

De las butacas al sillón, del sillón a las butacas:

*cuatro años interrumpidos de Teatro Biobío,
Chile (2018-2021)*

*From Theater Seats to Couch, from Couch to Theater
Seats: Four Interrupted Years of the Biobío Theatre,
Chile (2018-2021)*

Esta obra se encuentra bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional

Aileen Chales-Aoun

Resumen

La Encuesta de Satisfacción “Retorno a la presencialidad Teatro Biobío 2021” es el cuarto instrumento de medición elaborado por Teatro Biobío. Si bien las versiones de años anteriores se concentraron en la caracterización sociodemográfica, descripción de práctica culturales y uso de plataformas de los públicos de programación artística, este estudio tuvo por objetivo identificar los cambios y disposiciones en el consumo de artes escénicas y el retorno a la presencialidad, en particular en el actual contexto de pandemia. Se empleó una metodología cuantitativa, particularmente a través de la técnica de encuesta. La muestra fue de carácter probabilística estratificada según el dominio cultural (teatro, danza, cine, música popular y docta), la que consideró 396 casos que respondieron voluntariamente el cuestionario en línea enviado vía correo electrónico. La Unidad de Estudios de Teatro Biobío

realiza esta publicación con el fin de transparentar parte del trabajo realizado en estos cuatro años de funcionamiento, realizando una comparación de los resultados de las versiones 2018, 2019 y 2021. La información contenida en esta publicación quedará a disposición de la comunidad, pudiendo servir a la gestión, investigación y/o reflexión vinculada al desarrollo, formación y fidelización de audiencias.

Palabras clave: Gestión cultural, Estudio de públicos, Artes escénicas

Abstract

Characterization and costumer experience survey “Attendance return at Teatro Biobío 2021” is to the fourth research instrument created by Teatro Biobío. Although the versions of previous years focused on the sociodemographic characterization, description of cultural practices and use of public platforms for artistic programming, this study aimed to identify the changes and dispositions in the consumption of performing arts and the return to face-to-face, particularly in the current context of the pandemic. A quantitative methodology was used, particularly through the survey technique. The probabilistic sample was stratified according to the cultural domain (theater, dance, cinema, popular and learned music), which included 396 cases that voluntarily answered the online survey sent via email. The Research Department of Teatro Biobío creates this publication in order to make transparent part of the work that it has carried out in these four years, making a comparison of the results of the 2018, 2019 and 2021 versions. The contained information in this publication is available to the community, being able to serve the management, research and/or reflection linked to the development, training and loyalty of audiences.

Key Words: Cultural Management, Study of Audiences, Performing Arts

Aileen Chales-Aoun. Chilena. Socióloga. Universidad de Concepción de Chile. Adscripción institucional actual: Teatro Biobío. Líneas de investigación: Educación superior, Artes escénicas. Publicación más reciente: “Encuesta de caracterización y consumo cultural de los públicos de Teatro Biobío”, disponible en: <https://bit.ly/3DtxnFe>; achales@teatrobiobio.cl.

La cultura, dicen Kroeber y Kluckhohn (1952) “es una abstracción de la conducta humana concreta, pero no es en sí misma conducta” (1955). Es esencialmente una realidad instrumental que apareció para satisfacer las necesidades de las personas que sobrepasan la adaptación al medio ambiente. La cultura, en tanto creación acumulativa del ser humano, proporciona una profundidad de pensamiento y una amplitud de visión con las que no puede soñar ninguna otra especie animal (Kahn, 1975).

El arte, en tanto, es evasión, es metamorfosis y sueños (Pérez, Díaz y González, 2007) y en lo concreto tienen la facultad de mejorar la calidad de vida de las personas y comunidades. Durante siglos han sido una herramienta potente para impulsar el desarrollo emocional e intelectual de quienes encuentran en la expresión artística, un lenguaje y un vértice desde donde comprender el mundo y conectarse con los otros (CNCA, 2016). Para Kahn (1975) el arte parece ser, de todas las actividades culturales, la más exclusiva y al mismo tiempo la más internacional, pues todas las manifestaciones artísticas operan fundamentalmente a través de la acción directa de las impresiones sensibles. Estas, en sus combinaciones, producen un atractivo emocional específico que constituye la materia prima del arte (Kahn, 1975).

