



TEATRO INDEPENDIENTE:  
PUBLICOS

ción

CENECA

mujer

CENECA



# EL PUBLICO DEL TEATRO INDEPENDIENTE

MARIA DE LA LUZ HURTADO  
MARIA ELENA MORENO

CLASIFICACION DE DOCUMENTOS DE TRABAJO  
CIRCULACION RESTRICTA

SANTIAGO-CHILE

1982

CEN ECA

B83

894



EL PUBLICO DEL TEATRO  
INDEPENDIENTE

INSTITUTO DE LA LINGÜÍSTICA  
Y LINGÜÍSTICA

DOCUMENTO DE TRABAJO  
CIRCULACION RESTRINGIDA

1985

INSTITUTO DE LA LINGÜÍSTICA

## I N D I C E

	<u>Página</u>
I. ANTECEDENTES HISTORICOS DE LA RELACION TEATRO-PUBLICOS EN CHILE	1
II. FUNCION SOCIO-CULTURAL DEL TEATRO INDEPENDIENTE: EL PROBLEMA DE LA ORGANIZACION SOCIAL	4
III. TEMAS Y DISEÑO DE LA INVESTIGACION	6
1. A propósito de su organicidad social	6
2. A propósito de los sistemas de promoción	7
3. Diseño de la investigación	8
IV. ALGUNAS CARACTERISTICAS DE LAS COMPAÑIAS CONSIDERADAS	9
1. El espacio general en que operan	9
2. Caracterización de cada compañía incluida en la muestra	12
V. ADVERTENCIAS METODOLOGICAS	18
VI. IDENTIFICACION SOCIO-ECONOMICA DEL PUBLICO DEL TEATRO INDEPENDIENTE	19
1. La edad	20
2. Inserción social	26
3. Conclusiones generales	44
VII. PROYECCION DE LA VISION DE MUNDO DEL PUBLICO DE TEATRO A PARTIR DE SUS ACTIVIDADES CULTURALES	48
1. Preferencias de recreación	48
2. Frecuencia de asistencia al cine y a otros espectáculos	52
3. Selección de medios de comunicación de masas: diario, noticiero TV, revistas, radio.	53

VIII. RELACION CON EL TEATRO 64

1. ¿Es un público habitual de teatro? 64
2. ¿Tiene cada compañía estable? 66
3. ¿Qué tipo de teatro ha visto preferentemente? 67
4. ¿Qué tipo de personas vé qué tipo de teatro? 71
5. ¿Por qué se elige una determinada obra de teatro para asistir? 73
6. ¿Cómo se evalúa la obra recién presenciada? 75
7. ¿Cómo se informa para asistir al teatro? 77
8. ¿Qué dificultades principales tiene para asistir al teatro? 78
9. Conclusión 79

CONCLUSIONES GENERALES 81

ANEXO.

I. ANTECEDENTES HISTORICOS DE LA RELACION  
TEATRO-PUBLICOS EN CHILE.

Es un lugar común decir que el teatro no puede existir si no tiene público que asista a sus presentaciones.

Para unos, este público representa sobre todo el sustento económico que permite a las compañías sobrevivir y continuar en su trabajo. Problema relevante no sólo para el teatro independiente que debe autofinanciarse, sino hoy en Chile también para ciertos teatros subvencionados que son evaluados con la vara de los ingresos que obtienen. Por lo que enfocado con un estricto realismo, el hecho de que el espectador manifieste su adhesión a un trabajo artístico-cultural a través de una contribución económica no es desestimable, y muchas veces es indispensable para que esta actividad pueda ejercerse.

Pero la afirmación de que el teatro encuentra su momento pleno frente a un público presente adquiere mayor relevancia cuando el realizador teatral, más allá de ver al público como el soporte financiero de su actividad, lo concibe principalmente como un interlocutor que complementa y activa la proposición dramática subyacente en la puesta en escena. Se entiende así al teatro como un medio de comunicación que, a través de una expresividad estética, permite manifestar una particular interpretación acerca de la realidad, afectando con ello la sensibilidad y la conciencia del espectador. Y en este entendido, obviamente interesa hacer socialmente extensiva esta experiencia, aspirándose a lograr una asistencia masiva a los espectáculos teatrales.

Pero este objetivo, compartido por la mayoría de los artistas y comunicadores, plantea grandes dificultades, ya que en él intervienen factores económicos, sociales y culturales complejos. Entre otros factores, le afecta la escisión producida en

la sociedad moderna entre arte y vida cotidiana, entre "alta cultura" y cultura de masas; también el hecho contemporáneo de compartir su cualidad dramática con géneros cinematográficos y televisivos. Por otra parte, la profesionalización del teatro busca sustentarse económicamente en el cobro de la entrada, lo que automáticamente discrimina a los posibles espectadores.

En oposición a ello, también se han hecho esfuerzos sistemáticos por hacer presente el teatro en la sociedad. Habiéndose interrumpido en la década del '60 el teatro que atraía públicos populares recreando la tradición del melodrama, de la comedia de enredos y del sainete, como también a fines de los '40 el teatro político-ideológico ligado a los sindicatos, musicales y filarmónicas, (propio de los años '20 y '30), los teatros universitarios (1) desde su nacimiento, tuvieron entre sus objetivos explícitos formar un público que buscara en el teatro algo más que una distracción banal. Este objetivo fue satisfecho, al lograr atraer a sus salas a profesionales y sectores medios "ilustrados", en una época de expansión de las universidades chilenas que permitió la confluencia de grupos sociales más amplios a sus aulas.

Los teatros independientes "de bolsillo" también contribuyeron a la formación de este público teatral, al ampliar las posibilidades de selección y asistencia al teatro, ofreciendo en general obras "de vanguardia" o, por el contrario, obras más comerciales que las montadas por los teatros universitarios.

Asimismo, el desarrollo del teatro aficionado a nivel estudiantil, poblacional y sindical a fines de los '60 y principios de los '70 fue un factor importante en el reestablecimiento de un teatro vinculado a las bases sociales, logrado a través del que hacer expresivo de sus propios miembros.

---

(1) El Teatro Experimental luego Instituto del Teatro de la Universidad de Chile(1941...) y el Teatro de Ensayo de la Universidad Católica (1943...) en Santiago.

En la fase histórica que se abre con la instauración del gobierno militar en 1973, los públicos teatrales sufren necesariamente una readequación, correspondiente por una parte a la rearticulación de las políticas de repertorio implementadas por los teatros más estables (los universitarios, por ejemplo) y por un paulatino cambio del espacio teatral independiente y aficionado.

Por estar vinculado este último a organizaciones de base, su desarrollo se ve interrumpido conjuntamente con éstas entre 1974 y 1978, suspendiéndose así una forma más de expresión autónoma. A partir de este último año, renace con fuerza el movimiento teatral estudiantil, manifestado en especial en los Festivales organizados por la Asociación Cultural Universitaria (ACU) de la Universidad de Chile. En ellos se advierte una gran riqueza creativa en lo teatral, y una capacidad de convocar e interpretar a amplios sectores del estudiantado. Asimismo, alrededor de 1980 también empieza a aflorar un movimiento cultural ligado a sectores poblacionales jóvenes, donde el teatro desempeña un rol privilegiado.

Por otra parte, un grupo de compañías de teatro independiente, tras una ardua lucha por su subsistencia económica y expresiva, va logrando conformar desde 1976 en adelante un espacio alternativo. En él, indagan en el nuevo orden social y moral vigentes en Chile, criticándolo desde la afirmación de valores más permanentes como el de la solidaridad, el humanismo, la dignidad del pueblo, del trabajo y de la convivencia democrática. Esta opción se manifiesta a través de diversas formas teatrales, que van desde el realismo psicológico al melodrama, la revista, la narración épica, el grotesco.

A esta opción concurren compañías como Ictus, Imagen, TIT, La Feria, y otras de funcionamiento más esporádico como La Falacia, La Joda, La Vocina, y en la actualidad El Telón y "Pedro de la Barra" en su primer montaje(1). Estas realizan obras de creación colectiva, en las que participan dramaturgos como

---

(1) Para mayores antecedentes, consultar Publicaciones CENECA, María de la Luz Hurtado y Carlos Ochsenius. Serie Teatro "Maneras de hacer y pensar el teatro en Chile actual: Ictus, Imagen, TIT, La Feria".

Sergio Vodanoyi'c, David Benavente, o también montan obras de autores como Marco A. de la Parra, Julio Bravo, Juan Radrigán, Gustavo Meza y otros.

Es con este grupo de compañías con los que CENECA ha trabajado en los últimos años, promoviendo el intercambio y sistematización de conocimientos y experiencias para aportar a la proyección de su quehacer. A partir del diagnóstico surgido en el "Seminario de Teatro Independiente" realizado en Diciembre de 1980(1) se propició la realización de una serie de talleres experimentales, los que reunieron información o aportaran ámbitos de trabajo en función de las áreas-problemas o estrategias detectadas. Entre ellas, el "problema de los públicos", el que suscitó la realización del estudio que aquí exponemos. Este se propuso reunir información que aportara bases para la evaluación y diseño de políticas de difusión empleadas por los teatros independientes de Santiago en la actualidad(2).

## II. FUNCION SOCIO-CULTURAL DEL TEATRO INDEPENDIENTE:

### EL PROBLEMA DE LA ORGANICIDAD SOCIAL.

Se ha debatido en diversas oportunidades cuál es la función social más general que cumple para sus espectadores, dentro del actual contexto nacional, el teatro que incita a la reflexión crítica de la realidad vigente. Función que no le sería privativa, sino que en algunos niveles sería similar a la que satis

---

(1) Ver publicación, editada por CENECA. María de la Luz Hurtado y Carlos Ochsenius; "Seminario: situación y alternativas del teatro nacional en la década del 80".

(2) Otros talleres relevantes fueron: "El Taller de Teatro Alternativo" que ofreció un ámbito de discusión sobre el tema y una beca de apoyo para la realización de sus obras a los grupos El Telón ("Hechos Consumados"); Teatro Urbano Contemporáneo (Montaje Callejero de "El Principito") y La Feria ("El Tijeral"); "El Taller de Teatro Poblacional", el cual dió origen a una muestra teatral y a un Seminario en vistas a la reorganización y coordinación de la actividad teatral de base. (Ver Publicación: C. Ochsenius, "Encuentro Interzonal de Teatro Poblacional: Itinerario de una Experiencia", 1981.

facen el movimiento del Canto Nuevo, las actividades artísticas promovidas por agrupaciones culturales alternativas, etc.

Ante la clausura de espacios públicos de expresión disidente, ante la desarticulación y la pérdida relativa de vigencia social de la conducción ideológica de los partidos políticos, ante la primacía de una visión de mundo oficial en los medios de comunicación de masas, estas formas de expresión críticas y de rescate de valores nacionales y populares adquieren entre 1976 y '80 una significación social privilegiada. Operaron como espacios (controlados) de libertad, de reencuentro colectivo con una identidad nacional inexpresable en otros ámbitos y, como consecuencia, como crítica y protesta político-social.

La constatación --que estaría por hacerse-- de que existe un público más o menos estable alrededor de estos teatros, de que éste reconoce y comparte su proposición ideológico-cultural, estaría demostrando la existencia de un movimiento cultural relativamente orgánico. Este aunaría, así, a un grupo de realizadores que expresan a través de sus obras una definida proposición ética y estética, la que a su vez convocaría a un grupo social determinado que se siente interpretado y estimulado por ésta.

Sin embargo, otros ponen en evidencia la limitación que presenta el círculo comercial en que opera este teatro para establecer una relación más estable con sectores populares ampliamente entendidos, al suponerse que su público preponderante se limita a diversos sectores de la burguesía y las clases medias. El sistema de convenios tendiente a vincularse con los primeros no funciona con la debida intensidad debido tanto a la precariedad administrativa de los teatros independientes como a la ya mencionada atomización social. Por otra parte, los convenios que pueden establecer acceden principalmente a los escasos sectores más organizados y conscientes, ya sea nucleados en torno a la iglesia como a organismos autónomos.

Esta misma consideración se hace extensible al tipo de público "espontáneo" que llega a estos teatros. Las restricciones existentes para realizar una campaña de promoción masiva y movilizadora hace que se tema que el público primordial esté for-

mado por un "ghetto" cultural, por una oposición más o menos establecida y consolidada que no se toca con la heterogeneidad y diversidad social producida en el país tras ya casi una década del régimen militar. Esta reflexión plantearía un desafío tanto a nivel de la creación artística como al de la difusión.

El presente estudio quiere, en este contexto, aportar datos concretos que puedan dar alguna base a los diversos planteamientos en juego.

### III. TEMAS Y DISEÑO DE LA INVESTIGACION

Dentro del marco antes expuesto, y en conversación con los grupos interesados, se definieron algunas interrogantes generales que se buscaría responder a través de un estudio exploratorio.

#### 1. A propósito de su organicidad social.

-- ¿Tiene el teatro nacional crítico un público con características socio-económicas e ideológico-culturales comunes y específicas?

o por el contrario,

¿Las diferencias entre los públicos de cada compañía que participa de esta opción teatral son significativas?

-- ¿Posee cada compañía un público estable? ¿Este se vincula también periódicamente con otras compañías similares?

-- El público de cada compañía --de tenerlo-- ¿reconoce la opción cultural y estética de ésta? ¿La percibe como parte de un movimiento teatral más amplio?

- ¿Evalúa el público del teatro nacional crítico las obras presentadas por estas compañías en función de esta opción cultural y estética?
- ¿El público del teatro independiente crítico se aproxima también, coherente con su relación con éste, a otras expresiones artístico-comunicativas de similar opción cultural y complejidad estética?

## 2. A propósito de los sistemas de promoción.

En una aproximación más instrumental, interesó también indagar acerca de la manera como el público se orienta para asistir a estos teatros:

- ¿Cuáles son sus fuentes de información?
- ¿Cuáles son sus motivaciones principales para asistir?
- ¿Cuáles los principales problemas para hacerlo?

Este último tema se indagó en dos aspectos específicos:

- ¿Cuánto incide en la composición económico-social del público el estímulo provocado por la rebaja de precios?
- ¿Existen hábitos definidos de recepción en la población, que discrimina la edad y el nivel socio-económico en los diferentes días de la semana? (público de semana laboral, de sábados y domingos).

Este último tipo de información pensamos sería útil para el diseño de políticas de promoción, y para la auto-evaluación de las compañías consideradas en el trabajo, ya que les permite contrastar sus aspiraciones y objetivos con los resultados de su llegada a la sociedad en cuanto público.

### 3. Diseño de la investigación

La información se reunió mediante la aplicación de una encuesta-tipo a una muestra de público asistente a un conjunto dado de compañías (cinco). En su mayoría, son compañías que presen taban obras de dramaturgia nacional de crítica contingente: Ictus, La FERIA, La Vocina y Pedro de la Barra. También, a mo do de control, se aplicó en el teatro De Cámara, que presentaba una obra de autor chileno de trayectoria, pero que no tiene una inspiración netamente contingente.

Esta encuesta se entregó a una de cada dos personas que asis - tió a estas obras durante dos o tres días, según la compañía que se tratase. El hecho de que haya sido auto-administrada resultó en que en oportunidades no se siguieran fielmente las instrucciones, o que no se respondieran algunas preguntas, etc. En todo caso, las encuestas que fueron reiteradamente mal con - testadas fueron anuladas.

Teniendo en cuenta la extensión de la encuesta, y las pocas fa - cilitades ambientales para responderlas, se consideró un éxito el haber obtenido, en total, 513 encuestas aprovechables.

La encuesta se aplicó en diferentes días de la semana, para comprobar si cambia el público de acuerdo al día. Y, en caso de que éste efectivamente cambie, para poder captar el univer - so completo del público de la compañía.

Las encuestas fueron aplicadas entre los meses de Junio y Sep - tiembre de 1981.

La encuesta constó de 37 preguntas(1), y éstas correspondían a cinco grandes temas:

a) Identificación socio-económica del espectador.

---

(1) Ver Anexo Nº 1.

- b) Tipo de medios artísticos y comunicativos con los que és te se relaciona (uso del tiempo libre, prensa, TV, radio, etc.).
- c) Experiencia, motivación y conducta frente al teatro chileno actual.
- d) Hábitos y tipos de información empleada para asistir al teatro.
- e) Constatación de si es público habitual de la compañía, y su evaluación de la obra recién presenciada.

Antes de exponer los resultados, entregaremos algunos antecedentes básicos acerca de las compañías incluídas en el estudio, referidas a la trayectoria de cada compañía, al tipo de obra, tipo de sala, tiempo de exhibición que tenía la obra a la fecha de la aplicación de la encuesta, política de precios vigente, etc. Esta información deberá tenerse presente al analizar los datos, ya que se parte de la hipótesis de que la propuesta teatral, trayectoria y decisiones administrativas repercuten directamente en el tipo de público que capta cada compañía.

#### IV. ALGUNAS CARACTERISTICAS DE LAS COMPAÑIAS CONSIDERADAS.

##### 1. El espacio general en que operan.

Al describir la relación que estas compañías independientes establecen con sus públicos, podemos establecer las siguientes constantes:

- Todas trabajan en un circuito comercial; esto implica que para poder presenciar el espectáculo teatral, el público debe cancelar una entrada, la que es más cara que una entrada de cine, por ejemplo.
  
- En su mayoría, las salas son de reducida capacidad de público (hasta 200 butacas), y están ubicadas en el sector céntrico de Santiago.
  
- La forma más habitual de conectarse con el público potencial es el avisaje en la prensa y la confección de afiches publicitarios.
  
- Tres de las compañías mencionadas han logrado records de público en algunas de sus obras, superando con creces la expectativa media (entre 7 y 15 mil personas) de un teatro independiente. Ictus, con "Pedro, Juan y Diego" (co-autoría de David Benavente) tuvo 67.936 espectadores entre marzo de 1976 y noviembre de 1977; Teatro Imagen, cerca de 60.000 con "Te llamabas Rosicler" (estreno: abril de 1976 con sucesivas reposiciones) y Taller de Investigación Teatral (TIT) cerca de 50 mil con "Tres Marías y una Rosa" (co-autoría de David Benavente). Estas obras sin duda sobrepasaron el "público habitual de teatro", accediendo a nuevos sectores que se pueden haber sentido luego estimulados para asistir más asiduamente al teatro.
  
- Las compañías de menor continuidad en sus presentaciones y/o formadas por actores de menor trayectoria pública suelen tener problemas en este campo, no captando más que de dos a seis mil espectadores por obra. Aparte de interferir este hecho en la capacidad de intercambio cultural de la obra, plantea a estas compañías grandes problemas de subsistencia económica.
  
- Estimulados tanto por un criterio ideológico-cultural como por uno económico, las compañías teatrales han hecho esfuerzos por conectarse más orgánicamente con públicos populares: pobladores, obreros, comunidades cristianas y organizaciones de base en general. Para ello,

han instaurado un sistema de convenios que promueve su asistencia colectiva a precios altamente rebajados. Pero la atomización social vigente hoy en el país dificulta el éxito más extendido de este sistema de promoción.

-- A la vez, la ligazón orgánica con públicos escolares realizada mediante convenios con el Ministerio de Educación por los teatros universitarios, y por otros grupos independientes que montan obras para este circuito, está virtualmente cerrada para el teatro independiente de crítica contingente. Aquí se manifiesta las restricciones que existen en la sociedad chilena actual, que coartan la igualdad de oportunidades en la circulación de los mensajes ideológicos. Esta circunstancia también se observa en el poco espacio promocional que se le da a este tipo de actividades culturales en la prensa y en la distorsión de su proposición estética y de significados que realizan algunos medios. Sin embargo, muchos teatros independientes promueven la asistencia de escolares ofreciendo una apreciable rebaja en el precio de la entrada.

