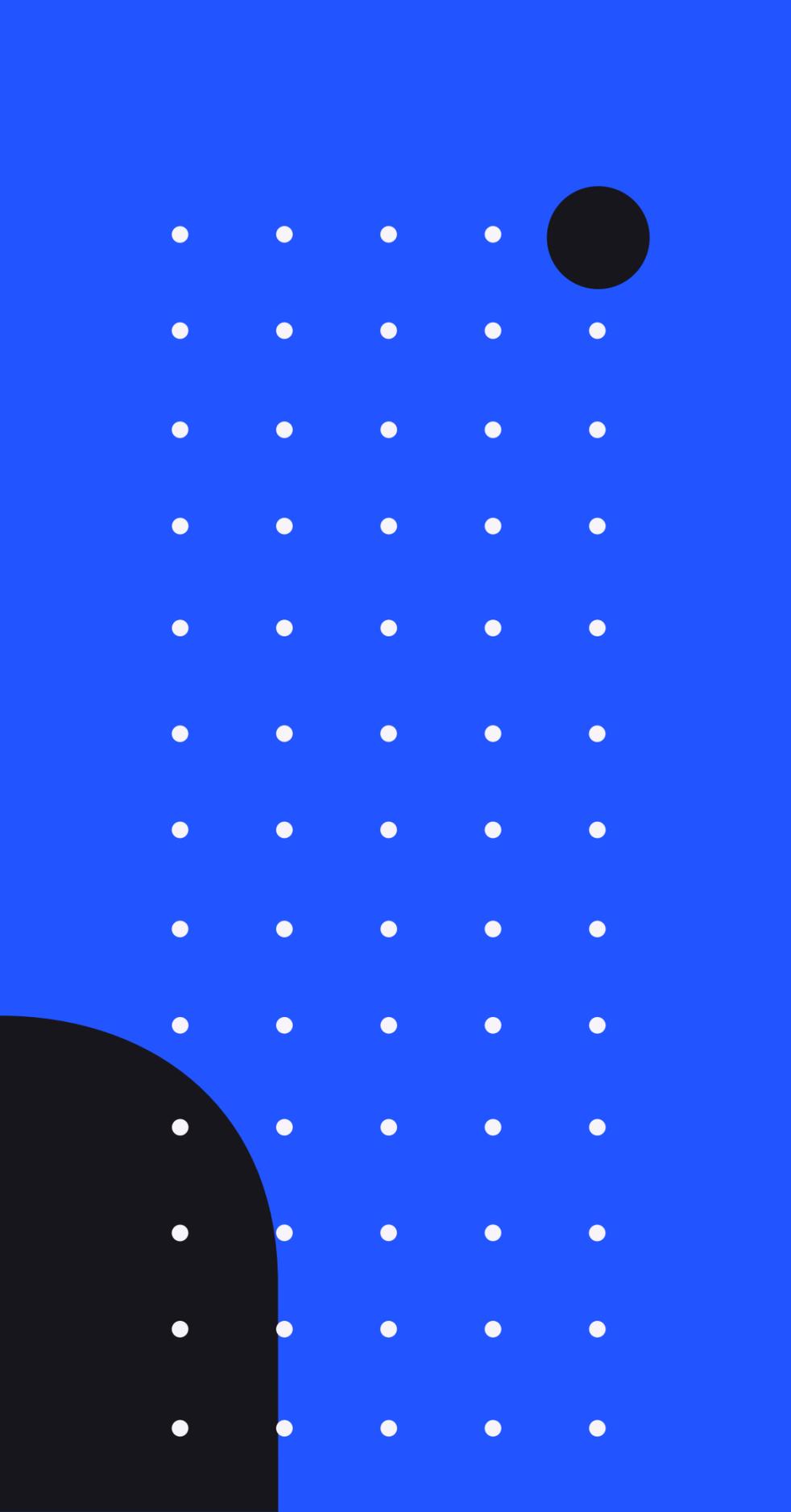
orígenes: ése es el motivo por el cual es necesario adoptar una concepción dinámica, compleja y sistémica.

Por último, y como en otras ocasiones, queremos subrayar la relevancia del desarrollo de una política cultural pública que no sólo cubra la emergencia, sino que fomente la creación de obras de artes escénicas digitales en contextos postpandémicos, la exploración de nuevos lenguajes, la formación en herramientas técnicas y, también, la formación de públicos y la investigación y reflexión permanente desde el punto de vista de la dinámica de los consumos culturales.



# Bibliografía consultada

- Alternativa y Enfoque Consumos Culturales (2020). Públicos de teatro. Perfiles y hábitos entre los espectadores de teatro independiente en la Ciudad de Buenos Aires. <http://enfoqueconsumosculturales.org.ar/investigaciones-realizadas/>
- Alternativa Teatral (2004). Explorando las fronteras de la teatralidad: internet y el público global. Reportaje de Javier Acuña a Pablo Iglesias. Recuperado de <http://www.alternivateatral.com/nota31-explorando-las-fronteras-de-la-teatralidad-internet-y-el-publico-global>
- Alternativa Teatral, Javier Acuña (2005). El teatro frente a un nuevo paradigma. Recuperado de <http://www.alternivateatral.com/nota34-el-teatro-frente-a-un-nuevo-paradigma>
- Ente Nacional de Comunicaciones, ENACOM (2020). Datos abiertos. Acceso a internet. Recuperado de <https://datosabiertos.enacom.gob.ar/dashboards/20000/acceso-a-internet/>
- ESCENA, Espacios Escénicos Autónomos (2020). Públicos, audiencias y comunidades esénicas en contexto de Covid 19. Recuperado de <https://www.escena.com.ar/informe-publicos/>
- Fernández, José Luis (2021). Vidas mediáticas. Entre lo masivo y lo individual. La Crujía, Buenos Aires.