Las artes escénicas y la pandemia

Las artes escénicas como el teatro, el circo, la danza, la ópera y otras de creación más reciente, como la *performance*, constituyen manifestaciones socioculturales y artísticas que se caracterizan tanto por los procesos comunicativos singulares que le son propios, así también en su materialización en la escena a través de la síntesis e integración de otras expresiones artísticas, desde las literarias hasta las plásticas (MEC, 2007). Los espacios culturales destinados a las artes escénicas son aquellos que “requieren de un escenario donde se ejecuten diversos eventos como la danza, la ópera, el concierto, las obras teatrales, entre otras, y de un espacio desde el cual las personas presencien, juntas y al mismo tiempo, dichos eventos” (Pérez *et al.*, 2007:86). De hecho, Badiou (1991) se refiere al teatro como la disciplina que considera las siguientes características imponderables:

Planteemos que hay teatro desde el momento en que se puede enumerar: primeramente, un público reunido con la intención de un espectáculo; en segundo lugar, unos actores físicamente presentes, voz y cuerpo, en un espacio reservado para ellos, donde los contempla el público congregado; en tercer lugar, un referente, textual o tradicional, del que se pueda decir que el espectáculo es su representación (21).

Los teatros comenzaron a construirse en Chile a mediados del siglo XIX, aunque proliferaron durante la primera mitad del siglo XX, instalándose como espacio primordial de apreciación artística. Para esa fecha, ya existían teatros de gran capacidad, con aforos de más de mil personas en Valparaíso, Santiago, Copiapó, Talca y Concepción. En sus inicios, el teatro estuvo concebido para un acceso exclusivo y elitista, siendo uno de los principales consumos culturales por parte de la ciudadanía oligarca. La diferenciación socioeconómica y de educación entre una clase alta, letrada, heredera de la nobleza española post-independentista, opuesta a una numerosa clase baja de trabajadores, labradores y empleados (Saavedra y Poblete, 2012).

En marzo de 2020, la Organización Mundial de la Salud (OMS), declaró como pandemia el brote de Coronavirus. A partir de ello, se declararon una serie de medidas gubernamentales, entre ellas, la suspensión de actividades presenciales, obligando a los centros y espacios culturales a cancelar gran cantidad de actividades programadas. A casi dos años del inicio de la pandemia, el país suma más de 2 millones de casos totales de contagio, casi 40 mil personas fallecidas y una positividad de casi 19% (MINSAL, 2022), alcanzando un nuevo récord de casos diarios Covid en los últimos 18 meses (LaTercera, 2022). Solo en la Región del Biobío, a la fecha se acumulan cerca de 180 mil casos de contagios, con cerca de 5 mil casos activos en la actualidad, registrando la cifra más alta de casos nuevos desde inicios de la pandemia (TVU, 2022).

El impacto de la emergencia sanitaria en el campo cultural chileno ha sido devastador. Si bien la pandemia de la COVID-19 trajo problemas económicos severos para la mayor parte de los sectores productivos del país, no hay balance tan catastrófico como el de las artes y la cultura (Peters, 2020). Sólo en las industrias culturales y creativas, la Unesco estima una pérdida de más de diez millones de empleos (UNESCO, 2021). El 52% de las empresas creativas experimentó en los primeros meses de la pandemia una reducción de más del 80% en sus ventas. Esto generó fuertes impactos en sus trabajadores, especialmente los más precarios como los *freelancers* e informales. Casi dos de cada tres trabajadores *freelancers* tuvieron una reducción de más del 80% en sus ingresos (López, 2021). Si durante el estallido social se identificó una potente transformación y politización de la producción artística, en esta segunda oleada de crisis – la pandemia– el área se vio en la necesidad de re-

plantearse sus posibilidades respecto de la mediación, la distribución y la oferta de los contenidos culturales, lo cual llegó a replantearse el canal de transmisión: el medio virtual (Pinochet, Peters y Guzmán, 2021).

El confinamiento

y la transformación digital

Desde el origen de los tiempos, los seres humanos han necesitado compartir sus creencias, pensamientos, sentimientos e ideas sobre la existencia, y para ello han requerido de medios, ya sean las páginas de un libro, una pintura, un escenario, entre otros. Los escenarios fueron lugares donde las personas expresaban libremente su manera de pensar y básicamente surgieron como espacios sagrados donde se adoraba a los dioses, alrededor de los cuales se ubicaban los espectadores. Estas dos actividades, de representación y contemplación, dieron origen a las edificaciones teatrales, siendo hoy espacios culturales destinados a las artes escénicas. En el escenario, los artistas expresan toda su carga emocional y sus pensamientos, moviendo todo su cuerpo (actuando, moviéndose, bailando). Por su parte, los espectadores no son contempladores pasivos, porque además de recibir estas imágenes visuales y acústicas, participan en su construcción (Pérez, 2007).

En cuanto a espacio de socialización, los teatros fueron un elemento central de la vida social, espacio del ver y verse,¹ símbolo de la representación y expresión de identidad. El teatro, como espacio social y artístico se constituyó por tanto en un lugar de encuentro, en donde su ausencia o presencia no era un asunto trivial para la actividad creadora y performativa del arte (Saavedra y Poblete, 2012).