-- Finalmente, el impuesto discriminatorio con que se grava a este tipo de espectáculos teatrales --20% sobre la taquilla-- también convierte el problema de la cantidad de público en un tema ligado a la sobrevivencia de estos grupos, los que no sólo cuentan con subvención alguna para desempeñar su trabajo, sino que más aún son requeridos tributariamente (1).

---

(1) Desde 1935, regía en Chile la Ley 5.563, llamada de protección al arte nacional, que eximía de impuestos y otorgaba facilidades a los realizadores de espectáculos artístico-culturales nacionales. Esta situación cambia con la dictación del Decreto Ley Nº 827 de noviembre de 1974, la que aplica un gravamen de un 22% sobre los ingresos de taquilla (hoy, un 20% de IVA, incorporándolo al régimen general de compraventa mercantil). Esta legislación afecta a la edición de libros y a todo espectáculo artístico: teatro, ballet, música, recitales poéticos, etc.. Existe la posibilidad de obtener la exención total de este impuesto, en el caso de que una comisión perteneciente a organismos estatales califique de "cultural" a la obra en cuestión. La aplicación de la ley ha sido claramente discriminatoria, ya que ha negado esta calidad (por tanto la exención de impuestos), en forma sistemática a aquellas producciones y obras que no coinciden con el punto de vista oficial.

2. Caracterización de cada compañía  
incluida en la muestra.

Teatro Ictus :

Presentaba en esta oportunidad la obra "La Mar Estaba Serena", creación colectiva de Ictus. En ella, la trama argumental central --una familia de profesionales desplazados económica y socialmente, e incapaces de comunicarse entre sí-- se ve interrumpida por episodios que aclaran el entorno social en que se desenvuelven: la familia en el estadio ve frustrado su festivo paseo al ser tratados autoritariamente y reducidos a masas obedientes; la hija de la familia en la universidad experimenta la represión a la organización estudiantil. La obra es estilísticamente heterogénea: algunos cuadros son elaboraciones simbólicas sustentadas en un trabajo plástico de la puesta en escena; otras son más realistas. El humor reflexivo y el juego son la característica del espectáculo.

A la fecha de la aplicación de la encuesta (septiembre de 1981), hacía sólo un mes que se había estrenado la obra y, de acuerdo a una política administrativa, se estaba aprovechando la promoción que rodea todo estreno para captar al "público propio" de Ictus. Por eso, no se estaban implementando políticas sistemáticas de convenio, ni precios rebajados a estudiantes los sábados y domingos.

Estas se aplican después de transcurridos algunos meses desde el estreno, para incentivar la participación de públicos no habituales de teatro o de la compañía, y para hacerlo accesible a sectores de menores ingresos.

El precio de la entrada en día de semana (martes a viernes) era de \$ 250, recargándose a \$ 350 el día sábado y festivos. Domingo no hay función. Los estudiantes tienen durante la semana precio rebajado: \$ 100.(1).

Es necesario insistir que Ictus es la compañía independiente de mayor trayectoria, ya que fue fundada hace 28 años y ha

---

(1) Con un dólar a \$ 39 a la fecha.

funcionado casi ininterrumpidamente en una misma sala céntrica, en el Teatro La Comedia, con 194 butacas. Ha presentado obras que han marcado hitos dentro del teatro chileno, como es la dramaturgia de Jorge Díaz, la temprana incursión en la creación colectiva con "Cuestionemos la Cuestión", como así también su promoción masiva a través del programa televisivo "La Manivela".(1).

Estos antecedentes, junto a su adscripción a un teatro de promoción de valores democráticos desde 1976 en adelante, le ha permitido formar un público más o menos estable, cuya expectativa mínima es de 25 mil personas por obra. La obra que aquí nos preocupa, exhibida durante prácticamente un año, obtuvo un total de 40.000 espectadores.

La encuesta fue aplicada en tres días diferentes: un día de semana, un viernes y un sábado. El número total de encuestados útiles fue 192.

#### Teatro La Feria:

Fundado en 1977 por Jaime Vadell y José Manuel Salcedo, tuvo un polémico estreno con "Hojas de Parra", realizada en un teatro-carpa con singular éxito. Los 6.000 espectadores que tuvo en sus primeras 2 semanas de exhibición se vieron interrumpidos ante el sabotaje sufrido por la carpa, la que fue quemada por desconocidos.

Con posterioridad, se presentó en teatros de parroquia, primero en Don Bosco con "Bienaventurados los Pobres", luego en la Parroquia del pueblo aldaño a Santiago, Lo Barnechea, ubicado en la Comuna de Las Condes (bastante lejos del centro de Santiago). Esta sala tiene una capacidad de 130 butacas incluida la platea alta.

---

(1) Suspendido en 1975 por no contar con la autorización de los canales oficiales.

Las sucesivas obras presentadas en este teatro tuvieron un público medio de 7.500 espectadores.

En la ocasión de esta encuesta, se estaba exhibiendo "A la Ma ry se le Vió el Poppins", mosaico de cuadros relativos a una década de la historia de Chile: 1980-1970. Por ende, abarca desde el Chile del autoritarismo (caracterizado por la mezcla de un cabaret de coristas con un ambiente de persecución, torturas y miedo, de la desorientación y apatía juveniles con el chauvinismo de unos presos que tienen prejuicios respecto de las otras nacionalidades ensalzando míticamente la chilena, aún teniendo su libertad limitada), hasta el Chile de la Unidad Popular (con sus marchas, slógans, organización y agitación política; con las familias divididas por sostener posiciones políticas divergentes; con los oportunismos de izquierda, de centro y de derecha; así como también, con la mística que impedía ver con objetividad la precaria realidad). Todo ello expresado en cuadros cortos, ágiles, de humor punzante, que sintetizan muchas veces simbólicamente diversos aspectos de ese decenio. La cualidad plástica de la obra es destacable, estando a su lenguaje incorporada significativamente la iluminación, las acciones corporales, el vestuario y la escenografía, como también el sonido a través de una orquesta en la platea que acompaña "en vivo" a la obra. La utilería y vestuario, realizada casi con "deshechos" suple con imaginación y acierto la precariedad económica de la compañía.

Los actores son en un 80% jóvenes estudiantes de la escuela de Teatro de la Universidad Católica, dirigidos y apoyados por los actores profesionales Susana Bomchil y Jaime Vadell. La primera también escenógrafa y el segundo, Director.

Las encuestas se aplicaron en dos sábados diferentes, (en Junio y Julio) ya que la obra se exhibe sólo los fines de semana (de viernes a domingo), y se obtuvo un total de 65 encuestas útiles.

Los precios son de \$ 200 y los estudiantes tienen derecho a entrada rebajada a \$ 70. El público total que obtuvo esta obra, exhibida durante seis meses fue de 3.600 personas.

Teatro La Vocina:

"El Cateo de la Laucha" es la primera obra presentada por esta compañía. Parte de sus miembros pertenecieron al desaparecido grupo Aleph, que tuviese gran importancia a principio de la década del '70, en especial entre la juventud escolar y universitaria. Todas sus obras, al igual que "El Cateo de la Laucha", son de creación colectiva.

"El Cateo de la Laucha" es una obra compuesta también por cuadros, que tocan diversos temas humanos y sociales característicos de nuestra sociedad actual, vistos desde la óptica de adultos-jóvenes y adolescentes. Indagan sin dobleces en situaciones, personajes, y valores problemáticos; se busca no la simple denuncia sino lograr una comprensión emotiva de ellos, dejando el resultado un sabor amargo y patético. Los temas son diversos: jóvenes ejecutivos que transan sus entusiasmos y aspiraciones por el mundo de las finanzas y de las influencias sociales, derivando en un absurdo existencial; un niño-adulto que juega y se desvive en llamar la atención de los pasajeros de una micro, primero lúdicamente, luego frenética y al final desesperadamente, buscando ganar alguna limosna o vender alguna de sus baratijas; un equipo de reporteros de TV entrevistando a un sencillo hombre de campo, quién los acompaña y les conversa hospitalariamente con gran autenticidad. Luego vemos el producto televisivo resultante, manipulado y desvirtuado mañosamente para hacerlo aparecer apoyando una posición oficialista.

La obra se presentó en el "Café Ulm", ubicada en el centro de Santiago, que ofrece diferentes actividades artísticas (en especial música y poesía). Esta obra inaugura la pequeña sala teatral, con capacidad de 85 butacas (1). La obra que duró cuatro meses en cartelera, obtuvo un público total de 2.560 personas.

La entrada tiene un valor de \$ 180 y hay un precio especial para estudiantes (\$ 120).

La encuesta se aplicó un jueves y sábado de julio y agosto, obteniéndose 35 encuestas útiles.

(1) En la actualidad (julio 1982), el Café Ulm está cerrado ya que la Municipalidad de Santiago canceló la patente o permiso que lo habilitaba para funcionar.

Teatro Pedro de la Barra:

Presentaba "Carrascal 4.000" de Fernando Gallardo, primera obra de la compañía, integrada por actores de trayectoria en los teatros universitarios y excluidos de algunos de ellos (en especial del DETUCH y el TEKNOS): Jorge Gajardo, Oscar Hernández, Sergio Aguirre, Fernando Fariás, Fernando Gallardo y Gabriela Medina.

La obra plantea una crítica a la política económica liberal que destruye la industria nacional provocando cesantía y desautorizando el aporte de los trabajadores chilenos. Se ambienta en sectores populares de artesanos y obreros del metal y de empleos informales (mujeres de una Quinta de Recreo). La anécdota nos muestra cómo los trabajadores se evaden a través del alcohol y los juegos de azar. Creyendo que han ganado el premio mayor de "La Polla Gol", se alegran de haber solucionado su problema particular, e incluso se incorporan al juego especulativo de las "altas finanzas". Pero todo ha sido una equivocación, y comprenden que sólo la solidaridad entre ellos y el trabajo les dará alguna oportunidad para salir-quizás-adelante. Su forma es realista-psicológica. Utiliza un lenguaje director, haciendo uso frecuente del humor y del chiste popular.

La obra se exhibió en la Sala céntrica Del Angel, que recientemente presentó "Tres Marías y una Rosa", obra de testimonio popular, que tuviese gran éxito de público, y que realizara frecuentes convenios con organizaciones de base.

La compañía "Pedro de la Barra" también funciona con convenios con empresas y organizaciones de base y sus precios son: \$ 100 con convenio, \$100 estudiantes, \$200 martes a viernes y \$250 sábados y domingos. Las comunidades cristianas, sindicatos y organizaciones poblacionales pagan un precio especial de \$ 60.

La sala tiene 184 butacas y la obra que se exhibió durante un año tuvo un total de público de 29.500 personas.

Las encuestas se realizaron un día de semana (miércoles), un sábado y un domingo, todas en el mes de Junio. Se obtuvieron 192 encuestas útiles.

Teatro de Cámara:

La obra que ponía en escena esta compañía era "Alamos en la Azotea" del dramaturgo chileno Egon Wolff, con dirección de Jaime Vadell. Esta obra plantea problemas generales del ser humano, como son los derivados de la vejez, de la incomunicación familiar y del orgullo malentendido. Es por tanto, congruente con la línea de la compañía, que monta obras de dramaturgia extranjera y nacional referidas a problemas permanentes de la sociedad contemporánea.

El Teatro de Cámara fue fundado en 1979 y en él participan Ana María Palma, Paz Irarrázaval, Mario Lorca y Jorge Alvarez, todos profesionales de trayectoria dentro del teatro chileno. Algunos de sus montajes son "Cuentos de Chejov", de Neil Simon, "José" de Egon Wolff. Desde 1980 funciona en el Salón Filarmónico del Teatro Municipal (capacidad, 210 butacas) administrado por la Municipalidad de Santiago. Está, por tanto, ubicado en el centro de Santiago.

El Teatro de Cámara es el único, dentro de la muestra considerada, que tiene una subvención del Banco Concepción, la que financia la publicidad de afiches y avisos de prensa. También es promovido a través de la publicidad realizada por el Teatro Municipal de las actividades realizadas en su recinto.

La compañía tiene funciones de jueves a domingo, siendo el Jueves día "popular", por su precio rebajado (\$ 150). De viernes a domingo el costo de la entrada es \$ 250, siendo de \$80 la entrada rebajada a estudiantes.

La obra "Alamos en la Azotea" obtuvo un público total de 18.700 personas, alrededor de un año de exhibición.

Las encuestas fueron aplicadas un día jueves y sábado durante junio de 1981. Se obtuvieron 99 encuestas útiles.

## V. ADVERTENCIAS METODOLOGICAS

Queremos destacar el hecho de que por haberse obtenido la información desde compañías teatrales específicas del circuito comercial independiente, poniéndose énfasis en aspectos cualitativos de los públicos (tendientes a detectar su organicidad social vinculada a opciones teatrales de carácter ético-estético) los datos están organizados de manera de privilegiar una lectura particular: conocer el público de cada compañía considerada. Por tanto, permite compararlos cualitativamente entre sí.

Sin embargo, no es posible equipararlos cuantitativamente, ni tampoco sacar un promedio de los porcentajes de todas las compañías para cada variable de los cuadros, que nos pudiera informar acerca del "comportamiento promedio del público del teatro independiente". Cada compañía obtiene su promedio en relación a una base diferente, de acuerdo al número de encuestas obtenidas. En el teatro La Vocina, por ejemplo, se trata de 36 sujetos, en el Ictus, de 192. No obstante, cada cifra es una expresión porcentual del tamaño total del público de cada obra (y por ende, de cada compañía).

Así, la proporción de la cantidad relativa de público total obtenido por cada compañía en esta obra equivale a la proporción de encuestas realizadas. El público de Ictus, por ejemplo, es casi el doble del Teatro de Cámara (40.000 vs. 18.700), al igual que del Ictus se encuestaron el doble de espectadores que en el Teatro de Cámara (192 vs. 99 ).

Para obtener la proyección del valor cuantitativo de los resultados en relación a la muestra habría que considerar que el Teatro Ictus representa el 42,2% del público del teatro independiente considerado; el del de Pedro de la Barra el del 31,3%; el del de Cámara el del 19,8%, el de La Feria el 3,8% y, finalmente, La Vocina el 2,7% del total. Sólo de esta manera se reconstituye el peso relativo que posee el público de cada teatro en relación al público general del teatro independiente chileno incluido en esta muestra.

La necesidad de realizar este estudio dentro de un tiempo determinado (Junio-Septiembre de 1981) significó que las encuestas se administraron en cada compañía en momentos distintos de exhibición de las obras según las posibilidades que ofrecía la cartelera en ese período. Así, el público de La Vocina, La Feria e Ictus debió ser encuestado cuando las obras respectivas estaban recién estrenadas, en tanto que "Pedro de la Barra" llevaba casi un año de exhibición y el Teatro de Cámara estaba en mitad de su temporada. Esto no permitió controlar la incidencia que puede tener esta variable en las características del público. Así por ejemplo, Ictus por estar en su primer mes de montaje no había implementado aún su política de convenios y precios rebajados, la cual sí estaba siendo practicada por Pedro de la Barra.

Rogamos a los lectores de este informe estar atentos a estos factores para no distorsionar sus proyecciones.

## VI. IDENTIFICACION SOCIO-ECONOMICA DEL PUBLICO DEL TEATRO INDEPENDIENTE.

El objetivo de este capítulo es hacer una descripción de las características socio-económicas de los públicos de las compañías consideradas: de Cámara, La Feria, Pedro de la Barra, Ictus y La Vocina. Interesa saber si este público tiene características comunes que lo identifican, o si por el contrario, el perfil socio-económico que presenta la muestra estudiada, no tiene una especificidad. Para realizar este análisis descriptivo se tomó como características de interés relevante, la edad y la inserción social y económica de los individuos.

1. La edad

a) Categorías empleadas.

Para hacer la descripción etárea de los públicos se construyeron cinco categorías de edad, las que corresponden a características del ciclo de vida de las personas. Por este motivo, los cinco tramos a través de los cuales se distribuyó la muestra no responden a una proporcionalidad matemática, puesto que incluyen diferente número de años.

Los jóvenes se distribuyen en el primer y segundo tramo; el primero, entre los 10 y 18 años, representa a la población en edad escolar. El segundo, entre los 19 y 24 años, agrupa a la juventud en edad de formación laboral.

El tramo entre 25 y 35 años representa la categoría "adultos jóvenes", que incluye a quienes están iniciando su proceso de desarrollo laboral y enfrentando la formación de un hogar.

La categoría "adultos" está representada por el tramo entre 36 y 56 años, dentro del cual se concentran quienes tienen una "estabilidad laboral esperada" más alta y una dinámica familiar más consolidada.

Finalmente, el tramo sobre 57 años incluye a la gente "mayor" que ha desarrollado ya gran parte de su vida. En muchos casos, no es ya una fuerza laboral activa, y en el plano familiar, ya no suele tener requerimientos de hijos menores.

b) Análisis general

CUADRO N° 1 : DISTRIBUCION DEL PUBLICO POR EDAD,  
SEGUN COMPAÑIA ( en porcentajes)

E D A D	C O M P A Ñ I A S				
	DE CAMARA	LA FERIA	PEDRO DE LA BARRA	ICTUS	LA VOCINA
10 - 18 años	1.0	23.1	8.2	3.6	8.6
19-- 24 años	13.1	21.6	23.0	20.8	25.7
25 - 35 años	25.3	23.1	34.4	37.0	57.1
36 - 56 años	42.4	29.2	24.6	31.3	8.6
57 años y más	13.1	1.5	7.4	4.7	--
No contesta	5.1	1.5	2.4	2.6	--
TOTAL	100	100	100	100	100

Un primer análisis permite observar que la proporción de jóvenes en edad escolar es baja. Esta no alcanza al 10% en ninguna compañía, con excepción de La FERIA, que concentra un 23% de su público entre los más jóvenes. Esta situación contrasta abiertamente con las compañías que tienen convenio con el Ministerio de Educación, que ostentan un 80% aproximadamente de público estudiantil. La restricción del espectro teatral a que se ven sometidos esta mayoría de jóvenes es, pues, preocupante, ya que probablemente define el concepto que éstos se forman de lo que es el teatro.

La asistencia de personas mayores de 57 años, es también proporcionalmente poco significativa. El Teatro de Cámara es el que convoca más público de esa edad ( un 13% ), en tanto que La Vocina y La FERIA son los más excluyentes. En La Vocina no se observa asistencia alguna de público en esta categoría y en La FERIA este tramo contiene sólo un 1,5% de su público.

La proporción de jóvenes entre 19 y 24 años es importante en todas las compañías analizadas ( sobre un 20% ) salvo en el Teatro de Cámara donde este grupo de edad muestra un porcentaje de asistencia igual al de los mayores de 57 años ( 13,1% ). Este dato es interesante ya que señala que, una vez salidos del colegio, los jóvenes se acercan a las producciones de teatro independiente por una opción personal en igual proporción a su acercamiento al teatro universitario.(1).

Tanto el grupo entre 25 y 35 años, como el de 36 a 56 años mantiene una presencia significativa a través de las distintas compañías; no obstante, la proporción de "adultos jóvenes" respecto a la proporción de "adultos", varía notablemente de una compañía a otra.

c) Análisis específico por compañía

En este plano es posible observar la existencia de tres tendencias distributivas.

Las compañías De Cámara y La Vocina aparecen con una fuerte tendencia concentradora en un tramo de edad, constituyendo así grupos teatrales que claramente discriminan en esta variable. Sin embargo, la dirección en una y otra es inversa.

De Cámara presenta la estructura por edad más adulta entre todas las compañías, con una proporción de jóvenes de 24 años inferior al 15%, con ausencia casi total de jóvenes en edad escolar, y una concentración de personas mayores de 36 años de 55,5%. Aún cuando una alta proporción de público se concentra entre los 36 y 56 años ( 42,4% ) es notable la participación del grupo mayor de 57 años ( 13,1% ), que lo distingue claramente de otras compañías. Sin embargo, la distribución de los "adultos jóvenes"

---

(1) Ver M.L.Hurtado y C. Morel, Revista Apuntes Número Especial 1982: "Imagen y comportamiento respecto de la actividad teatral y cultural de Santiago. Dos sectores sociales frente al Teatro de la UC", pág. 15.