- 
- Instituto Nacional de Estadística y Censos, INDEC (2020). Acceso y uso de tecnologías de la información y la comunicación. EPH. Cuarto cuatrimestre de 2019. Informes Técnicos. Vol. 4, nº 83, Ciencia y tecnología. Vol. 4, nº 1. Recuperado de [https://www.indec.gob.ar/uploads/informesdeprensa/mautic\\_05\\_20A36AF16B31.pdf](https://www.indec.gob.ar/uploads/informesdeprensa/mautic_05_20A36AF16B31.pdf)
  - Instituto Nacional de Estadística y Censos, INDEC (2020). Accesos a internet. Tercer trimestre de 2020. Informes técnicos. Vol. 4, nº 222, Servicios. Vol. 4, N° 15. Recuperado de [https://www.indec.gob.ar/uploads/informesdeprensa/internet\\_12\\_204891AAE2F8.pdf](https://www.indec.gob.ar/uploads/informesdeprensa/internet_12_204891AAE2F8.pdf)
  - Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio del Gobierno de Chile, Unidad de Programación y Públicos (2020). Estudios de públicos en confinamiento. Recuperado de <https://programacionypublicos.cultura.gob.cl/seminario-internacional-2020/>
  - Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio del Gobierno de Chile, Unidad de Programación y Públicos (2020). Consulta online públicos y Covid-19. Recuperado de <https://programacionypublicos.cultura.gob.cl/>
  - Sistema de Información Cultural de la Argentina (SINCA) (2017). En la Argentina hay más de 1.500 salas de teatro. Recuperado de <https://www.sinca.gob.ar/VerNoticia.aspx?Id=35>
  - We are social y Hootsuite (2021). Digital 2021, Argentina. Recuperado de [https://www.slideshare.net/DataReportal/digital-2021-argentina-january-2021-v01?qid=faecb40a-9b32-4112-9f9a-b7e4f818bead&v=&b=&from\\_search=12](https://www.slideshare.net/DataReportal/digital-2021-argentina-january-2021-v01?qid=faecb40a-9b32-4112-9f9a-b7e4f818bead&v=&b=&from_search=12)

# Obras mencionadas en comentarios de los públicos

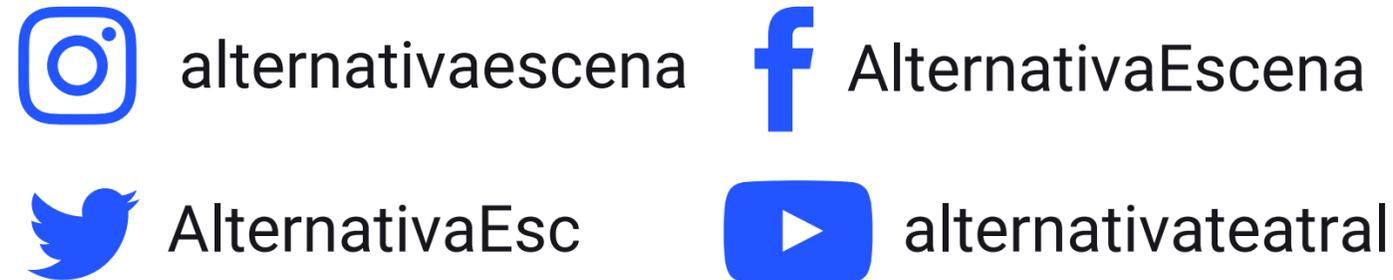
## Link en cada título a las fichas técnicas en Alternativa

- AMOR DE CUARENTENA
- APAREZCO PORQUE TE EXTRAÑO / \*31#
- BOMBÓN DIGITAL- Programa 1
- CONSORCIO, UN JUEGO INMERSIVO
- EL AMOR ES UN BIEN
- EL BULULÚ
- ERA MAREA
- INDUCIR EL SUEÑO/\*31#
- LA FIEBRE
- LA OMISIÓN DE LA FAMILIA COLEMAN
- LA WAGNER
- PRÓXIMO
- SEX VIRTUAL - UNA EXPERIENCIA PRIVADA
- SHMOOZE /\*31#
- SOLAS-ÚNICA ESCENA- 23
- TERCER CUERPO
- TODO TENDRÍA SENTIDO SI NO EXISTIERA LA MUERTE
- ZOOMPAMENTO

# Contacto

## Alternativa

[www.alternivateatral.com](http://www.alternivateatral.com)



## Enfoque Consumos Culturales

[enfoqueconsumosculturales.org.ar](http://enfoqueconsumosculturales.org.ar)

[investigacion@enfoqueconsumosculturales.org.ar](mailto:investigacion@enfoqueconsumosculturales.org.ar)