Producto de la pandemia, los medios de subsistencia de los artistas y profesionales de la cultura se vieron gravemente afectados por las medidas de confinamiento y distanciamiento físico (Ottone, 2021). En el mundo de las artes escénicas, ancladas en lo presencial y la participación directa, se asumió precipitadamente que ciertos aspectos de su quehacer podían ser trasladados al formato digital. En una primera fase, las compañías y espacios culturales intentaron emular la experiencia en vivo a través de una abrumadora cantidad de recursos virtuales, muchas veces dispuestos de forma gratuita en las diferentes plataformas. En general,

1. El “lucimiento” podía llegar a ser más importante que la obra misma que se presentaba. En ese sentido, los teatros se caracterizaron por ser espacios de exhibición, donde la fascinación por lo espectacular llevaba aparejada una oportunidad de otear a los demás, de mostrarse y encontrarse, de ser vistos y admirados (Saavedra y Poblete, 2012).

los/as artistas intentaron llevaron a cabo *performances* íntimas, cercanas y casuales “desde el *living* de su casa” El teatro desarrolló funciones por *Zoom*, mientras que los/as músicos/as recurrieron a las transmisiones en vivo de *Instagram* (Pinochet *et al.*, 2021).

Metodología

Se empleó una metodología cuantitativa, particularmente a través de la técnica de encuesta. La población de estudio corresponde a los compradores de tickets *online* para espectáculos de programación artística presencial en sala de funciones de teatro, danza, cine, música popular y música docta. La muestra fue de carácter probabilística estratificada (teatro, danza, cine, música popular y docta), y varió en la cantidad de casos según el año de aplicación (Tabla 1). Es probabilístico en el sentido aleatorio con el que los espectadores accedieron a responder los cuestionarios virtuales enviados a sus correos electrónicos posterior a la función, y es estratificado considerando la división previa de los dependiendo el tipo de dominio cultural al que asistió: función de teatro, función de danza, función de cine, concierto de música popular o concierto de música docta. Para realizar el cálculo de las respectivas muestras se consideró, entre otros factores, el número total de espectadores de cada dominio cultural de cada año, con margen de error estimado del 5% (véase la Figura 1).

Figura 1
Fórmula de cálculo de muestra estratificada

$$n = \frac{\sum WhS^2h}{\left(\frac{e^2}{Z^2}\right) + \left(\frac{\sum WhS^2h}{N}\right)}$$

Donde:

n = Tamaño de la muestra

e^2 = Error muestral

Wh = Peso del estrato (n° casos del estrato / n° total de casos)

S^2h = Varianza del estrato (que es igual a $P \cdot Q$ en el caso de las proporciones)

Z^2 = Valor Z asociado al nivel de significación (en función del nivel de confianza)

N = Tamaño del universo de referencia

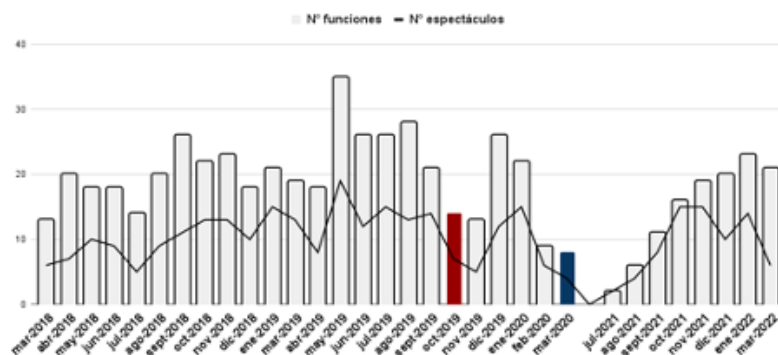
Por su parte, la Tabla I contiene el número total de espectadores de funciones artísticas en sala de cada año, con sus respectivos números de casos totales. El número de casos de las versiones 2018 y 2019 se calcularon en base al total de compradores en línea para funciones/espectáculos de programación con acceso pagado del año (6.092 y 6.662 usuarios registrados, respectivamente).