( 25-35 años ), aunque es algo inferior a la alcanzada en otros casos, se inscribe dentro de la tendencia general.

La temática de la obra pudiera en parte explicar esta composición etárea del público del De Cámara junto con el hecho de que sus montajes son los típicos de un "teatro de arte" al estilo de la tradición universitaria pre-reforma. La ubicación de la sala dentro del Teatro Municipal también puede tener una influencia al respecto.

Caso inverso es el de La Vocina, donde el 57,1% de la asistencia se concentra entre los adultos jóvenes. Esta compañía es claramente la más concentradora y excluyente de las analizadas. La ausencia total de mayores de 57 años, junto a la escasísima presencia de adultos entre 36 y 56 años ( 8,6% ), así lo demuestra. La participación de los mayores de 36 años es en este teatro 3 veces inferior a lo que se presenta como tendencia en otras compañías, en tanto que la proporción de jóvenes y en particular de jóvenes entre 19 y 24 años, mantiene una gravitación importante ( 25,7% ). Esto permite aseverar que La Vocina tiene un público cuya estructura por edad es más joven que la del resto de las compañías, con excepción de La Feria, caso que se analizará más adelante. Esta alta tendencia concentradora de adultos-jóvenes, podría explicarse por el hecho de tratarse de una compañía formada por actores cuyo antecedente teatral principal es el grupo Aleph. El público de este grupo se encuentra hoy justamente en el tramo entre 25 y 35 años de edad, ( la misma edad de los actores ) habiendo tenido menos de 25 años en la época en que el Aleph estuvo activo. A la vez, la problemática de la obra alude directamente a personas de la generación a la que pertenecen sus espectadores.

El Teatro La Feria es el único que muestra una tendencia distributiva pareja entre los distintos grupos de edad, con exclusión del tramo sobre los 57 años. En comparación con otras compañías, La Feria presenta una proporción notablemente mayor de jóvenes en edad escolar ( 23,1% ). Este grupo de edad no alcanza ni siquiera al 10% en otros casos. La presencia significativa del grupo menor de 18 años, más el 21.6% de jóvenes entre 19 y 24 años ( lo que constituye un 44,7% de público menor de 24 años ) vinculado a la ausencia casi total de mayores de 57 años ( 1,5% ) hace que pese a ser este teatro el que presenta una distribución más pareja en términos de la edad de su público, sea a la vez el

que muestra una estructura más joven, lo que corresponde con la distribución general por edad en la población del país.

Habría que vincular este dato con la estética del Teatro La Feria, que quiebra con los supuestos de un teatro tradicional "bien hecho", empleando ritmos y formas expresivas heterogéneas y ligados a lo "moderno" ( pop art, electrónica, collages visuales, etc. ) atrayendo en forma especial a un nuevo público joven que no se motiva igualmente por otras obras paralelamente en cartelera. A la vez, esta proposición teatral de La Feria no es excluyente de grupos adultos en general, aunque convoca menos a los mayores de 57.

Las compañías Ictus y Pedro de la Barra en tanto, concentran la mayor proporción de público entre los adultos en general ( 26-57 años ) teniendo asimismo una proporción importante de jóvenes no escolares ( 19 - 24 años ). La presencia de escolares como también la de mayores de 57 años es mínima, especialmente en el Ictus.

La distribución por edades recién descrita sufre algunas alteraciones si se la observa a la luz de los datos entregados según día de función.

d) Variaciones según día de la semana

CUADRO N° 2 : DISTRIBUCION DEL PUBLICO POR EDAD SEGUN DIA DE FUNCION EN CADA COMPAÑIA ( en porcentajes )(\*)

E D A D	DE CAMARA		PEDRO DE LA BARRA			I C T U S			LA VOCINA	
	Día se mana	Sábado	Día se mana	Sábado	Domingo	Día se mana	Vier nes	Sábado	Día se mana	Sábado
10-18 años	1.9	--	8.7	2.8	10.0	8.8	2.5	--	17.6	--
19-24 años	13.5	12.8	26.1	27.8	17.5	31.6	25.3	3.6	29.4	22.2
25-35 años	34.6	14.9	37.0	36.1	32.5	35.1	34.2	42.8	35.3	72.2
36-56 años	34.6	51.1	17.4	19.4	35.0	15.8	30.4	48.2	17.7	5.6
57 años y +	13.5	12.7	4.3	11.1	5.0	7.0	2.5	5.4	--	--
No contesta	1.9	8.5	6.5	2.8	--	1.7	5.1	--	--	--
TOTAL	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

(\*) El Teatro La Feria no funciona los días de semana. Por este motivo no pudo ser considerado en este análisis.

El comportamiento de los jóvenes en ambas categorías (10-18 años y 19-24 años) varía de día de semana a día festivo. En términos generales, los menores de 24 años disminuyen su asistencia los días sábado y domingo. Esto se hace extensivo al día viernes en el caso de Ictus, compañía donde este fenómeno se evidencia con mayor magnitud. Aquí, los menores de 24 años concentran un 40,4% de la asistencia del día de semana, en tanto que los sábados ésta disminuye a un 3,6%.

Los adultos entre 36 y 56 años aumentan en todas las compañías su asistencia los fines de semana, salvo en La Vocina donde la gravitación de este grupo de edad es muy poco significativa. Al igual que en el caso de los jóvenes, pero en dirección inversa, Ictus, es el que presenta la variación más notable: día de semana, 15,8%; día viernes 30,4%; día sábado 48,2% de adultos entre 36 y 56 años.

El aumento de público adulto los fines de semana, y la disminución de los jóvenes esos días puede ser imputable por un lado a los hábitos de vida de los distintos grupos de edad, como también al aumento del valor de la entrada los sábados y domingos. Es esperable que aquellos que tengan una posición económica consolidada sean a la vez adultos. Este hecho se comprueba en el caso de Ictus, donde al suprimirse la entrada rebajada para estudiantes el día sábado, disminuyen casi totalmente su asistencia.

Esta disminución de público joven en fin de semana es extensible al grupo de 25-35 años en las compañías Pedro de la Barra y en especial en De Cámara.

En términos muy generales se observa que la estructura por edad tiende a envejecer los días festivos en relación con los días de semana en todas las compañías analizadas. No obstante, el día de función no tiene un impacto demasiado significativo como para lograr alterar la estructura etárea que posee cada compañía. El grupo más afectado por esta variable es el de los jóvenes menores de 24 años, (salvo en el caso del Pedro de la Barra donde este grupo baja su asistencia sólo el día domingo); su escasa asistencia en día festivo es la que hace que los fines de semana las compañías de teatro chileno muestren una estructura por edad más adulta. La compañía De Cámara, en tanto, debe el envejecimiento de su público de día festivo, a la

disminución notable de adultos jóvenes ( 25-35 años ) y al aumento proporcional de adultos entre 36 y 56 años.

2. Inserción social

Como indicadores de inserción social se consideró: el nivel de estudios, la actividad principal, la categoría ocupacional, el sector de la economía en que trabaja, el nivel de ingreso y la comuna de residencia de los sujetos encuestados. Relacionando luego esta información, se pudo determinar el estrato social a que pertenecen los individuos de la muestra.

a) Nivel educacional

a.1. Análisis general y por compañías

CUADRO N° 3 : DISTRIBUCION DEL PÚBLICO POR NIVEL DE ESTUDIOS EN CADA COMPAÑIA (en porcentajes)

Nivel educacional.	DE CAMARA %	LA FERIA %	PEDRO DE LA BARRA %	ICTUS %	LA VOCINA %
Básica	2.0	1.5	6.7	0.5	--
Media	24.3	27.7	28.6	15.6	5.7
Tec. Prof.	21.2	9.2	18.8	12.0	17.2
Universitaria	51.5	61.6	45.9	71.4	77.1
Otra	1.0	--	--	--	--
No contesta	--	--	--	0.5	--
TOTAL	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

En lo que se refiere al nivel de estudios, en general los públicos de las compañías analizadas muestran un alto grado de educación formal, principalmente universitaria. La concentración más baja en el nivel universitario aparece en el teatro Pedro de la Barra con un 45.9% y la más alta en La Vocina con un 77.1% (1).

Sin embargo, la distribución de los niveles educacionales sufre variaciones significativas entre las distintas compañías analizadas.

Es así como La Feria, Ictus y La Vocina, aparecen con un público cuyo nivel de educación formal es superior al del Pedro de la Barra y De Cámara. Esto se observa en la alta concentración de universitarios que muestran estos tres teatros (61.6%, 71.4% y 77.1% respectivamente), una muy baja proporción en educación técnico-profesional y la ausencia casi total de personas con sólo enseñanza básica. La concentración de personas con sólo enseñanza media es considerable en el caso de La Feria (17.7%); sin embargo, esto corresponde a la estructura por edad de este teatro, ya que es el único que tiene una alta proporción de personas en edad escolar ( 23,1% ).

Si bien la proporción de público con sólo enseñanza media en el caso de Ictus ( 15.6% ) llama la atención dado el bajo porcentaje de jóvenes en edad escolar que este teatro tiene ( 3,6% ), esta proporción es muy inferior a la que muestra el Teatro de Cámara y Pedro de la Barra ( 24,3% y 28,7% respectivamente), ambos con una estructura por edad más adulta.

La compañía De Cámara, en tanto, muestra una concentración importante de personas con sólo enseñanza media ( 24,3% ), y con formación técnico-profesional ( 21,2% ). Esto hace que pese a la presencia significativa de personas con educación universitaria ( 51.5% ), De Cámara se ubique junto a Pedro de la Barra entre los que tienen un público con un nivel de educación formal más heterogéneo.

---

(1) Es necesario recordar que desde 1940 en adelante, más o menos, y en especial desde la Reforma Universitaria (1967), la Universidad ha ampliado su composición social a vastos sectores medios e incluso medio-bajos. Por ello, es posible que se trate de una elite intelectual, pero no necesariamente de una elite social en el sentido económico.

Si bien la proporción de personas con estudios universitarios en Pedro de la Barra es importante ( 45.9% ), es la más baja que presentan los casos analizados, y se ve contrarrestada por la alta proporción de individuos con sólo enseñanza media (28,7%) que se reclutan entre los mayores de 19 años. (Recuérdese que este Teatro tiene sólo un 8,2% de jóvenes en edad escolar). Por otra parte, ésta es la única compañía que muestra alguna presencia de público con sólo enseñanza básica ( 6,7% ). Este fenómeno está directamente relacionado, como se verá más adelante, con la asistencia a este teatro de personas de estratos socio-económicos más bajos.

La principal constante entre la Compañía de Cámara y Pedro de la Barra es que por una parte, ambos funcionan con precios especialmente rebajados para adultos, accediendo por tanto a un público más heterogéneo socialmente (1).

Por otra parte, estilísticamente las obras de ambas compañías pertenecen al realismo psicológico. Sus estructuras dramáticas, caracterización de personajes y evolución argumental corresponden a un género de vasta tradición en el país, cuyos códigos de interpretación están por tanto ampliamente difundidos en diferentes estratos sociales.

En el caso de Ictus, La Vocina y La Feria estamos en presencia de obras de formato desagregado en cuadros, con un lenguaje escénico elaborado plásticamente, de mayor dimensión simbólica que requiere de claves para su decodificación a distintos niveles de lectura. Por tanto, puede quizás atraer más a personas que tienen un contacto más habitual con elaboraciones culturales especializadas, lo que a su vez se puede vincular al nivel educacional de esas personas.

#### a.2. Variaciones según día de la semana.

Respecto al nivel educacional de los públicos según día de función, se observa un comportamiento diferencial entre las compañías analizadas.

---

(1) De Cámara en sus "Jueves Populares", Pedro de la Barra a través de convenios con instituciones y precios especiales a comunidades de base.

CUADRO Nº 4 : DISTRIBUCION DEL PUBLICO POR NIVEL DE ESTUDIOS  
SEGUN DIA DE FUNCION EN CADA COMPAÑIA.(en porcentajes)

NIVEL EDUCACIONAL	DE CAMARA		PEDRO DE LA BARRA			I C T U S			LA VOCINA	
	Día semana	Sábado	Semana	Sábado	Domingo	Semana	Viernes	Sábado	Semana	Sábado
Básica	1.9	2.1	13.1	--	5.0	1.7	--	--	--	--
Media	23.1	25.6	30.4	19.4	35.0	21.1	10.1	17.9	5.9	5.5
Téc.Prof.	25.0	17.0	32.6	19.4	2.5	14.1	10.1	17.5	17.6	16.7
Universit.	50.0	53.2	23.9	61.2	57.5	61.4	79.8	64.6	76.5	77.8
Otra	--	2.1	--	--	--	--	--	--	--	--
No contesta	--	--	--	--	--	1.7	--	--	--	--
T O T A L	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Es posible apreciar que los Teatros De Cámara y La Vocina no varían el nivel educativo de su público entre día de semana y día festivo, y que Ictus aumenta la proporción de personas con estudios universitarios los viernes y sábados.

Pedro de la Barra, es la compañía que muestra cambios más notables en la estructura educativa de su público según día de función. El día de semana concentra casi la totalidad de los casos con sólo enseñanza básica; el nivel técnico profesional aumenta casi al doble respecto al día sábado y 13 veces respecto al domingo. El nivel universitario, en cambio, disminuye su presencia a menos de la mitad respecto al fin de semana. Así, en la semana esta compañía muestra una tendencia distributiva mucho menos excluyente que los otros teatros. Si se recuerda que sólo el 4.7% de nuestra población tenía formación universitaria en 1970 (1); se comprenderá la importancia de la participación de otros niveles educativos en esta actividad teatral.

(1) José Joaquín Brunner, "Los intelectuales: esbozos y antecedentes para la constitución del campo de estudios". Volumen II. Cuadro Nº1: "Población de 12 años y más económicamente activa con formación universitaria según último curso aprobado". FLACSO, Santiago, Chile, 1982.

En oposición a lo anterior, los días festivos esta compañía se inscribe dentro de la tendencia concentradora mostrada por La FERIA, Ictus y La Vocina. La proporción de público universitario sube el día sábado a un 61,1% y a un 57,5% el día domingo. Cabría preguntarse si la rebaja de precio en día de semana es el único factor explicativo de este fenómeno.

En síntesis, los resultados nos permiten aseverar que en términos de los niveles educacionales, el teatro nacional crítico muestra una tendencia que parece beneficiar la llegada a un público cuyo nivel de estudios es altamente calificado. Sin embargo, políticas alternativas de promoción, tales como los convenios con organizaciones de base, parecen tener un efecto eláramente expansivo entre quienes no han tenido acceso a la Universidad. La experiencia del Pedro de la Barra así lo estaría demostrando.

b) Actividad principal que desempeña

CUADRO Nº 5 : DISTRIBUCION DEL PUBLICO POR ACTIVIDAD  
SEGUN COMPAÑIA ( en porcentajes ) (\*)

ACTIVIDAD	COMPAÑIAS DE TEATRO				
	DE CAMARA	LA FERIA	PEDRO DE LA BARRA	ICTUS	LA VOCINA
Est. escolar	2.0	20.0	8.2	3.1	2.8
Est. univers.	9.1	23.1	18.9	17.7	34.3
Obrero	--	--	2.5	1.0	--
Empleado	53.5	35.4	36.9	43.2	42.9
Independiente	23.2	23.1	21.3	29.2	14.3
Jubilado	6.1	1.5	0.8	3.1	--
Cesante	2.0	3.1	8.2	1.0	2.8
Dueña de casa	8.1	--	4.9	7.3	--
Otro	--	--	1.6	--	--
No contesta	4.0	3.1	1.6	2.6	5.7

(\*) Los porcentajes en el cuadro no suman 100%, ya que un mismo individuo puede desempeñar más de una actividad.

El público de las cinco compañías analizadas está constituido básicamente por estudiantes, empleados y trabajadores independientes. Las dueñas de casa, en tanto, tienen una presencia muy baja, pese a que en la muestra aparecen proporcionalmente representados ambos sexos y a que esta actividad concentra el 23,3% de mujeres dentro de la población mayor de 12 años del Gran Santiago (1). Así, las mujeres que asisten a este tipo de actividad artístico-cultural se caracterizan por su inserción laboral, la que les permite una interacción directa con la realidad social y económica y la formación por tanto de una opinión personal al respecto. Esto la diferencia de la mujer "dueña de casa" cuyo contacto con el mundo exterior está en gran parte mediatizado por la familia (en especial el cónyuge) y los medios de comunicación de masas.

Llama también la atención la virtual ausencia de obreros, jubilados y cesantes, quienes representan el 11,5%; 10,9% y 5,2% respectivamente de la población mayor de 12 años del Gran Santiago. Esta situación es explicable por la precaria situación económica en que viven quienes no cuentan con un trabajo estable y en el caso de los obreros, por el bajo nivel de remuneraciones al que se han visto restringidos durante los últimos años. Por ello, cuando se ofrecen facilidades económicas, aparecen personas pertenecientes a otras categorías ocupacionales. Esto se observa en el público de día de semana del Teatro Pedro de la Barra; por ejemplo, en el cual aparece alguna presencia de cesantes y obreros.

CUADRO Nº 6 : DISTRIBUCION DEL PUBLICO POR ACTIVIDAD SEGUN DIA DE FUNCION EN CADA COMPAÑIA (en porcentajes)

ACTIVIDAD	DE CAMARA		PEDRO DE LA BARRA			I C T U S			LA VOCINA	
	Semana	Sábado	Semana	Sábado	Domingo	Semana	Viernes	Domingo	Semana	Sábado
Est.escolar	3.8	--	10.9	2.8	10.0	7.0	2.5	--	5.9	--
Est.univers	9.6	8.5	8.7	33.3	17.5	33.3	17.7	1.8	47.0	22.2
Obrero	--	--	6.5	--	--	--	--	3.6	--	--
Empleado	55.8	51.1	28.3	52.8	32.5	33.3	46.8	48.2	35.3	50.0
Independ.	19.2	27.7	13.0	25.0	27.5	12.3	31.6	42.9	5.9	22.2
Jubilado	5.8	6.4	--	2.8	--	5.3	2.5	1.8	--	--
Cesante	3.8	--	19.6	--	2.5	3.5	--	--	--	5.6
Dueña casa	7.6	8.5	6.5	--	7.5	10.5	5.1	7.1	--	--
Otro	--	--	4.3	--	--	--	--	--	--	--
No contest.	--	8.5	2.2	--	2.5	3.5	2.5	1.8	5.9	5.6

(1) INE. Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. Encuesta nacional de Empleo. Año 1982

Otra categoría de actividad que varía según día de función es la estudiantil, la que tiende a disminuir el fin de semana (al igual que el nivel de edad menor a 24 años). El único caso en que esto no ocurre es nuevamente en el Pedro de la Barra, específicamente relativo a los estudiantes universitarios. Estos disminuyen fuertemente su participación el día de semana, lo que puede ser atribuible al menor nivel de educación formal del público de ese día (1).

En términos generales, las compañías que hacen teatro chileno crítico no logran, pese a sus esfuerzos, sobrepasar las limitaciones comunicativas que impone una sociedad fuertemente segmentada y estratificada. Esto trae como consecuencia la marginación de vastos sectores de la población.

Especialmente afectados se ven quienes, por su inserción en la estructura productiva, viven una situación económica que cierra la posibilidad de acceso a circuitos significativos de la producción cultural. Tal es el caso de obreros, jubilados y cesantes.)

c) Sector de la economía en que trabaja

Al consultar acerca del sector económico donde el público desempeña su actividad laboral, aparece con mayor recurrencia los sectores productivos, servicios profesionales independientes, servicios públicos, educación y ciencia e investigación (1).

Sin embargo, la importancia relativa de cada uno de estos sectores varía en las distintas compañías.

(1) La distribución real de la población ocupada del Gran Santiago es: sector productivo (agricultura, pesca, minas y canteras, industria manufacturera) 23,8%; construcción 6,5%; comercio 22,5%; servicios financieros 6,0%; Otros servicios (electricidad gas, agua, transporte, almacenaje, comunicaciones, servicios comunales, sociales y personales) 41,2%.

FUENTE: INE. Encuesta Nacional de Empleo 1981.

CUADRO Nº 7 : SECTOR DE LA ECONOMIA EN QUE TRABAJA  
SEGUN COMPAÑIA .

	DE CAMARA	LA FERIA	PEDRO DE LA BARRA	ICTUS	LA VOCINA
	%	%	%	%	%
1. Financiero	6.5	7.5	10.0	8.6	--
2. Comercial	7.5	9.5	11.1	7.9	6.7
3. Productivo	17.2	7.5	14.4	14.0	6.7
4. Construcción	2.1	--	2.2	0.6	--
5. Serv. Profes.indep.	17.2	17.0	18.9	21.3	13.3
6. Serv.Público	20.4	11.3	10.0	12.2	3.2
7. Serv.a la Comunidad	5.4	3.8	5.6	2.4	16.7
8. Educación	10.7	11.3	12.2	12.8	23.3
9. Comunic.Social	--	7.5	1.1	8.6	6.7
10. Artístico	3.2	5.7	2.2	3.1	6.7
11. Ciencia e invest.	4.3	11.3	4.5	6.7	16.7
12. Deportivo	--	5.7	--	0.6	--
13. FF.AA.	3.2	--	3.3	1.2	--
14. No contesta	2.3	1.9	4.5	--	--

En el Teatro de Cámara es en servicios públicos donde se concentra la mayor proporción de personas ( 20.4% ), siguiéndola en importancia el sector productivo y servicios profesionales independientes ( 17.2% respectivamente). Educación se encuentra en el cuarto lugar, absorbiendo un 10.7% del público de esta compañía.

El Teatro La FERIA en tanto, encuentra su mayor porcentaje de público en los servicios profesionales independientes ( 17.0% ) y en segundo lugar los servicios públicos, educación y ciencia e investigación. ( 11,3% respectivamente). Llama la atención la importancia relativa que asume aquí el grupo que se desempeña en ciencia e investigación, ya que en términos de la población total e incluso de los sectores profesionales este grupo está constituido por una minoría. Por otro lado, el sector productivo baja su gravitación manteniendo una presencia similar a la de los otros sectores económicos ( 7.5%).

El Teatro Pedro de la Barra es el que aparece con una distribución por sector de la economía más dispersa. El 18.9% de la asistencia se desempeña en servicios profesionales independientes, el 14.4% en el sector productivo y un 12.2% en educación. Con importancia similar aparecen los sectores comercial (11.1%), financiero y servicios públicos (10% respectivamente).

En el Ictus son los servicios profesionales independientes (21.3%) los que tienen una mayor gravitación seguido del sector productivo (14.0%), educación (12.8%) y servicios públicos (12.2%).

La Vocina, muestra una tendencia distributiva diferente a la tendencia general observada en los otros casos. La mayor concentración de público se da en educación (23.3%). Cabe recordar que los integrantes de esta compañía son, a su vez, educadores. Por otra parte, aquí son los sectores ciencia e investigación y servicios a la comunidad los que siguen en importancia (16.7% respectivamente). Así como vuelve a llamar la atención la presencia significativa de personas que se desempeñan en ciencia e investigación, sorprende la alta participación de quienes trabajan en servicios a la comunidad. Esta categoría está constituida básicamente por personas que trabajan en organizaciones y programas impulsados por instituciones de Iglesia, y beneficencia.

d) Nivel de ingreso

Se preguntó a los encuestados acerca del ingreso mensual promedio del grupo familiar, no el ingreso personal. Cabe recordar que la mayoría de las mujeres se desempeñan laboralmente, acrecentando con ello la disponibilidad económica de la familia.

d.1. Análisis general y por compañía

CUADRO Nº 8 : NIVEL DE INGRESOS DEL PUBLICO  
POR COMPAÑIA.

	DE CAMARA %	LA FERIA %	PEDRO DE LA BARRA %	ICTUS %	LA VOCINA %	T O T A L %
menos de 9.000	1.0	1.5	12.3	11.6	2.9	4.1
de 10.000 a 29.000	24.2	15.4	24.6	11.4	31.4	18.9
de 30.000 a 59.000	24.2	20.0	23.8	26.0	45.7	25.7
de 60.000 a 99.000	20.2	21.5	18.0	21.4	5.7	19.3
de 100.000-139.000	14.2	16.9	9.8	13.0	11.4	12.9
de 140.000 o más	14.2	13.9	6.6	21.4	2.9	14.2
No contesta	2.0	10.8	4.9	5.2	--	4.9
T O T A L	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Los niveles de ingreso del público varían notablemente de una compañía a otra; sin embargo, se observa como tendencia general la presencia significativa en todos los casos del grupo cuyo ingreso familiar promedio fluctúa entre los 30 y 59 mil pesos mensuales (1). Algo similar ocurre con el grupo que se sitúa en el tramo entre los 60 y 90 mil pesos mensuales. Su presencia se aproxima en todos los teatros, (salvo La Vocina) a un 20%.

La Vocina tiene un público cuya estructura por nivel de ingresos es claramente inferior y más excluyente que el resto. Si bien este teatro prácticamente no registra personas que declaren un ingreso familiar inferior a los 9.000 pesos, el 31.4% de su asistencia declara percibir una renta familiar promedio entre 10 y 29 mil pesos. Asimismo, un 45,7% de su público se

(1) En moneda de 1981, con el dólar fijo a \$ 39.

concentra en el tramo de ingresos entre 30 y 50 mil pesos. Es decir, el 77.1% del público de La Vocina percibe un ingreso que fluctúa entre un mínimo de 10 mil pesos y un máximo de 59.000. Esto está relacionado con la importancia relativa que tienen en la constitución del público en esta compañía los empleados que se desempeñan en el sector educación, servicios comunitarios y ciencia e investigación.

En el Teatro Pedro de la Barra los tramos medios de ingreso se mantienen dentro de la tendencia general, con una asistencia de 41.8% de público con esos ingresos. No obstante, esta compañía muestra también una importante proporción de público con bajos ingresos. El 36.9% declara percibir una renta familiar promedio inferior a \$ 29.000; aún más, esta es la única compañía donde un porcentaje considerable de su asistencia ( 12.3% ) percibe un ingreso familiar inferior a \$ 9.000. Por otra parte, la presencia de personas ubicadas en los tramos superiores es casi tan baja como en La Vocina ( 16.4% ). Cabe sí hacer notar que en este caso la discriminación se produce a partir del tramo superior a los \$ 1000.000, y no como en el caso anterior que es a partir de los \$ 60.000. Esto permite inferir que la compañía Pedro de la Barra tiene una distribución más heterogénea de su público. Esta figura se transforma al controlar la información pertinente por el día de función. (Ver cuadro N° 11).

Las compañías De Cámara, La Feria e Ictus muestran un público cuya estructura por nivel de ingresos sigue una misma tendencia general; ausencia casi total de personas cuyo ingreso familiar sea inferior a \$ 9.000; baja participación del grupo situado entre los 10 y 29 mil pesos mensuales ( salvo el teatro De Cámara donde este grupo muestra una proporción significativa); la presencia de los tramos medios se mantiene alta, dentro de la acotada en todos los casos y, en oposición a lo que ocurre con La Vocina y Pedro de la Barra, la asistencia de público cuyo nivel de ingresos es superior a los \$ 100,000 es claramente importante. Este grupo constituye un 18.4% del público en el teatro De Cámara, un 30.8% en La Feria y un 34.4% en el Ictus(1).

- 
- (1) El caso de Ictus y La Feria, los tramos superiores duplican la presencia de público con ingresos inferiores a \$ 29.000: Ictus: 34.4% del público percibe sobre \$100.000 de ingreso familiar, en tanto que un 13.0% percibe menos de \$ 29.000. La Feria: 30.8% de público con ingresos superiores a \$ 100.000 y un 16.9% con menos de \$ 29.000.

En síntesis, los niveles de ingreso del público que asiste al teatro nacional crítico permite sugerir, que existe una significativa participación de los sectores de ingresos medios. Pero, asimismo, las compañías analizadas muestran una tendencia discriminadora en función de los otros niveles de ingresos en dos direcciones diferentes. Una estaría representada por las compañías que discriminan en favor de los sectores con un nivel más bajo de ingresos (La Vocina y Pedro de la Barra) y que cuentan con una participación muy baja de público con ingresos altos. La otra es la que muestran La Feria e Ictus, donde si bien se observa cerca de un 15% de personas con ingresos bajos, y esto no es realmente significativo; en tanto que la presencia de quienes perciben un nivel alto de ingresos es claramente importante.

d.2. Variaciones según día de la semana.

CUADRO Nº 9 : NIVEL DE INGRESOS DEL PUBLICO SEGUN DIA DE FUNCION EN CADA COMPAÑIA.

	DE CAMARA		PEDRO DE LA BARRA			I C T U S			LA VOCINA	
	Semana %	Sábado %	Semana %	Sábado %	Domingo %	Semana %	Viernes %	Sábado %	Semana %	Sábado %
menos 9.000	1.9	--	28.3	--	5.0	5.3	--	--	--	5.6
10.000-29.000	26.9	21.3	37.0	25.0	10.0	19.3	13.9	--	29.4	33.3
30.000-59.000	38.5	8.5	17.4	33.3	22.5	31.6	21.5	26.8	47.0	44.4
60.000-99.000	19.2	21.3	13.0	13.9	27.5	17.5	26.6	17.9	11.8	--
100.000-139.00	7.7	21.3	--	16.7	15.0	3.5	16.5	17.9	11.8	11.1
140.000 o más	3.9	25.5	--	8.3	12.5	12.3	19.0	33.9	--	5.6
No contesta	1.9	2.1	4.3	2.8	7.5	10.5	2.5	3.5	--	--
T O T A L	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Al controlar la estructura de ingresos de los públicos por el día de función se observan algunas variaciones. En general la participación de personas con un nivel más alto de ingresos au

menta los días festivos, en tanto que quienes perciben un ingreso inferior a \$ 29.000 disminuyen su asistencia. Los niveles medios de ingresos se mantienen dentro de un margen relativamente estable, salvo los casos del De Cámara y Pedro de la Barra (1)..

e) Comuna de residencia

e.1. Categorías empleadas.

La comuna de residencia, si bien es una variable de orden territorial, es también un indicador bastante decidor de la inserción socio-económica de las personas. Esto se debe al carácter altamente estratificado que tiene la división local dentro del Gran Santiago, constituida por comunas con características socio-económicas que las distinguen. En función de ello, se clasificó a las comunas del Gran Santiago en cuatro grupos:

- 
- (1) El Teatro de Cámara en día de semana muestra un notable aumento en la proporción de público que se sitúa en el tramo entre 30 y 59 mil pesos. Esta alcanza a un 38.5% de la asistencia total. La concentración de público en este tramo el día de semana podría atribuirse a la política de precios rebajados que tiene lugar justamente en esos días. No obstante, la baja proporción de público el día festivo en este mismo tramo (8.5%) no resulta claramente explicable. El día sábado esta compañía mantiene una proporción importante de público con bajos ingresos (21%) así como un claro aumento de personas con ingresos altos, las que alcanzan un 46.8% del total de la asistencia. Quienes asisten en menor proporción son justamente los niveles medios (8.5% y 21.3% respectivamente).

La compañía Pedro de la Barra es la única cuya estructura de público por nivel de ingreso cambia radicalmente entre los distintos días de función. El día de semana su público se concentra en los niveles más bajos de ingresos: el 65,3% de su público declara percibir un ingreso familiar promedio inferior a \$ 29.000, en tanto que no tiene presencia alguna de público con ingreso superior a \$ 100.000. Los días sábado y domingo, por el contrario, su público se distribuye en forma similar al de las otras compañías.



CUADRO Nº 10 : DISTRIBUCION DEL PUBLICO POR COMUNA DE  
RESIDENCIA SEGUN COMPAÑIA.(en porcentajes)

COMUNA	COMPAÑIAS TEATRALES				
	DE CAMARA	LA FERIA	PEDRO DE LA BARRA	ICTUS	LA VOCINA
Barrio Alto	59.6	84.6	42.6	73.4	65.7
Las Condes	38.4	53.8	27.1	33.3	14.3
La Reina	3.0	7.7	1.6	8.3	2.9
Nuñoa	5.1	13.9	5.7	15.1	37.1
Providencia	13.1	9.2	8.2	16.7	11.4
	9.0	7.7	26.2	5.6	8.6
Conchalí	2.0	--	3.3	0.5	2.9
La Cisterna	1.0	1.5	2.5	1.0	--
La Florida	1.0	--	1.6	2.1	5.7
La Granja	1.0	--	3.3	--	--
Pudahuel	1.0	--	2.5	1.0	--
Quinta Normal	--	--	0.8	--	--
Renca	--	--	--	--	--
San Miguel	3.0	6.2	12.3	1.0	--
Santiago Centro	17.2	3.1	16.4	12.0	22.8
Comunas Periféricas	7.1	3.1	1.6	2.6	--
Maipú	2.0	--	0.8	--	--
San Bernardo	3.1	3.1	0.8	1.0	--
San José de Maipo	--	--	--	1.6	--
Puente Alto	2.0	--	--	--	--
Providencia	5.1	--	7.4	4.8	--
Extranjero	--	--	1.6	--	--
No contesta	2.0	1.5	4.1	1.6	2.9
T O T A L	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

El público de estas compañías proviene en su gran mayoría de las comunas del "barrio alto", lo que significa de alguna manera una selectividad dentro de una minoría, ya que estas comunas concentran sólo el 24.4% de la población de Santiago. Esto se hace más evidente al observar la presencia de los habitantes de Las Condes, los que en realidad constituyen solamente el 6,7% de la población de esta ciudad. La situación inversa se da con las comunas de nivel socio-económico medio-bajo. Su escasa participación contrasta con la concentración real de población que estas tienen ( 50.2% ). Santiago Centro, en tanto, muestra una asistencia proporcional a su situación real; aquí vive el 15.8% de los santiaguinos. En las comunas periféricas mencionadas reside el 11.6% y su ausencia en los casos analizados es atribuible a la distancia respecto del centro (1).

La FERIA, es la compañía más selectiva en este sentido, concentrando el 84,6% de su asistencia en el barrio alto y el 53,8% específicamente en la Comuna de Las Condes. Esta situación es en parte atribuible a la ubicación de este teatro (Sector de Lo Barnechea, Comuna de Las Condes) y a la dificultad de acceso que presenta ese lugar, por su distancia física y escasa movilización colectiva.

Pedro de la Barra, en cambio, es la compañía con más heterogeneidad en términos del lugar de residencia de su público. Si bien el 42.7% habita en el "Barrio Alto" y básicamente en Las Condes ( 27.1% ), una proporción importante proviene de las comunas de ingreso medio-bajo ( 26.2% ) y específicamente de San Miguel, que concentra el 12.3% del total del público asistente. Al distinguir según día de función, se advierte que este público asiste solamente en día de semana, constituyendo entonces el 58,7% del total de ese día, desplazando a los que provienen del "Barrio Alto" que descienden a un 13.1%. Estos, a su vez, se concentran el fin de semana en alrededor de un 60%.

La Vocina mantiene la tendencia general respecto a la presencia del "Barrio Alto", pero este no está representado por

(1) Fuente: Datos de población: INE, Instituto Nacional de Estadística y Censos. Censo 1982. Recuento Preliminar.

la comuna de Las Condes ( 14,3% ) sino por Nuñoa ( 37,1% ), que en términos socio-económicos es una de las comunas más heterogéneas, con una proporción muy alta de estratos medios entre su población. Por otra parte, la comuna de Santiago que tiene una presencia importante en todas las compañías (salvo La Feria) en el único teatro donde su gravitación se destaca de manera significativa es en La Vocina (22.9%).

Ictus y De Cámara se inscriben dentro de la tendencia general, donde el público proviene en su gran mayoría del barrio alto, específicamente de Las Condes. Haciendo una comparación entre estas compañías, De Cámara muestra a Santiago Centro en segundo lugar, en tanto que en el Ictus la importancia de Las Condes es seguida por las otras comunas del barrio alto (Providencia y Nuñoa), situándose Santiago Centro en cuarto lugar.

f) Estrato socio-económico

Con los índices de ingreso, comuna de residencia, nivel de estudios y categoría ocupacional, se construyó un indicador de estratificación social. En función de ello se ubicó a los públicos en los estratos alto y medio-alto; medio, y medio bajo, bajo.

CUADRO Nº 11: DISTRIBUCION DEL PUBLICO POR ESTRATO SOCIO-ECONOMICO SEGUN COMPAÑIA(en porcentajes)

	DE CAMARA	LA FERIA	PEDRO DE LA BARRA	ICTUS	LA VOCINA
Alto Medio - alto	55.6	55.4	31.2	51.0	14.3
Medio	35.3	36.9	38.5	41.2	74.3
Medio Bajo - Bajo	9.1	6.2	30.3	5.7	11.4
No contesta	--	1.5	--	2.1	--
TOTAL	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Se observa que las compañías De Cámara, La FERIA e Ictus tienen un público principalmente de estratos medio-alto - alto con una presencia también importante de personas de estratos medios, en tanto que los estratos bajo y medio bajo muestran una asistencia francamente poco significativa.

La compañía Pedro de la Barra tiene una distribución muy pareja de su público por estrato socio-económico.

La Vocina es la compañía más concentradora y excluyente en este sentido. Su público se recluta básicamente en los estratos medios (74.3%).

CUADRO Nº 12 : DISTRIBUCION DEL PUBLICO POR ESTRATO SOCIO-ECONOMICO .  
SEGUN DIA DE FUNCION EN CADA COMPAÑIA

ESTRATO	DE CAMARA		PEDRO DE LA BARRA			ICTUS			LA VOCINA	
	Semana	Sábado	Semana	Sábado	Domingo	Semana	Viernes	Sábado	Semana	Sábado
Alto-Medio Alto	44.2	68.1	6.5	44.5	47.5	24.6	55.7	71.4	11.8	16.7
Medio	40.4	29.8	30.4	44.5	42.5	56.1	39.2	28.6	88.2	61.1
Medio-Bajo Bajo	15.4	2.1	63.1	11.0	10.0	12.3	5.1	--	--	22.2
No contesta	--	--	--	--	--	7.0	--	--	--	--
TOTAL	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Al analizar la estratificación social del público por el día de función, se observa que en el teatro De Cámara e Ictus los estratos altos y medio-altos aumentan significativamente su asistencia los días festivos, en tanto que los estratos medios disminuyen su presencia esos días. Los estratos más bajos man-

tienen siempre una presencia poco significativa. Ambas compañías se diferencian en que el grupo De Cámara en día de semana distribuye equitativamente su público entre los estratos altos y medios, en tanto que Ictus observa gran concentración de público en los estratos medios esos días ( 56.1% ), y sólo a partir del día viernes empieza a tener una afluencia preponderante de público de nivel socio-económico alto.

La compañía Pedro de la Barra muestra una constitución socio-económica radicalmente diferente entre los días de la semana y festivos. Durante la semana su público se concentra en los estratos bajo y medio bajo ( 63.1% ), los que disminuyen su asistencia en un 50% los fines de semana. Esos días el público asistente se distribuye en proporciones iguales (alrededor de 40% ) entre los niveles altos y medios. El estrato socio-económico alto, prácticamente no asiste en día de semana a este teatro.

El teatro La Vocina no observa prácticamente ninguna variación entre los distintos días de función. Su público es básicamente reclutado entre los estratos socio-económicos medios.

### 3. Conclusiones generales

Nos preguntábamos al inicio si es posible distinguir características particulares que definan al público del teatro independiente en Chile, y más específicamente, al teatro de dramaturgia nacional que realiza una reflexión crítica a partir de la contingencia ( la que puede proyectarse, obviamente, a dimensiones más trascendentes ).

Hasta aquí, hemos analizado este público en cuanto a su identidad socio-económica, lo que se manifiesta a través de diferentes indicadores. Los datos permiten concluir que aquellos que asisten a este circuito teatral presenta características específicas que lo convierten en un segmento diferenciado en

relación a la totalidad de la población chilena en edad de asistir potencialmente a este tipo de teatro (desde la enseñanza escolar media (15 años) en adelante).

Las restricciones más claras son las que introduce el circuito comercial de este teatro, que favorece la asistencia de públicos con alguna capacidad económica: especialmente sectores medios-altos y medios, en relativa igual proporción. Los sectores medios, y en especial los medios-bajos incrementan su participación significativamente en cuanto se les facilita el acceso económico, expresado en rebajas a los precios de entrada.

La otra distinción básica se vincula a la cualidad de elaboración cultural que posee el teatro, que lo distingue de productos propios de la cultura de masas, por ejemplo. Esto se expresa en que, teniendo las clases medias y altas una composición heterogénea, de todos ellos asisten al teatro especial -mente aquellos que tienen formación universitaria y se desempeñan por tanto como profesionales independientes o como empleados.

Sin embargo, dentro de estas dos cotas señaladas (estratos medios y altos con un elevado nivel educacional), se abre un espectro diverso de personas. Por ejemplo, no provienen de un ámbito específico de actividad social, como pudiese ser por ejemplo, los que se han especializado en el área humanista o artística, sino que cubre todas las gamas de la actividad económico-social: financiera, comercial, productiva, servicios públicos y privados, etc.. No obstante, en algunas compañías aparece más nítida la presencia de aquellos que realizan funciones de elaboración intelectual o artística, de servicio a la comunidad y de educación (La Feria y La Vocina, específicamente).

El análisis de la edad los asistentes también plantea reflexiones de interés. Dos nos parecen fundamentales:

- 1) La diferencia notable en la cantidad de público escolar de enseñanza media que asiste a los teatros con convenio oficial respecto a la de los teatros independientes a los que se les niega este convenio° En estos últimos, la presencia es mínima (alrededor de un 6%) siendo de un 80% en los que usufructúan de él, lo que hace que en la actualidad constituya el principal público masivo del país. El teatro La Feria es el único que capta un mayor porcentaje de escolares de este nivel (1).

Sin embargo, una vez que el joven se autonomiza de la influencia escolar, ya sea ingresando al campo laboral o a la universidad donde está expuesto a la influencia de movimientos sociales e ideológicos diversos, triplica e incluso quintuplica (caso del Ictus) su asistencia a estos teatros en relación a su etapa escolar(2).

- (1) Las cifras de público del Teatro de la Universidad Católica son decidoras al respecto.

Público escolar asistente al TUC por convenios \*

AÑO	OBRA	Asistencia escolares		Público total
		Número	%	
1978	Hamlet	43.894	84.1	52.162
1980	Las Preciosas Ridículas	10.554	26.9	39.244
	María Estuardo	9.782	43.8	22.320
	Casa de Muñecas	5.661**	53.6	10.566

\* FUENTE: "Imagen y Comportamiento respecto de la Actividad Teatral y Cultural de Santiago: Dos sectores sociales frente al Teatro de la Universidad Católica". María de la Luz Hurtado y Consuelo Morel. Revista Apuntes/Escuela de Teatro /Universidad Católica. Número Especial. Mayo 1982.

\*\* "Casa de Muñecas" tiene una cifra de público escolar inferior a la media, debido a que fue exhibida casi al finalizar el año escolar.

- (2) Al respecto pueden recordarse las siguientes cifras de asistencia(Cuadro N°1)

	P.de la Barra	Ictus	La Vocina
Menores de 18 años(edad escolar)	8.2%	3.6%	8.6%
Jóvenes entre 19 y 24 años	23.0%	20.8%	25.7%

- 2) Por otra parte, es posible apreciar que desde los 19 años, en adelante, hasta los 57 años aproximadamente, existe un interés activo por vincularse con esta actividad cultural. Ello indica que el teatro no es un elemento de atracción circunstancial o generacional, sino que apela a los sectores adultos en su conjunto.

Es interesante comparar este comportamiento con el del movimiento social que se relaciona con los recitales musicales del "Canto Nuevo", por ejemplo. En éstos participan casi exclusivamente sectores juveniles, con exclusión de los adultos.

El Teatro La Vocina es el único que tiene una organización clara con un segmento muy específico de la sociedad: con los aquí llamados adultos-jóvenes (25-35 años) de sectores medios de profesionales universitarios, vinculados preferentemente a actividades humanistas y de servicios sociales. Pareciera tratarse de aquella generación que vivió con intensidad la década de los fines del '60, época de cuestionamiento al status-quo, de afirmación de una identidad joven y renovadora, que indaga en su complejidad existencial y social, encontrando su expresión privilegiada en el grupo Aleph.

En lo que se refiere a las características socio-económicas, el público de las compañías que hacen teatro chileno de crítica contingente no muestra diferencias significativas con el público del teatro De Cámara. Sin embargo, parece interesante la comprobación de cómo dentro de estos marcos comunes, cada compañía va delineando un público con ciertas especificidades en cuanto a edad, actividad, nivel de educación y lugar de residencia. Ello demuestra que la intersección entre la política de difusión empleadas, en especial relativas al sistema de precios-con la proposición temática y estética de la obra montada permiten seleccionar un tipo de público dentro de los márgenes más generales reseñados.

VII. PROYECCION DE LA VISION DE MUNDO DEL PUBLICO  
DE TEATRO A PARTIR DE SUS ACTIVIDADES CULTURALES.

Considerando la amplitud y heterogeneidad de la composición de cada clase, la que nos dice poco o nada respecto a la vi sión de mundo, a los proyectos de vida, a las conductas y valoraciones específicas que tienen las personas insertas en un entorno histórico dado, pareció fundamental complementar la información anterior con otra que pudiese identificar en el plano cultural al público de teatro independiente en San tiago.

Para ello, se realizaron una serie de preguntas abiertas, con sultando acerca de las preferencias en el uso del tiempo li bre y la recepción de diversos medios de comunicación de ma- sas ( radio, TV, diarios, revistas, cine, espectáculos artís ticos).

En la medida que el campo comunicacional chileno tiene una geografía relativamente nítida en algunos medios (especial- mente en radios, revistas y noticieros televisivos ), se construyó luego un índice que permitiese distinguir opcio- nes básicas en relación a la interpretación de la realidad vigente. Esta distinción parecía necesaria de realizar con siderando las hipótesis de trabajo que motivaron este estu- dio, relativas a la organicidad social e ideológica del pú- blico de teatro de reflexión crítica.

1. Preferencias de recreación

Se consultó este tema mediante una pregunta abierta, por lo que las personas respondieron a partir de sus propios con- ceptos de recreación. Posteriormente se agruparon las res- puestas en las categorías del Cuadro N° 13. Se computaron.

hasta tres opciones por persona ; por ello, las respuestas no son excluyentes y suman más de 100%.

CUADRO Nº 13 : PREFERENCIAS DE RECREACION SEGUN COMPANIA  
(en porcentajes).

	ICTUS	LA FERIA	PEDRO DE LA BARRA	LA VOCINA	DE CAMARA
Ir al cine	32.3	35.4	27.1	45.7	49.0
Asistir al teatro	28.6	40.0	24.6	40.0	43.0
Leer	46.4	6.2	32.0	40.0	35.0
Practicar deportes	24.0	32.3	16.4	22.8	17.0
Ver TV	18.8	16.9	19.7	11.4	18.0
Oír música	19.3	6.2	9.0	25.7	17.0
Reunirse con amigos	11.5	13.9	10.7	14.3	7.0
Paseos, caminatas	15.6	6.2	7.4	11.4	10.0
Realizar activ. artísticas	5.2	6.2	2.5	11.4	2.0
Salir fuera de Santiago	6.3	4.6	2.5	2.8	8.0
Asistir a conciertos	3.1	4.6	1.6	--	11.0
Asistir a espect. música folklór.	2.1	3.1	0.8	11.4	--
Salir a comer y/o bailar	3.1	3.1	3.3	--	3.0
Visitas familiares	4.2	--	3.3	--	1.0
Realizar tareas hogareñas	4.2	--	3.3	--	1.0
Asistir a espec. deportivos	1	1.5	0.8	2.8	3.0
Asistir a espec. música internac.	--	--	--	--	7.0
Viajes	3.1	--	--	2.8	5.0
Habbién	--	--	--	--	4.0
Otro	3.7	--	--	8.6	2.0

Los datos indican que se trata de personas que privilegian fuertemente las manifestaciones culturales más elaboradas como principal opción de su uso del tiempo libre. El cine y el teatro, ambos sustentados en la mimesis dramática de la realidad, son incuestionablemente las primeras preferencias, seguidas muy cerca por el gusto por la lectura.

Estas preferencias son específicas de este grupo de personas, ya que en otras investigaciones se ha demostrado que en estos mismos sectores sociales considerados globalmente, sólo es generalizado el interés por la lectura, en tanto que el cine y especialmente el teatro son considerados como opciones secundarias (1).

Nuevamente aparece, por otra parte, el público de La Vocina con ciertas características que lo distinguen: alto interés por oír música, reforzado por la asistencia a espectáculos de música folklórica, especialmente aquellos organizados por Nuestro Canto, (coincidiendo con su carácter de público generacional), opción que no posee ninguna mención entre el público del teatro de Cámara, por ejemplo. Igualmente, los de La Vocina son los que más claramente realizan actividades artísticas ellos mismos y los que menos se interesan por ver TV.

En todo caso, la muestra en su conjunto se interesa significativamente menos por la TV (17%) que la población total de sectores medios y altos, que la prefiere en un 27%, según consta en el estudio antes señalado. En cuanto al Teatro De Cámara, no presenta en este nivel ninguna diferencia significativa en relación a las demás compañías. Más aún, parece ser un público especialmente aficionado al teatro y al cine.

---

(1) Aparte de leer, salir fuera de Santiago, realizar tareas hogareñas y ver TV son las principales preferencias de los sectores medios y altos de la población santiaguina en su conjunto.  
Op.cit: María de la Luz Hurtado y Consuelo Morel: Imagen y comportamiento...

Al analizar los datos distinguiendo por día de función, se observan algunas diferencias indicativas.

En el Teatro de Cámara, por ejemplo, el público de día sábado favorece en un 17% la asistencia a conciertos de música docta, en tanto que los que asisten a los Jueves populares sólo lo indican en un 5%. a la vez, los que asisten el Jueves en un 50% plantean que su principal interés es asistir al teatro.

En el caso del Teatro Ictus ocurre algo similar: los asistentes en día de semana enfatizan con doble intensidad su gusto por el cine y el teatro que el público de día sábado (1). (Prefieren asistir al teatro: 42% día miércoles, 18% día sábado. Prefieren asistir al cine: 40,4% día miércoles, 18,6% día sábado). Por el contrario, el público de día sábado es doblemente aficionado a ver TV, (30,4%) que el día miércoles (17,5%).

En el teatro Pedro de la Barra, que concentra los días sábado el público más "típico de teatro", o que más comparte características socio-económicas con teatros como el De Cámara o Ictus, se observa que las respuestas de ese día son coincidentes con las medias generales. Sin embargo, el público de día domingo y especialmente el de día miércoles, (de menor nivel educacional y de ingresos) menciona una menor variedad y cantidad de distracciones entre las cuales igualmente destaca en primera prioridad la lectura, la asistencia al cine y al teatro. Así, se mantiene la jerarquía de los gustos, pero no su capacidad de satisfacerlos. (Prefieren la lectura: 27,7% día miércoles, 45,7% día sábado; Asistir al cine: 14,4% día miércoles, 40% día sábado. Asistir al teatro 14,4% día miércoles y 31,4% día sábado).

(1) Recordemos que el público de día de semana tiende a ser de clase media en vez de clase alta, y más joven que los del día sábado.

2. Frecuencia de asistencia al cine y a otros espectáculos

La especial atracción que los asistentes al teatro tienen por el cine se confirma en la conducta activa que dicen tener respecto de este medio.

CUADRO Nº 14 : FRECUENCIA DE ASISTENCIA AL CINE  
(en porcentajes)

	DE CAMARA	LA FERIA	PEDRO DE LA BARRA.	ICTUS	LA VOCINA
Al menos cada 15 días	52.0	35.4	26.9	29.2	39.5
Una vez al mes	20.0	24.6	22.0	31.3	17.1
Cada 2 o 3 meses	18.0	20.0	24.6	16.1	22.8
Cada 6 meses	4.0	13.9	7.2	9.5	14.3
Una vez al año	2.0	1.5	10.5	4.2	2.9
Nunca	1.0	1.5	8.8	3.6	0
No contesta	3.0	3.1	--	6.1	3.4

Apreciamos que el público de todas las compañías analizadas asiste al cine una o más veces al mes en una proporción de entre 72% ( De Cámara) a 51% (Pedro de la Barra).

Esta periodicidad de asistencia al cine se observa sólo en un 36% del conjunto de los estratos medios y altos de la población de Santiago, por lo que nuevamente este público teatral muestra un comportamiento atípico casi duplicando la media normal.

El menor porcentaje de asistencia del Pedro de la Barra se explica al distinguir por día de función, ya que el público del día miércoles asiste significativamente con menor frecuencia (miércoles: 19.2%; sábado: 40%). Este fenómeno puede atribuirse a la falta de recursos del público de ese día, más bien que a una falta de interés.

Por otra parte, al consultar si se asiste con frecuencia a exposiciones o a otras actividades culturales, alrededor de un 60% dentro de cada compañía afirmó hacerlo. La asistencia a exposiciones de plástica y artes visuales es la más mencionada. La música folklórica y de canto nuevo resalta en La Vocina y en La FERIA.

3. Selección de medios de comunicación de masas:  
diario, noticiero TV, revistas, radio.

a) Lectura de diarios.

CUADRO Nº 15: IDENTIFICACION DEL DIARIO LEIDO SEGUN  
COMPAÑIA. ( en porcentajes)

	ICTUS	LA FERIA	PEDRO DE LA BARRA	LA VOCINA	DE CAMARA
El Mercurio	78.1	80.0	62.3	74.3	77.0
La Segunda	6.8	10.8	5.7	5.7	6.0
La Tercera	32.8	23.1	43.4	42.9	27.0
Ultimas Notic.	2.6	1.5	11.5	2.9	1.0
La Nación	0.0	0.0	--	0.0	0.0
Ninguno	5.2	9.2	4.1	2.8	2.0
No contesta	1.0	--	--	8.6	6.0

Como es habitual en estos sectores socio-económicos, cerca de un 95% del público de estos teatros lee habitualmente algún diario, y cerca de un 10% lee más de un diario. La principal excepción es el teatro La Feria, ya que cerca de un 10% de su público no lee ningún diario, hecho atribuible a la juventud de muchos de ellos, aún en edad escolar.

El Diario "El Mercurio" es el más leído por el público de todas las compañías (entre el 75% al 80%). En el Teatro Pedro de la Barra, donde este diario se lee por un 62% del público, aparece un 11% de la asistencia leyendo un diario de corte "popular" sensacionalista ("Las Ultimas Noticias") que no es leído en otras compañías.

En el Pedro de la Barra al igual que en La Vocina se lee en una proporción significativa "La Tercera", lo que es congruente con el hecho de que este diario se asimila a lectores de sectores socio-económicos medios. A la vez, como tendencia general, los públicos de semana leen significativamente más "La Tercera" que los de fin de semana en todos los teatros considerados.

b) Noticias en televisión.

CUADRO Nº 16 : QUE NOTICIERO DE T.V. VE PREFERENTEMENTE

	ICTUS	LA FERIA	PEDRO DE LA BARRA	LA VOCINA	DE CAMARA
CANAL 5	0,5	0,0	--	0,0	1,0
CANAL 11	4,7	3,1	6,6	0,0	12,0
CANAL 7	10,9	13,9	18,9	14,3	29,0
CANAL 13	75,0	63,1	59,8	74,3	63,0
NINGUNO	13,5	20,0	16,4	8,6	11,0
NO CONTESTA	2,6	--	2,5	2,9	1,0

Un 80% o más del público de estos teatros ve algún notici-  
ero de T.V.. El que menos lo hace es nuevamente el del Tea-  
tro La Feria como así también el del Pedro de la Barra.

El noticiero que se ve significativamente más es el de Ca-  
nal 13 de la Universidad Católica de Chile, hecho que es  
coincidente para el público de todas las compañías conside-  
radas. En la población de Santiago, las encuestas de sintonía demuestran que el Canal 13 posee mayor rating en este espacio que Canal 7 (1), pero la diferencia es mucho más marcada en esta muestra, salvo en el Teatro De Cámara. El público de éste es el que más ve otras estaciones aparte del Canal 13: en un 30% ve Canal 7, Canal del Estado de marcada línea oficialista; esta proporción es tres veces mayor que la del público de Ictus que ve este mismo noticiero. Asimismo, ve significativamente más el Canal 11, de la Universidad de Chile.

c) Lectura de revistas.

Este dato es de importancia para perfilar unilateralmente, al público que nos interesa conocer, dada la variedad de revistas que circulan en el país. Estas satisfacen necesidades de diferente orden, permitiendo una selectividad relativamente fina por parte del receptor.

Las revistas mencionadas con mayor frecuencia son los semanarios de actualidad: Ercilla, Qué Pasa Hoy, las quincenales APSI, Cosas, Solidaridad y las mensuales Mensaje y Aná-

(1) La encuesta de sintonía de T.V. realizada por "Testmerc Mercado y Opinión Pública" en Santiago durante el mes de Julio de 1981 demuestra que el máximo de audiencia alcanzado por Teletrece es de 52%. Ese mismo día, 60 minutos logra un 32% de rating. Es decir, Canal 13 supera en un 62% a Canal 7 en la hora del noticiero.

lisis. Estas revistas, por su carácter de informativos a cerca de la contingencia, se definen nítidamente dentro del espectro ideológico. Ercilla y Qué Pasa son afines al régimen militar vigente, en tanto que Hoy, Apsi, Mensaje, Análisis y Solidaridad representan una visión alternativa a éste. A la vez, los tres últimos están vinculados a la Iglesia Católica. "Cosas" mantiene una línea independiente manifestada a través de un periodismo crítico que se sustenta principalmente en entrevistas a un amplio espectro de personalidades, especialistas y líderes de opinión, la que complementa con una sección frívola de información del Jet Set internacional

CUADRO Nº 17 : REVISTAS LEIDAS HABITUALMENTE, SEGUN  
COMPAÑIA. ( en porcentajes)

	ICTUS	LA FERIA	PEDRO DE LA BARRA	LA VOCINA	DE CAMARA
Ercilla	9.9	13.9	11.5	2.9	25.0
Qué Pasa	7.3	13.9	5.7	0.0	14.0
Hoy	50.0	56.9	34.4	71.4	33.0
Apsi	4.2	12.3	9.8	28.6	3.0
Análisis	2.6	3.1	1.6	20.0	3.0
Mensaje	11.5	13.9	7.4	28.6	6.0
Cosas	14.1	7.7	3.3	8.6	9.0
Solidaridad	1.6	3.1	3.3	5.7	2.0
Paula	5.7	--	6.6	2.9	13.0
Vanidades	5.2	1.5	7.4	0.0	8.0
Bravo	--	--	0.8	--	--
Veá	2.1	--	1.6	--	5.0
La Bicicleta	1.0	10.8	3.3	0.0	1.0
Buen Hogar	2.1	1.5	1.6	0.0	6.0
Selecciones	0.5	--	1.6	2.9	5.0
Ideas	0.5	1.5	2.5	0.0	2.0
Geomundo	3.1	--	1.6	0.0	3.0
Realidad	0.5	--	--	0.0	2.0
Times	5.7	--	3.3	2.9	5.0
Especializadas	3.1	3.1	1.6	0.0	6.0
Gestión	--	--	0.8	--	1.0
Estrategia	1.6	1.5	1.6	--	1.0
Clan	5.7	--	--	--	--
Deportivas	2.6	6.2	0.8	--	--

Las revistas que representan un punto de vista oficialista son leídas por un 20% de los públicos de los teatros analizados. Cerca del 15% del público de De Cámara y La Feria leen Qué Pasa, y un cuarto del público de De Cámara lee Ercilla, más que duplicando a las demás compañías al respecto.

Por el contrario, los públicos de las compañías Ictus y Pedro de la Barra leen estas revistas, sólo en un 17% siendo el caso más nítido el de La Vocina. De este público, ninguno lee Qué Pasa y sólo un 3% lee Ercilla.

La Revista Hoy es la que más leen los públicos de todos los teatros encuestados; el público de La Vocina la lee muy preferentemente (71,4%) apoyando esta lectura ya sea con Apsi, Análisis o Mensaje, revistas que lee ostensiblemente más que el público de otros teatros. El público del Teatro La Feria e Ictus también expresan una clara preferencia proporcional por estas revistas de pensamiento alternativo.

La revista "Cosas", a su vez, representa una segunda opción de lectura para el público del Teatro Ictus.

Al comparar estos datos con los tirajes medios de las revistas mencionadas, se observa nuevamente que se trata de un público con una opción cultural sesgada y congruente con la de estos teatros, salvo en el caso del teatro de Cámara, que se acerca a la media general del país (1).

(1)	Promedio Anual de Circulación Pagada de Revistas en 1980.	
	Promedio anual circulac.	% participación en la circulación
.Cosas	18.800	17.6
.Ercilla	23.000	21.5
.Hoy	36.300	33.9
.Qué Pasa	7.500	7.0
.Realidad	3.500	3.3
.Mensaje	9.700	9.1
.Análisis	3.500	3.3
.Apsi	4.500	4.2

FUENTE: Carlos Catalán: "El Mercado de Revistas de Actualidad y la Inversión Publicitaria: el caso de Chile". Ediciones CENECA. Diciembre 1981.

En cuanto a las demás revistas, femeninas u otras, no concentran mayormente el interés de este público teatral. Es una excepción en este sentido la del teatro La FERIA donde aparecen con relativa importancia la lectura de La Bicicleta, revista cultural orgánica a los jóvenes progresistas. Recuérdese que esta compañía es justamente la que concentra una mayor proporción de público menor de 24 años.

d) Audiencia de Radios.

CUADRO Nº 18 : EMISORA RADIAL MAS ESCUCHADA SEGUN  
COMPANIA (en porcentajes).

EMISORA RADIAL	ICTUS	LA FERIA	PEDRO DE LA BARRA	LA VOCINA	DE CAMARA
<u>AM</u>					
Cooperativa	29.2	27.7	28.7	54.3	34.0
Chilena	8.9	13.9	19.7	17.1	14.0
Minería	9.9	4.6	6.6	--	14.0
Andrés Bello	9.4	6.2	4.9	--	21.0
Portales	1.0	1.5	4.9	--	5.0
Agricultura	1.0	--	2.5	--	5.0
Carrera	--	--	1.6	--	--
Colo-Colo	--	--	2.5	--	--
Nacional	--	--	--	--	3.0
Santiago	--	1.5	3.3	--	--
<u>FM</u>					
Beethoven	28.1	20.0	10.7	28.6	23.0
Concierto	6.3	13.9	9.0	11.4	4.0
San Cristóbal	9.4	7.7	4.1	--	7.0
El Conquistador	5.2	1.5	3.3	2.9	12.0
Infinita	5.7	6.2	5.7	2.9	6.0
Carolina	5.7	4.6	1.6	2.9	3.0
La Clave	3.6	1.5	0.8	2.9	2.9
U. Santiago	4.2	1.5	1.6	--	6.0
Alondra	3.6	--	5.7	2.9	5.0
Novísima	2.1	--	2.5	--	1.0

Fuente: Encuesta de Opinión de los Teatros de Chile, 1961. Fuente: Encuesta de Opinión de los Teatros de Chile, 1961.

Hay dos radios que acaparan claramente la audiencia de estos públicos teatrales; la radio Cooperativa, específicamente El Noticiario ( el más claramente anti-oficialista que existe en el momento en el país), y la radio Beethoven. Esta última, de reciente fundación (1980) se especializa en música de alta elaboración, ya sea clásica o popular. Se programa en ciclos y ofrece información conducente a la formación musical de los auditores. En el rating general, la radio Cooperativa sólo recibe un 1.76% de selección dentro de la audiencia potencial ocupando un 6° lugar y la radio Beethoven el 0.11%, ocupando el 10° lugar entre las FM.

También la Radio Chilena recibe una frecuente mención, radio de la Iglesia Católica. Se menciona especialmente su noticiario y el programa de música folklórica Nuestro Canto. El público del Pedro de la Barra la sigue a través de toda su programación, la que es de corte popular.

En este ámbito, el público del teatro de Cámara no presenta variaciones significativas respecto de la media de otros teatros, aunque se inclina más claramente a la música clásica y orquestada ( Andrés Bello y El conquistador ) que los otros públicos. Las noticias de la Radio Minería (del mismo grupo de propietarios que Revista Ercilla ) recibe mención especialmente en el Teatro de Cámara e Ictus.

La Radio Portales, primera audiencia sin contrapeso en el país (10.3% de rating ) no tiene ninguna o casi ninguna presencia entre los asistentes a estos teatros (1).

---

(1) Los datos sobre rating radial se obtuvieron del Estudio de Radio-audiencia realizado por TESTMERC con fecha 28 de junio - 12 de julio 1981.

e) Perfil ideológico del consumo cultural

Pareció interesante construir un índice que permitiera clasificar globalmente el perfil ideológico estructurado por el consumo cultural del público que asiste a estas compañías de teatro independiente.

Este índice contempla tres categorías:

**Oficialista :** incluye a aquellas personas que seleccionan total o mayoritariamente medios de comunicación que expresan esta visión de mundo: Revistas Qué Pasa - Ercilla + Radio Minería o Portales + Noticiero del Canal 7.

**No-oficialista:** incluye a aquellas personas que seleccionan total o mayoritariamente medios de comunicación que expresan una visión de mundo diferente o alternativa a la oficialista. Revistas Hoy - Apsi - Mensaje - Solidaridad - Análisis + radio Cooperativa + Chilena + prefieren Canal 13 en su noticiero.

**Ecléctico :** incluye a aquellas personas que seleccionan indistintamente medios de expresión considerados oficialistas y no oficialistas.

Esta conducta puede deberse tanto a que la persona no se define ideológicamente, como a que le interese estar en contacto con los diversos puntos de vista que existen en la sociedad.

Para ser incluido en las categorías mencionadas, se precisaba estar expuesto al menos a 2 medios de comunicación catalogables.

CUADRO Nº 19 : PERFIL IDEOLOGICO DEL CONSUMO CULTURAL POR COMPAÑIA. (en porcentajes)

	DE CAMARA	LA FERIA	PEDRO DE LA BARRA	LA VOCINA	ICTUS
Oficialista	30.5	17.1	9.8	0.0	8.3
No-oficialista	30.1	54.6	40.2	77.1	47.9
Ecléctico	30.0	28.1	49.2	20.0	42.2
No contesta/ no clasific.	9.4	0.2	0.8	2.9	1.6

El análisis de este cuadro es el que más nítidamente marca la composición diferencial, en términos ideológico-culturales, del público del teatro nacional crítico en relación al del Teatro de Cámara, el cual realiza un teatro "de arte" no necesariamente motivado por la contingencia histórico-social. Esto se observa especialmente en lo relativo al componente de personas que se identifican con el rubro oficialista, el que duplica y triplica su peso en relación a los demás teatros. Y, por el contrario, la presencia de no-oficialistas, aún cuando componen un tercio de su público total, es proporcionalmente menor al de otras compañías. Es por cierto, una compañía que convoca a personas de diferentes visiones de mundo que los une su interés por el teatro como forma de expresión que interpreta la realidad, así como también por otros lenguajes elaborados (como la música y la plástica).

Los demás teatros, destacadamente La Vocina, como también La FERIA e Ictus, convocan en sus dos terceras partes o en su mitad a un público que adhiere a una visión de mundo crítica o alternativa al status-quo imperante, posición que es orgánica con los objetivos y trayectoria teatral de las compañías aludidas. No obstante, "la otra mitad" es un público ecléctico, abierto a una variedad de informaciones y puntos de vista

(especialmente en Ictus), teniendo también entre su público algunas personas que participan del ámbito de influencia cultural del oficialismo ( en especial en La Feria).

El caso del público del teatro Pedro de la Barra es ligeramente diferente ( recordemos que ésta era su primera obra como compañía). En un 50% no tiene una clara definición ideológica, expresada al menos, a través de su consumo cultural(1). Aún así, un 40% del público manifiesta una vinculación orgánica a proposiciones no-oficialistas.

#### CONCLUSIONES DEL CAPITULO

El consumo cultural que realiza el público de teatro independiente lo ubica dentro de una elite al interior de los estratos medios y altos. Elite no necesariamente económica sino cultural, en la medida que establece una relación continua y diversificado con formas elaboradas de lenguajes expresivos. El cine, la lectura, el teatro, la música, son sus primeras atracciones, constituyendo la selección principal de empleo del tiempo libre. En relación al cine y a la música, no se trata de los productos medios de la cultura de masas sino de un cine artístico, de indagación en problemáticas humanas e históricas (2). En música, se prefiere la música clásica o la música con raíces culturales o nacionales. En cuanto a la lectura, al menos se sabe que mucha de ella se remite a estar al día en la actualidad nacional e internacional, a través de diarios y revistas que se leen habitualmente.

- 
- (1) Quizás por su precariedad económica o menor nivel educacional, es un público que en variedad y cantidad tiene un menor consumo y relación con este tipo de expresiones culturales que los públicos de otros teatros.
  - (2) Se solicitó a los encuestadores que mencionaran la película que más les había gustado de las vistas en el último año. Los títulos eran reveladores de lo aquí comentado.

El tipo de medios de comunicación de masas seleccionados permite proyectar la composición ideológica del público. Su análisis demuestra que el teatro independiente de reflexión crítica sobre la contingencia convoca significativamente más a personas que comparten esta visión de mundo crítica. Ello se manifiesta en que son personas orgánicas no sólo al teatro si no también a otros medios de expresión que intentan hacer hegemónica esta manera de pensar y realizar la sociedad. pero la primacía de este tipo de público no es excluyente de personas menos ( o en absoluto) orgánicas a esta visión de mundo. No obstante, tiende a atraer más a los llamados " eclécticos " o que se vinculan a distintas perspectivas de interpretación de la realidad, que a aquellos que han optado más claramente, y se sienten parte, de la gestión y el ideario del gobierno militar.

El caso del Teatro de Cámara se distingue de lo anterior. En la medida que no se define como propuesta teatral en relación a la contingencia, recibe un público repartido muy equiparadamente en las tres categorías enunciadas.

Lamentablemente, por no existir información respecto a la distribución general de la población en esta materia, no se sabe si la composición de los públicos de un teatro u otro es sesgada o corresponde a la distribución normal en la sociedad, que en cuanto tal puede estar " cargada " en uno u otro sentido (1).

---

(1) No hay ningún antecedente objetivo que permita decir si el 50% de la población de Santiago, hoy, es oficialista o anti-oficialista, o si de hecho se reparte equiparadamente en las tres categorías establecidas.

VIII. RELACION CON EL TEATRO

Ya se sabe, por el hecho de haber aplicado esta encuesta dentro de un teatro, que se está frente a personas que contemplan entre sus posibilidades y aspiraciones de intercambio cultural la asistencia al teatro.

Se quiso comprobar si la conducta de ese día era extraordinaria para la persona en cuestión ( era primera vez que iba al teatro o lo hacía muy ocasionalmente ) o si tenía una especial valoración y conducta afin de asistencia habitual al teatro.

En caso de tenerla, se intentó averiguar qué tipo de repertorio teatral se privilegia ( selección de obras), y qué imagen se tiene de las diversas compañías que funcionan en Santiago, en cuanto a si parece atractivo o no asistir a ellas.

En definitiva, subyacía la intención de comprobar si el espectador habitual de estas compañías lo es también potencialmente de otras que proyecten una visión de mundo similar de aquella a la que se asiste en ese momento.

1. ¿Es un público habitual de teatro?

Para responder a esta interrogante, se le consultó al espectador cuántas veces había asistido al teatro durante 1980.

CUADRO N° 20: FRECUENCIA DE ASISTENCIA AL TEATRO,  
POR COMPAÑIA.

	DE CAMARA	LA FERUA	PEDRO DE LA BARRA	LA VOCINA	ICTUS
Ninguna	13.8	3.1	18.6	2.8	6.3
Sólo una(poco)	8.0	15.6	17.2	14.3	14.1
Dos o tres (regular)	27.0	28.1	33.6	37.2	39.1
Cuatro o más (mucho)	49.0	46.9	25.4	45.7	35.9
No contesta	3.0	6.3	5.2	--	4.6

El público de todos los teatros (salvo el de Pedro de la Barra) es un público habitual ya que en un 70% asiste al teatro en forma regular o muy frecuente. El del Ictus, no obstante, asiste con menor frecuencia relativa que el de De Cámara, La Feria y La Vocina. Es destacable en este caso el público de La Feria, que aunque tiene una alta proporción de jóvenes escolares, no por eso es ésta su primera experiencia teatral.

El público del Pedro de la Barra asiste significativamente menos al teatro. Pero, por otra parte, este hecho llama la atención sobre la capacidad que ha tenido esta compañía (al igual que el teatro de Cámara) para atraer nuevos espectadores o a personas que vuelven a asistir tras haber estado alejadas algún tiempo del teatro.

Por otra parte, se suscitó la inquietud de saber si las anteriores asistencias se habían realizado en esa misma compañía o en otras, y, en ese caso, en cuáles.

2. ¿Tiene cada compañía un público estable?

CUADRO Nº 21 : ESTABILIDAD DEL PÚBLICO POR COMPAÑÍA \*  
(en porcentajes)

	DE CAMA	LA FERIA	PEDRO DE LA BARRA **	LA VOCINA ***	ICTUS ****
Público estable (70%)	1.0	0.0	1.6	--	26.6
Público regular (50%)	7.00	23.4	4.1	--	33.3
Público ocasional (25%)	27.0	46.9	30.3	25.2	12.0
Público nuevo	44.0	21.9	42.6	--	9.4
No contesta	21.0	7.8	21.4	74.8	18.7

\* Se considera público estable a aquel que ha visto el 70% de las obras presentadas por la compañía; público regular, el 50%; público ocasional, el 25%; público nuevo, cuando esta es la primera obra que ve en los últimos dos años.

\*\* Para la compañía Pedro de la Barra, por ser ésta su primera obra, se consideró el público de la Sala del Angel (referencia: obras dadas en esa sala anteriormente).

\*\*\* En La Vocina se consideró conocedor de la compañía a aquellos que conocían el antecedente del Aleph.

\*\*\*\* En el caso de Ictus, por su larga trayectoria, se consideraron sólo sus cinco últimas obras. (Desde "Tres Noches de un Sábado").

Se puede decir que el grupo Ictus claramente tiene un público propio, un público que lo sigue de obra en obra; el 50% del público asistente ha visto tres o más obras de esta compañía con anterioridad. Aún así, en esta obra incorpora un 10% de público nuevo.

El Teatro La Feria es el que en segundo lugar ostenta un público con alguna continuidad, ya que el 70% ha visto una o dos obras de esta compañía.

Por su parte, el Teatro Pedro de la Barra atrae por sí mismo la mayoría de su público ( 42.6% ), ya que el de la sala es sólo un tercio de su público total.

El Teatro de Cámara también convoca una gran proporción de público nuevo como compañía ( no para el teatro como medio de expresión, ya que éste es el público que como conjunto asiste con mayor frecuencia al teatro).

3. ¿Qué tipo de teatro ha visto preferentemente?

Se planteó al inicio la interrogante sobre si el público del teatro independiente de reflexión crítica reconoce la proposición estético-cultural de la compañía a la que asiste, pregunta que de alguna manera se responde al comprobar si se comporta o no como público orgánico de esa compañía. Más allá de esta comprobación, no obstante, interesaba saber si el vínculo contraído con una compañía se extiende a otras, reconociendo con ello su carácter de movimiento teatral. Y si lo hace, acaso esta opción es excluyente de otras formas de teatro o si se comparte con ellas.

Para contestar estas inquietudes, se le pidió al encuestado que nombrara las obras de teatro a las que había asistido durante 1980 y 1981. Las obras mencionadas fueron consideradas en conjunto, y se clasificaron en tres categorías básicas, según la visión de mundo que expresan y su intención comunicativa.

- a) Obras que plantean una reflexión crítica del hombre en sociedad desde la actual contingencia, denominadas de "Crítica Contingente".
- b) Obras que realizan esta reflexión situándose en una perspectiva universalista, no referida directamente a la contingencia, a las que llamamos "de valores universales". En ellas, se incluyen obras clásicas exhibidas fundamentalmente por los teatros universitarios, como también obras de dramaturgos nacionales como Egon Wolff.
- c) Obras que fundamentalmente buscan distraer o permitir la evasión del público, que aquí denominamos "teatro de distracción". Caben aquí obras tipo café-concert, de montajes espectaculares que distorsionan su posible contenido como algunas del Casino Las Vegas y Tomás Vidie-  
lla, o de Silvia Piñeiro.

A partir de estas tres grandes clasificaciones, se formó una tipología que abarca todas sus combinaciones posibles, de manera que cada persona pudiera incluirse en categorías excluyentes, respetando la matización de sus opciones de asistencia al teatro.

CUADRO N° 22 : TIPO DE OBRAS DE TEATRO A LAS QUE HA ASISTIDO, POR COMPAÑIA (en porcentajes)

TIPO DE OBRA A LA QUE SE ASISTE	DE CAMARA	LA FERIA	PEDRO DE LA BARRA	LA VOCINA	ICTUS
1.Sólo de crítica contingente	15.0	20.3	10.7	37.1	32.3
2.Sólo de valores universales	16.0	9.4	12.3	5.7	4.7
3.Sólo de diversión	4.0	1.6	1.6	0.0	1.0
4.Contingente + valores universales	20.0	31.3	19.7	34.3	25.0
5.C.contingente + diversión	5.0	0.0	2.5	0.0	4.7
6.Valores univ. + diversión	7.0	1.6	4.1	2.8	1.6
7.Cont.+ val.univ. + diversión	7.0	1.6	9.8	5.7	4.2
8.No contesta	26.0	34.2	39.3	14.4	26.5

Aún cuando algunas compañías ostentan un alto porcentaje de "no contesta", que es relativamente proporcional a la cantidad de asistentes que van por primera vez al teatro, el resultado del cuadro es nítido.

Primeramente, se observa que las categorías 1 y 4, que incluyen "sólo crítico-contingente" o "crítico contingente + valores universales" concentran significativamente las respuestas de los asistentes a todas las compañías.

Los públicos del teatro Ictus y La Vocina aparecen más orgánicos al movimiento de teatro crítico-contingente que el resto, ya que un tercio o más de su público ha visto sólo este tipo de teatro en los últimos dos años. A la vez, el que ha visto menos exclusivamente este tipo de teatro es el público del Pedro de la Barra, que sólo en un 10% se ubica en la categoría 1, la que no se distingue significativamente de la 2, 4 y 7. Este comportamiento puede estar vinculado a la alta presencia en esta compañía de un público indefinible ideológicamente.

En general, todas aquellas categorías que incluyen única o combinadamente el teatro de contingencia aparecen frecuentemente seleccionadas, cosa que no ocurre en términos "puros" con las otras dos formas de teatro. El teatro de valores universales es también muy visto, pero los que asisten a él lo combinan con la asistencia al crítico contingente. No obstante, el público del Teatro de Cámara, en un 16% plantea como única opción el de Valores Universales, contrastando significativamente con las opciones planteadas por el público de Ictus, La Vocina y La Feria.

Otra constante categórica para el público de todos los teatros (en especial para el de La Feria, La Vocina e Ictus) es la no asistencia a teatro de diversión, ni siquiera como una alternativa compartida con otras.

Proporcionalmente, el público del Teatro de Cámara es el que presenta diferencias menos significativas entre las diversas categorías; si se hace una sumatoria de las categorías que incluyen "teatro de diversión" (3, 5, 6 y 7) vemos que alcanza un 23%, contra un 4,8% de La Feria por ejemplo. También su asistencia al de "valores universales" en sus diferentes combinaciones es elevada. El Teatro Pedro de la Barra ostenta en este plano una conducta semejante.

En conclusión, aquellas compañías que han desarrollado una línea más sostenida dentro del teatro inspirado en la contingencia, lo que les confiere una determinada identidad ético-estética, como son Ictus, La Feria y La Vocina tienen tanto un público orgánico como compañía así como movimiento. Este público, en proporción importante, también es asiduo a obras de valores universales, sin restringirse a ellas.

El Teatro de Cámara, como también el del Pedro de la Barra (cuya única experiencia es esta obra) si bien al menos un tercio de su público ha asistido a obras de reflexión crítica de la contingencia, le otorga también en importancia similar al teatro de valores universales (incluso como única opción). Por otra parte, ha asistido a obras de teatro de diversión, que el público de las tres compañías mencionadas anteriormente parece descartar por principio.

#### 4. ¿Qué tipo de personas vé qué tipo de teatro?

Buscando en otras fuentes explicativas respecto al comportamiento del público, que lo lleva a ubicarse dentro de opciones teatrales nítidas, pareció interesante vincular este dato directamente con el perfil ideológico del consumo cultural de cada sujeto (1), al margen de la compañía en la que se encuentre.

(1) Recuérdese que este consumo cultural se refiere a revistas, diarios, noticieros, radios, pero no incluye el dato sobre selección teatral.

CUADRO Nº 23 : RELACION ENTRE PERFIL IDEOLOGICO DEL CONSUMO CULTURAL Y TIPO DE OBRAS DE TEATRO A LAS QUE SE ASISTE. ( en porcentajes )

TIPO DE OBRA A LA QUE SE ASISTE	PERFIL IDEOLOGICO DEL CONSUMO CULTURAL		
	OFICIALISTA	NO OFICIALISTA	ECLECTICO
1. Sólo crítica contingente	9.6	33.6	15.2
2. Sólo de valores univers.	15.1	7.2	9.0
3. Sólo de diversión	6.8	0.9	0.5
4. Contingente + valores univ.	19.9	29.8	20.3
5. C.contingente + diversión	4.1	3.1	3.1
6. Valores univers. + divers.	8.2	1.3	3.1
7. C.cont. + val.univ.+divers.	6.8	2.6	8.0
8. No contesta	29.5	21.5	40.9

Aquí se observa con mayor nitidez la relación existente entre visión de mundo de la obra teatral a la que se asiste y la visión de mundo del espectador expresada en su otro consumo cultural.

Un tercio de aquellos que comparten una visión de mundo no-oficialista asisten exclusivamente a teatro de reflexión sobre la contingencia. Otro tercio combina la asistencia a esta opción teatral con aquella que expresa valores universales. La asistencia a teatro de mera diversión es prácticamente nula. Estos datos demuestran que este sector tiene una clara identificación de lo que ofrece el teatro en Chile hoy día y lo que espera de él. A la vez, este comportamiento es de plena consistencia res

pecto a otras selecciones de consumo cultural, en especial de medios de comunicación.

Los máximos contrastes de este tipo de relación con el teatro se establecen en aquellos cuya visión de mundo se sitúa en la órbita oficialista, en tanto aquellos que poseen una definición ecléctica se ubican entre ambos sectores. Los primeros, privilegian obras de valores universales, ya sea como única opción o compartiéndola con obras de crítica a la contingencia ( categoría 4 ). Sus alternativas son claramente menos polarizadas, ya que todas las demás combinaciones de categorías incluyen entre un 5% a un 10% de individuos. No obstante lo anterior, el 40% de los adscritos al oficialismo han visto al menos una obra de crítica contingente ( sumatoria de categorías 1, 4, 5 y 7 ).

5. ¿Por qué se elige una determinada obra de teatro para asistir?

Sabiendo cuáles fueron el tipo de obras que de hecho seleccionó esta muestra de público para asistir, se quiso que explicitaran cuáles eran las razones principales que los habían inducido a ello. ( Mención de máximo tres alternativas por persona, no totalizan por tanto 100% ).

CUADRO N° 24 : RAZONES PARA SELECCIONAR UNA OBRA DE TEATRO,  
POR COMPAÑIA. ( en porcentajes ).

RAZONES PARA SELECCIONAR OBRA	ICTUS	LA FERIA	PEDRO DE LA BARRA	LA VOCINA	DE CAMARA
Pasar un rato agradable	33.9	20.0	22.1	31.4	29.0
Producciones de compañía determinada	31.3	10.8	4.9	20.0	10.0
Acto o actriz especial	13.0	12.3	6.6	11.4	9.0
Autor de la obra	15.1	12.3	7.3	8.6	19.0
Interesa el tema	35.9	38.5	35.3	65.7	45.0
Obra con vigencia en actualidad	46.4	27.7	41.0	42.9	28.0
Obra consagrada mundialmente	8.3	9.2	4.9	8.6	4.0
Obra éxito temporada	9.4	6.2	10.7	5.7	11.0
Obra bien calificada por la crítica	11.5	10.8	4.9	5.7	25.0
Porque se la recomendó alguien en quien confía	13.0	13.9	18.0	17.1	14.0
Porque se organizó asistencia por conv.	0.5	1.5	4.9	--	--
Facilidades para asistir	1.6	--	3.3	5.7	3.0
Otro	2.6	4.6	0.8	5.7	3.0

En general, se dan tres motivos principales: el interés por el tema, especificando que éste tenga vigencia en la actualidad; esta última característica es especialmente válida para el público del Teatro Ictus, La Vocina y Pedro de la Barra. Este motivo es complementado por la necesidad de que la obra permita pasar un rato agradable, o en otras palabras, que sea entretenida. La dimensión lúdica, de goce que puede tener el teatro se plantea así como una expectativa correlativa al interés por el contenido (1).

Luego el público de cada compañía destacó diferentes características. Por ejemplo, el de Ictus, en especial el día sábado, como también el de La Vocina, destacaron su interés por la producción de compañías determinadas, de las cuales se constituyen en público orgánico.

Por su parte, el público del Teatro De Cámara destaca su interés por la buena calificación de la crítica especializada y por el valor o prestigio del autor de la obra. Esta actitud es coincidente con su aprecio por el "teatro de arte" o el "teatro bien hecho", reforzado por su carácter de público asiduo y conocedor de teatro. Por las razones inversas, al público del Teatro Pedro de la Barra no le llama la atención los aspectos relativos a la trayectoria o evaluación artístico-teatral de los realizadores ( la compañía, el autor, los actores, la calificación internacional o nacional de la obra ). Aparte de enfatizar las tres razones fundamentales ya acotadas ( tema, contingencia y entretenimiento ) valora la recomendación de alguien en quien confía, razón que en general recibe también cerca de un 15% de mención en las demás compañías.

---

(1) El único sector que no destacó en absoluto como requisito la entretenimiento fue el público de día de semana de Pedro de la Barra, que sólo en un 6,4% mencionó este ítem, contra un 40% que lo menciona el día sábado. El público de semana de este teatro mencionó preferentemente el tema o el contenido de la obra.

6. ¿Cómo se evalúa la obra recién presenciada?

Al finalizar la función se pidió al público que calificara la obra que acababa de ver con una nota de 1 a 7. Considerando la benevolencia que se suele tener cuando recién se ha presenciado un evento y se permanece aún en su recinto se agrupó las respuestas que calificaron entre 1 y 4 en la categoría "mala"; la nota 5 da una apreciación "regular" y 6 y 7 "buena".

CUADRO Nº 25 : CALIFICACION DE LA OBRA RECIEN VISTA  
POR COMPAÑIA. (en porcentajes ),

	DE CAMARA	LA FERIA	PEDRO DE LA BARRA	LA VOCINA	ICTUS
Mala (1-4)	11.8	14.6	2.0	6.5	13.2
Regular (5)	20.0	39.6	7.1	19.4	25.6
Buena (6-7)	56.5	45.8	90.8	74.2	61.2

Todas las obras, salvo el montaje de La Feria, fueron calificadas como "buenas" por sobre un 55% del público. En el Teatro Pedro de la Barra, "Carrascal 4.000" fue bien calificado por más del 90% del público. Esta obra, además de cumplir con las características que su público pide a un montaje (tema con tinte y entretención) fue calificada por personas con poca experiencia teatral y por tanto con un nivel de exigencias menos elaborado.

Los resultados manifiestan entonces, que el público receptor de estos teatros encuentran mayoritariamente satisfechas sus necesidades y expectativas al presenciar las obras.

7. ¿Cómo se informa para asistir al teatro?

A continuación, se presentan algunos datos relativos a temas más prácticos: a través de qué medios se informan las personas para asistir al teatro, cómo les afecta la política de precios, cuáles son sus principales problemas para asistir con mayor frecuencia. Estos datos se espera contribuyan al diseño de políticas administrativas.

CUADRO N° 26 : MANERA DE INFORMAR DE LA CARTELERA TEATRAL, POR COMPAÑÍA.

M E D I O	ICTUS	LA FERIA	PEDRO DE LA BARRA	LA VOZINA	DE CAMARA
1. Diario	74.0	66.2	63.1	48.6	71.0
2. Amigos o conoc.	37.5	40.0	41.0	62.9	20.0
3. Revistas	26.6	12.3	17.2	25.7	32.0
4. T.V.	19.8	10.8	14.8	5.7	24.0
5. Radio	7.8	4.6	4.9	11.4	20.0
6. Afiche	8.3	9.2	12.3	8.6	.0
7. Otros	--	3.1	1.6	--	--
INFORMACION TEATRAL EN EL DIARIO					
Listado espectáculo	34.9	32.3	24.7	20.0	23.0
Aviso destacado	3.6	6.1	6.6	5.7	9.0
Comentario prensa	21.9	16.9	13.1	17.1	22.0
Crítica	31.3	29.2	27.9	34.3	46.0
No se orienta x diar.	14.6	16.9	15.6	28.6	5.0

El diario es la fuente de información privilegiada para asistir al teatro. No obstante, el "dato" de amigos y conocidos recibe una muy alta mención, en especial en el Teatro La Vocina, confirmando su homogeneidad como público. El Teatro de Cámara, por el contrario, dada su alta heterogeneidad interna, es el único que pone en cuarto o quinto lugar esta vía informativa, reiterando su vinculación múltiple con diversos medios de comunicación social. A la vez, es el público que más valora la crítica teatral como fuente de información.

8. ¿Qué dificultades principales tiene para asistir al teatro?

CUADRO Nº 27 : DIFICULTADES PARA ASISTIR AL TEATRO, POR COMPAÑÍA. ( en porcentajes)

DIFICULTADES	ICTUS	LA FERIA	PEDRO DE LA BARRA	LA VOCINA	DE CAMARA
Falta de tiempo	31.8	38.5	20.5	42.8	23.0
Problemas económicos	26.6	23.1	39.3	37.1	16.0
Problemas horario	27.1	23.1	20.5	22.9	12.0
No tiene suficiente información	17.2	20.0	22.9	11.4	15.0
Poco atractivo cartelera	17.2	15.4	9.8	14.3	15.0
Problemas de distancia	10.4	6.2	6.6	8.6	12.0
Prefiere realizar otra actividad	3.6	4.6	2.5	11.4	3.0
No contesta	5.2	—	—	8.6	—

Para el público de casi todas las compañías, la falta de tiempo, corroborada por el problema de horario, se destaca como el principal impedimento para asistir más asiduamente al teatro.

El segundo problema mencionado ( el problema económico ) también tiene una alta valencia, siendo incluso nombrado como principal impedimento por los asistentes al Teatro Pedro de la Barra y por una alta proporción del público de La Vocina. Estos son justamente los teatros cuyo público tiene una composición socio-económica que incluye especialmente sectores de clase media o media-baja. Es impactante, no obstante, la alta proporción de personas que dan este motivo ya que en general el público, como se vió con anterioridad, proviene en su mayoría de los sectores que tienen mayor capacidad económica en el país. (Sectores altos, medio-altos y medios).

La falta de información más precisa y profunda respecto a la actividad teatral también es considerada una dificultad. Este factor llama la atención sobre la deficiente y poco equívoca información que suele aparecer en los medios de comunicación de masas principales acerca del teatro, en especial del teatro de mirada crítica y de formatos renovadores.

Finalmente, como complemento del tema anterior, se consultó al público si prefería asistir al teatro los días de precio rebajado, o a aquellas compañías que lo ofreciesen. En aproximadamente un 50%, el público de todos los teatros dijo tener esta preferencia, siendo la proporción aún mayor en aquellas cuyo público destacó el problema económico.

## 9. Conclusión

Se corroboró en esta sección que se trata de un público que busca y encuentra en el teatro satisfacción a sus necesidades de reflexión sobre la realidad y de entretención o goce

estético. Esto se puede afirmar, porque los encuestados aclaran elocuentemente que su criterio de evaluación y de selección de obras teatrales se orienta según estos patrones. A la vez, su asidua asistencia al teatro, en especial a compañías y obras que privilegian una línea de reflexión crítica de la contingencia, manifiesta que en ellos reconocen los más adecuados intérpretes de sus inquietudes como partícipes de un espectáculo teatral en cuanto público.

Las compañías que poseen una vasta (Ictus) o alguna (La Feria) trayectoria como teatro indagatorio en la realidad nacional, realizada mediante una estética definida y característica, poseen una proporción apreciable de público que los sigue de montaje en montaje. Este público, al que se le agrega aquel que no privilegia necesariamente a una compañía determinada, se ubica con bastante propiedad dentro del espectro de alternativas variadas que ofrece el teatro profesional santiaguino, compuesto por cerca de 20 compañías diferentes en 1981. Entre ellas, ha asistido preferentemente a aquellas que montan teatro de dramaturgia nacional, con lo que le restituyen a estas compañías su función social de movimiento cultural con un público relativamente orgánico.

Pero esta preferencia no siempre es excluyente, ya que también se asiste a obras de "valores universales" no explícitamente contingentes. El teatro de mera distracción es tajantemente excluido por el público ideológicamente progresista o no oficialista, orgánico al teatro de contingencia. Ello no ocurre con el público del Teatro de Cámara, por ejemplo, ni con aquel de opción ideológica oficialista.

Finalmente, llama la atención lo específico del público del Teatro Pedro de la Barra en día de semana, de nivel socio-económico más bajo, y que ostenta una variedad y cantidad de consumo cultural muy restringido. No obstante ello, se aproxima al teatro con una clara expectativa en relación al contenido de la obra, que se busca sea lo más esclarecedor de la realidad vigente.

Como un problema importante para asistir al teatro se menciona el económico. Se comprueba la efectividad de esta información por el hecho de que en cuanto se reduce el costo de la entrada, se acercan al teatro sectores socio-económicos más diversificados, relativamente marginados de expresiones culturales elaboradas, pero que no obstante tienen claro por qué les interesa aproximarse al actual teatro independiente chileno.

### CONCLUSIONES GENERALES

1. Algunas reflexiones del status de los estudios de públicos en relación a la proyección social del arte.

Las funciones artísticas, comunicativas y culturales del teatro, como la de otras expresiones estéticas, se realizan a través de una multiplicidad de caminos y niveles, imposibles de ser cuantificados empíricamente. Son muchas las maneras en que se filtran y difunden en la sociedad las temáticas, personajes, conflictos, lenguajes expresivos e imágenes dramáticas de sus obras. En la medida que éstas hayan tenido la capacidad de sintetizar aspectos y experiencias que la sociedad experimenta, lo más probable es que aquel espectador que se vió impactado por ellas lo comparta entre amigos, en el trabajo, en la familia. O que, en la medida que tenga acceso a medios de expresión públicos, lo reproduzca o recree en otros lenguajes ( periodístico, artístico, incluso a través del teatro aficionado ), llegando a su vez a otros sectores sociales.

Por lo que no es posible circunscribir la proyección social de un movimiento artístico a sus receptores inmediatos o directos, aún cuando se parte de la base que éstos poseen una

innegable importancia en cuanto se constituyen en eslabones primeros de esta cadena de re-difusión de la obra a la sociedad a través de diversos lenguajes comunicativos.

Por otra parte, la cualidad de ser obras nacionales, populares, capaces de acrecentar el conocimiento de la realidad, de afectar diversos niveles de percepción de aquel que se relaciona a ellas como público, reside primeramente en el trabajo dramático y de puesta en escena. Aún cuando por problemas de estructura política o social no puedan ser vistas en un momento dado más que por muy pocas personas, pueden quizás ejercer igualmente esa capacidad de afectar y dinamizar la cultura en un sentido de esclarecimiento perceptivo. Es lo que ocurre, por ejemplo, con ciertas vanguardias artísticas desconocidas en su época, pero que logran con el tiempo hacerse carne en la vida de las sociedades a través de diversos tipos de mediaciones.

Trabajos de crítica literaria, realizados por personas como Juan A. Piña, Hernán Vidal, en diversos otros estudios de CENECA y en encuentros y seminarios en que han participado activamente los propios integrantes de este movimiento teatral, han esclarecido dimensiones temáticas y estilísticas de este teatro de la contingencia chileno, realizando una proyección sobre su valor ético y estético en el contexto de nuestra cultura y sociedad actual. Mas, el trabajo interpretativo que se realiza sobre la marcha de la coyuntura histórica plantea dificultades para apreciar el modo en que una experiencia comunicativa específica, en cuanto es reforzada con otras que pertenecen a un movimiento cultural enraizado en la historia, se incorpora a un caudal de signos, símbolos sociales hasta difundirse y mimetizarse en la cultura nacional.

Hacemos esta salvedad, porque con este estudio queremos aportar datos respecto a ese sujeto tan poco conocido como es el receptor de teatro, queriendo dejar en claro que con él se inicia y no se cierra un acto de comunicación y afectación cultural de la sociedad. De aquí que no pueden entenderse estos resultados como necesariamente conclusivos o

evaluativos de la "efectividad" social de un movimiento teatral, sino que hay que entenderlos como elementos de juicio para discernir acerca de las restricciones o posibilidades que aquellos públicos que hemos podido identificar tienen en cuanto primeros receptores de este complejo proceso.

2. Se había propuesto en la introducción que un movimiento teatral existe en cuanto concurren un grupo de realizadores que comparten una búsqueda y una práctica teatral orientada por objetivos comunes. Movimiento que es capaz de profundizar su capacidad de incidencia transformadora en la sociedad en la actual coyuntura (1) en la medida que se vincule orgánicamente a grupos específicos dentro de la sociedad. Es decir, en la medida que establezca ligazones con ellos, tanto a partir de la visión de mundo y estética propuestas ( las que debieran interpretar las necesidades de aquellos grupos ), como a través del establecimiento de lazos de inter-comunicación relativamente estables y fluidos, ( en este caso, manifestados en su calidad de público estable, que reconoce las opciones teatrales realizadas, sintiéndose estimulado e interpretado por éstas).

Uno de los objetivos de este estudio, entonces, era detectar si existía un público con características específicas y vinculado orgánicamente con el teatro de dramaturgia chilena de reflexión crítica de la contingencia.

El estudio demostró que existe un primer gran corte divisorio que delimita en general a los públicos del teatro profesional chileno ( heredero de la tradición universitaria) que opera en el circuito comercial, más allá de su opción respecto a la contingencia (2). Este corte se vincula a caracte-

---

(1) Uno de los objetivos declarados de este movimiento

(2) No es aplicable a teatros como el Casino Las Vegas o los Café-Concert.

rísticas socio-económicas del público y dentro de ellas, al nivel educacional y a afinidades respecto a otras expresiones artístico-culturales.

En cuatro de las cinco compañías analizadas, más del 90% del público pertenece a la clase media, media alta o alta. Pero en cuanto se rebaja el precio de la entrada, o se realiza una estimulación más directa a grupos organizados de base, los sectores medios-bajos y bajos llegan a constituir hasta el 30% del público de una compañía ( Pedro de la Barra).

Ello demuestra que para algunos sectores de estratos medios y altos asistir al teatro profesional actual está dentro de sus expectativas de empleo del tiempo libre. Su asiduidad de asistencia ( el 70% del público es un público habitual de teatro ) evidencia que encuentra positivamente satisfechas sus expectativas al respecto. Aún cuando mucho del público de clase media manifiesta que, a su nivel, tiene problemas económicos, su fuerte-interés por el teatro lo lleva a realizar un esfuerzo en este sentido. Este público suele aprovechar los días de entrada rebajada.

Dentro de los sectores medios-bajos y bajos el factor económico es una restricción importante, junto con su lejanía habitacional del centro de Santiago. Pero quizás lo más destacable para este sector, considerado masivamente, es que el teatro no está incluido culturalmente como una alternativa ordinaria de esparcimiento. Por ello, en un primer momento, y en especial buscando una orientación esclarecedora de la realidad vigente, acceden más al teatro sectores relativamente más organizados o conscientes, estimulados por la convocatoria directa que realizan los promotores del teatro, y apoyados por la asistencia grupal con sus 'pares' sociales. La mera rebaja de precios, sin un estímulo más dirigido y estructurado que entregue información adicional por canales no masivos, no alcanza a movilizar por sí sólo a estos sectores sociales en relación al teatro independiente.

En los estratos medios y altos, obviamente tampoco todos los sujetos están motivados respecto al teatro. Lo está un sub-grupo muy delimitado, caracterizado por su alto nivel educacional (entre un 46% y un 77% de los asistentes tiene formación universitaria), vinculado a diversas áreas profesionales; consecuentemente, son personas que se adhieren laboralmente a diversas áreas de la economía. No obstante, hay compañías (La Feria, La Vocina) que convocan más claramente a humanistas, investigadores y servidores de la comunidad. También en cuanto a edad (salvo los escolares que asisten relativamente menos), se aprecia una composición diversificada, manifestando que ese tipo de actividad satisface a todas las generaciones en edad de asistir, por decisión personal, al teatro.

Otro elemento distintivo surge de la constatación de que los asistentes al teatro profesional tienen una relación frecuente y sistemática con expresiones culturales más elaboradas, seleccionando su consumo de los medios masivos en una dirección particular respecto al consumo medio de su clase. Su selectividad de los programas radiales, de los tipos de música, revistas y cine así lo demuestra.

Es decir, se trata de un segmento de la población muy informado, que intenta ejercitar su función de agentes culturales e intelectuales con capacitación formal especializada. Sector que participa en y de la sociedad teniendo frecuentemente capacidad multiplicadora de su gestión, en cuanto pueden ocupar cargos directivos, de socialización y de transmisión cultural (1).

---

(1) Sobre composición y rol de los intelectuales en Chile, ver trabajos de J.J. Brunner y A. Fliffish, FLACSO, 1982.

El dato respecto de las mujeres que son público de estos teatro es esclarecedor. Más que dueñas de casa, que son las que priman en el país, se trata de mujeres laboralmente activas, con responsabilidades, conocimientos y experiencias vinculadas directamente a una variedad de ámbitos sociales, económicos e ideológicos.

Pero este componente básico con una identidad social, educacional y cultural marcada posee alguna capacidad de incorporación de otros sectores, ya sea de estratos medio-bajos y bajos, o de personas que por primera vez se acercan a expresiones culturales más elaboradas, atraídos principalmente por una temática teatral que los identifica.

3. Al interior de este público que comparte rasgos socio-culturales comunes, se demostró que existe un núcleo más específico cuyas características permiten definirlo como público orgánico al teatro independiente crítico:

-- Un 60% del público de compañías que poseen trayectoria en la línea de teatro contingente crítico (Ictus, La FERIA) asisten establemente a ellas. Cerca de un 25% del público de las 4 compañías que participan de este movimiento han asistido exclusivamente a obras pertenecientes al movimiento y cerca de otro 25% las han privilegiado.

-- Congruente con lo anterior, recalcan que el principal criterio para evaluar y seleccionar una obra de teatro es que su tema sea de interés, y ligado a la contingencia nacional, junto con el hecho de que sea un esparcimiento entretenido. Coincidentemente, se excluye en forma tajante la asistencia a un teatro de mera diversión. Esto no ocurre con el público de otros teatros, como el del De Cámara

o Universidad Católica, por ejemplo, que incluyen a este último tipo de teatro entre sus opciones de asistencia, y no recalcan tan enfáticamente su interés por la contingencia.

-- En un 53,7% los públicos de estos teatros se vinculan en cuanto receptores con otras formas de expresión comunicacional correspondientes nítidamente a visiones de mundo alternativa a la oficial. Por tanto, su vínculo a una posición ideológica disidente parece nutrirse en forma estable de diversas fuentes concurrentes, estando este tipo de teatro entre ellas. Obviamente, ello no implica que la expectativa respecto a este medio sea equivalente al que se tiene del periodismo por ejemplo, ni que se circunscriba al ámbito estrechamente ideológico. El requerimiento de que aporte goce, entretención, placer, imaginación es resaltado cuando se habla de teatro.

4. El temor de que se tratara de un público excluyente ideológicamente no se ve confirmado. A este núcleo central, se suma un 34,8% constituido por personas abiertas a escuchar y contactarse con medios representativos de diversas tendencias ideológicas y, aunque en proporción significativamente menor que la que asiste al Teatro de Cámara, por ejemplo, también incluye la asistencia de personas que comparten un ideario con el oficialismo.

Es decir, alrededor de un núcleo orgánico más o menos homogéneo, y que se corresponde muy directamente a los propios emisores teatrales en cuanto a extracción social, formación universitaria, inquietudes culturales, y visión de mundo identificada con los sectores populares, existe también un público proveniente de otros ámbitos sociales, culturales e ideológicos. Su presencia en estos teatros expresa que son también ca

paces de atraer y satisfacer a una pluralidad de su  
jetos sociales.

Por otra parte, aquel público más orgánico no es ne-  
cesariamente "cerrado", en actitud de excluir todas  
aquellas manifestaciones que no lo identifiquen en  
sus aspiraciones contingentes. Su preferencia por  
este movimiento teatral no lo hace desvalorizar otro  
tipo de obras y opciones que poseen una dimensión in-  
dagatoria de problemáticas más generales, como es el  
llamado teatro de "valores universales".

Aquellos teatros que parecieran tener un público so-  
cial o ideológicamente más excluyente pueden haber  
estado afectados por condiciones circunstanciales que  
hacen no atribuible necesariamente a su opción tea-  
tral este hecho. Así por ejemplo, en la medida que  
el Teatro La Vocina era una compañía nueva, que pre-  
sentaba una obra nueva en una sala que se inaugura-  
ba para el teatro, y que no contaba con los recursos  
económicos ni el prestigio adquirido como para tener  
un respaldo publicitario o informativo importante, e  
ra esperable que su primer público (el captado en la  
encuesta, a tres semanas del estreno), fuese el más  
cercano, el más interesado y más informado acerca de  
estos eventos a través de circuitos altamente orgáni-  
cos a sus emisores. Probablemente, transcurrido al-  
gún tiempo, se pueda "correr la voz" en círculos cada  
vez más amplios.

Igual cosa puede ocurrir con el Teatro La FERIA, por  
ejemplo. Para llegar a Lo Barnechea en una tarde de  
invierno ( en ocasión de una encuesta, con lluvia) se  
requiere probablemente no sólo vivir en el barrio al-  
to sino tener una muy alta motivación, claramente di-  
rigida, que permita sobrepasar las dificultades de ac-  
ceso planteadas.

5. Finalmente, el teatro de develamiento crítico, de al erta al entorno, de afirmación de valores nacionales, no le es privativo al teatro independiente y comercial. el que su público pueda ser relativamente exclu- yente en términos sociales no significa que el teatro críti- co esté ausente en la experiencia de otros sectores. En o- tros barrios, en otros circuitos de creación y de difusión el teatro se realiza y se desarrolla bajo el impulso de este mismo espíritu. En especial, el teatro estudiantil y pobla- cional han experimentado un notable auge en estos últimos a- ños. Por otra parte, se encuentran zonas bastante difusas que acercan al teatro aficionado con el profesional en gru- pos de teatro popular como "El Telón", por ejemplo.

También se han empezado a abrir otros circuitos de difusión del teatro aprovechando el avance tecnológico del video-tape. Conscientes de las distancias culturales, territoriales y económicas que separan al teatro comercial profesional de los más amplios sectores populares, la grabación de obras dramáticas en video y su exhibición ante comunidades de base especialmente reunidas para ello en sus propios barrios ha demostrado ser una vía interesante para ampliar y re-definir la relación de este teatro con la sociedad más diversa. Al menos la experiencia emprendida por Teatro Ictus y otros realizadores así lo estaría posibilitando.

6. No obstante lo anterior, la voluntad sistemática y pla- nificada para establecer convenios y estimular a po- bladores, trabajadores y empleados vinculados a orga- nizaciones para que asistan al teatro independiente parece ser una de las vías más adecuadas para ampliar el espectro social, económico e ideológico de los re- ceptores. Y con ello, se podría entrar a ensanchar y diversificar ese importante núcleo básico con que ya se cuenta.

A N E X O

FORMULARIO DE LA ENCUESTA

1. Año de nacimiento \_\_\_\_\_
2. Sexo ( ) Femenino ( ) Masculino
3. En que Comuna vive Ud.? \_\_\_\_\_ qu
4. Qué estudios formales ha realizado?  
( con reconocimiento oficial o conducente a título)

- 1 ( ) Educación Básica
- 2 ( ) Educación Media
- 3 ( ) Educación Técnico-Profesional
- 4 ( ) Educación Universitaria

Qué carrera? \_\_\_\_\_

5. Actividad principal que realiza en la actualidad :

- 1 ( ) Estudiante escolar
- 2 ( ) Estudiante universitario o de estudios Superiores
- 3 ( ) Trabaja como obrero
- 4 ( ) Trabaja como empleado
- 5 ( ) Trabaja en forma independiente
- 6 ( ) Jubilado
- 7 ( ) Cesante
- 8 ( ) Dueña de Casa

6. ( Conteste sólo si está trabajando )

En que sector de la economía desempeña su actividad laboral ?

- 01 ( ) Financiero ( Bancos, financieras, bolsa de  
comercio, fondos mutuos, cías  
de seguro, etc )
- 02 ( ) Comercial ( compraventa mayorista y minorista )
- 03 ( ) Productivo ( industrial, agrícola, minero, Pes-  
quero, producción artesana )
- 04 ( ) Servicios Profesionales e Independientes ( estudio de abogado, consultorio  
médico, consultorías , etc  
etc. )
- 05 ( ) Servicios Públicos ( administración pública )
- 06 ( ) Servicios a la comunidad ( Instituciones de igle-  
sias, instituciones de  
beneficiencia ).
- 07 ( ) Servicios generales ( Por ejem. servicios domésti-  
cos, peluquería, reparacio-  
nes, etc, )
- 08 ( ) Educación ( profesorado y personal do-  
cente )
- 09 ( ) Comunicaciones Sociales ( radio, TV, prensa, radio,  
publicidad )
- 10 ( ) Artístico
- 11 ( ) Deportivo
- 12 ( ) Ciencia e investigación ( en universidades, organismos  
internacionales o nacionales )
- 13 ( ) Construcción
- 14 ( ) FF.AA

15 ( ) Más de un sector

16 ( ) Otro \_\_\_\_\_

7. Cuántas personas constituyen el grupo familiar ? \_\_\_\_\_

8.¿Cuál es el ingreso mensual promedio de su grupo familiar ?

1 ( ) menos de \$ 9.000

2 ( ) de 10.000 a 29.000

3 ( ) de 30.000 a 59.000

( ) de 60.000 a 99.000

( ) de 100.000 a 139.000

( ) 140.000 o más

9.¿Cómo se recrea o entretiene Ud. habitualmente ?

\_\_\_\_\_

10.¿Qué diario (s) lee Ud. habitualmente ?

\_\_\_\_\_

11.¿Qué revista(s) lee Ud. habitualmente ?

\_\_\_\_\_

12.¿Qué emisora(s) radial(es) escucha Ud. habitualmente y que tipo de programas(as) dentro de ella (s)

Emisora Radial

Programa

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_



18. ¿ Participa Ud. activamente en alguna organización o agrupación ?

( ) No

( ) Sí. De que tipo ?

( ) Artística

( ) Social

( ) Profesional

( ) Gremial

( ) Recreativa-Deportiva ( ) Otra

19. ¿ Realiza Ud. algún tipo de actividad artística ?

( ) No

( ) Sí. ¿Cuál ? \_\_\_\_\_

20. ¿ Cuántas veces asistió al teatro en el año 1980 ?

( ) Ninguna

( ) Sólo una

( ) Dos o tres

( ) Cuatro o cinco

( ) Seis o más

21. ¿ Cuántas veces ha asistido anteriormente al teatro durante 1981 ? \_\_\_\_\_

22. Nombre las obras teatrales que vió durante 1980 y 1981 :

---

---

---

23. De las obras nombradas, indique las dos que más le gustaron :

1a. preferencia \_\_\_\_\_

2a preferencia \_\_\_\_\_

24. Asistió Ud. a algún Festival de teatro durante 1980 ?

( ) No

( ) Sí. A cuáles ? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

25. Habitualmente Ud. asiste al teatro ?

~~( )~~ En forma particular

( ) Por convenio con alguna institución

26. Para asistir al teatro ¿ tiene Ud. preferencia por los días de precio rebajado ?

( ) Sí

( ) No

27. ¿ Qué dificultades principales tiene Ud. para asistir con mayor frecuencia AL Teatro ? ( marque con un número 1, la razón principal )

(( ) Falta de tiempo

( ) Problemas de distancia

( ) Problemas de horario

( ) Problemas económicos

- Prefiere realizar otra actividad
- No le parece suficientemente atractiva la cartelera teatral del momento ?
- No tiene información de la actividad teatral.
- Otro ¿ Cuál ? \_\_\_\_\_

28. Nombre tres condiciones que a su parecer debe cumplir una obra teatral para que Ud. la califique de " buena " .

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_

29. ¿ Qué razones principales lo inducen habitualmente a seleccionar una obra de teatro para asistir a ella? ( Marque con 1 la razón principal ).

- Para pasar un rato agradable
- Interes por las producciones de una compañía determinada.
- Interés por algún director o actriz especial.
- Porque le interes el autor de la obra
- Porque le interesa el tema
- Porque cree que la obra tiene una especial vigencia en la actualidad.
- Porque es una obra consagrada mundialmente
- Porque es una obra de éxito dentro de la temporada teatral .

( ) Porque la obra está bien calificada por la crítica teatral.

( ) Porque se la recomendó alguien en quién Ud. confía.

( ) Porque se organiza la asistencia por convenio en su lugar de trabajo, en su barrio o en la organización a que pertenece.

( ) Porque tiene facilidades para asistir ( cercanía, precio conveniente, le regalaron una entrada, etc )

( ) Otro ( Explique ) \_\_\_\_\_

30. ¿ Cómo se informa Ud. habitualmente de la cartelera teatral ?

Medio de Comunicación

Nómbrelo

( ) Diarios : \_\_\_\_\_

( ) Revistas: \_\_\_\_\_

( ) Radio : \_\_\_\_\_

( ) TV : \_\_\_\_\_

( ) Amigos o conocidos

( ) Otro: \_\_\_\_\_

( Marque con un número 1 el medio nombrado cuya opinión le da mas confianza ).

31. Respecto a la información teatral en el diario, Ud. se fija principalmente :

- En el listado de espectáculos
- En el aviso destacado
- En los comentarios de prensa
- En la crítica
- No se orienta por el diario

32. Suponga que en la cartelera teatral aparecen presentando obras las compañías abajo enumeradas : ( PONGA UN NUMERO 1,2, y 3 A LAS COMPAÑIAS QUE UD. ELEGIRIA PARA ASISTIR, EN ESE ORDEN DE PREFERENCIA).

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Américo Vargas   | <input type="checkbox"/> La Feria             |
| <input type="checkbox"/> Casino Las Vegas | <input type="checkbox"/> La Joda              |
| <input type="checkbox"/> De Cámara        | <input type="checkbox"/> Parada-Maluenda      |
| <input type="checkbox"/> El Tinglado      | <input type="checkbox"/> Pedro de la Barra    |
| <input type="checkbox"/> El Telón         | <input type="checkbox"/> Silvia Piñeiro'      |
| <input type="checkbox"/> ICTUS            | <input type="checkbox"/> TIT                  |
| <input type="checkbox"/> IMAGEN           | <input type="checkbox"/> Universidad Católica |
| <input type="checkbox"/> Itinerante       | <input type="checkbox"/> Universidad de Chile |
| <input type="checkbox"/> Kanda Jaque      | <input type="checkbox"/> Tomás Vidiella       |
| <input type="checkbox"/> La Falacia       |   |

33. Ahora, ponga un 1,2 y 3 ( en ese orden ) a las compañías a las que menos le interesaría asistir:

- |   |                                     |
|---|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Américo Vargas   | <input type="checkbox"/> El telón   |
| <input type="checkbox"/> Casino Las Vegas | <input type="checkbox"/> ICTUS      |
| <input type="checkbox"/> De Cámara        | <input type="checkbox"/> IMAGEN     |
| <input type="checkbox"/> El Tinglado      | <input type="checkbox"/> Itinerante |

- |                       |                          |
|-----------------------|--------------------------|
| ( ) Kanda Jaque       | ( ) Silvia Piñero        |
| ( ) La Falacia        | ( ) TIT                  |
| ( ) La Feria          | ( ) Universidad Católica |
| ( ) La Joda           | ( ) Universidad de Chile |
| ( ) Parada-Maluenda   | ( ) Tomás Vidiella       |
| ( ) Pedro de la Barra |                          |

34. Cuál de las obras montadas por La Feria anteriormente ha visto Ud.?

- 1 ( ) Hojas de Parra
- 2 ( ) Bienaventurados los Pobres
- 3 ( ) Una Pena y un cariño
- 4 ( ) La República de Jau-ja

( Marque con un número 1 la que más le gustó )

35. ¿ Cómo describiría Ud. el trabajo teatral del Grupo La Feria ?

---

---

---

36. (Por favor, conteste al final de la obra )

¿ Podría darnos su opinión acerca de la presentación teatral de la obra " A la Maruja se le vió el Poppins", poniéndole nota del 1 al 7 ?

1 2 3 4 5 6 7

37. Explique brevemente su calificación

MUCHAS GRACIAS POR SU VALIOSA COOPERACION

25