El año 2021, en cambio, considerando el bajo número de espectáculos de programación artística en comparación a años anteriores, se necesitó considerar espectáculos de acceso gratuito de música docta y cine como parte de la muestra (véase la Gráfica 1).²

Tabla I
Muestra estratificada según año de la
Encuesta de Satisfacción de Servicios TBB (2018, 2019 y 2021)

Año	2018			2019			2021		
	Compr.	Frc. M.	Prc. M.	Compr.	Frc. M.	Prc. M.	Compr.	Frc. M.	Prc. M.
Teatro	23.927	559	46,4	19.274	371	39,5	493	84	21,0
Danza	5.838	28	2,3	5.173	78	8,4	352	73	18,5
Audiovisual*	1.991	34	2,9	1.632	20	2,1	184	24	6,2
Música popular	13.961	547	45,4	12.383	330	35,0	1.140	175	44,2
Música docta	8.991	37	3,0	10.845	142	15,0	281	40	10,1
Total	54.420	1205	100	49.307	941	100	2.450	396	100

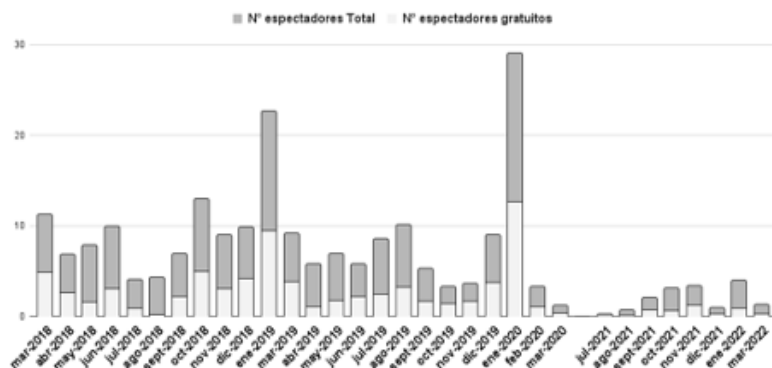
Teatro Biobío abrió sus puertas el 07 de marzo de 2018, durante el Gobierno de Michelle Bachelet. Desde entonces, suma más de 300 espectáculos de programación artística en sala, y cerca de 600 funciones de artes escénicas y música, reuniendo más de 140 mil espectadores en sus dos salas, una de ellas con el escenario más grande de Chile. En solo cuatro años de funcionamiento, estos han sido interrumpidos por dos hitos sin precedentes en



2. No existe consenso doctrinario al definir el *output* de las artes escénicas, ya que las opiniones divergen entre los tres *outputs* siguientes: 1) Número de producciones, 2) Cantidad de funciones y 3) Número de espectadores (Asuaga, Lecueder y Vigo, 2005).

la historia nacional y mundial reciente. Desde el 18 de octubre de 2019, Chile se vio colmado de protestas sociales masivas. Desde entonces, los viernes se consumaron como el momento cúlmine de las manifestaciones a nivel nacional. Gatillada en Santiago por un aumento en el precio del transporte público, se expandió rápidamente hacia el resto del país en las siguientes semanas y meses, y se manifestó en protestas masivas en contra de un sistema neoliberal y precarizado que paralizaron en gran parte el funcionamiento normal de las ciudades (Pinochet *et al.*, 2021).

Gráfica 2
Programación artística presencial en sala de Teatro Biobío,
según número de espectadores totales y gratuitos
de espectáculos programados (2018-2022)



Nota: Valores en miles de espectadores

No obstante, el 18 de marzo de 2020, todas las previsiones de la segunda etapa del estallido se derrumbaron ya que, debido a la contingencia de pandemia internacional por el Covid-19, el gobierno decretó Estado Excepcional de Catástrofe, cuyas atribuciones permitieron la restricción de locomoción y reunión, reduciendo en su totalidad las posibilidades de marchas, protestas y manifestaciones (Spyer y Alvarado, 2021). Con todas las actividades presenciales suspendidas por tiempo indefinido, el mundo cultural –que aún no terminaba de recuperarse de las pérdidas del año anterior– se vio sumido en una honda crisis (Pinochet *et al.*, 2021). En este escenario, según una consulta realizada por el MINCAP (2020) a inicios de la pandemia, la crisis sanitaria generó una masiva cancelación de actividades previamente confirmadas, así también la imposibilidad de generar nuevas actividades por las medidas preventivas, entre otros efectos.

La caracterización sociodemográfica fue medida en el instrumento exclusivamente dedicado a este fin en sus versiones 2018 y 2019, mientras que el año 2021 fue incluida en el instrumento de satisfacción de la experiencia TBB. De acuerdo a los porcentajes presentados en la Tabla II, el grupo etéreo de personas adultas de 30 a 44 años aumentó progresivamente de 2018 a 2021. Proceso contrario tuvieron los grupos de adultos de 45 a 59 años y adultos mayores. Respecto a la variable género, esta se mantuvo constante respecto al porcentaje de quienes se identificaron con el género femenino, abordando en promedio el 60% de las muestras. Por último, en relación a la pregunta sobre la comuna de residencia, esta se mantuvo en una alta mayoría de lugares provenientes de la Región del Biobío (94% en promedio), en desmedro de quienes provenían de otras comunas del país o del extranjero.

Tabla II
Caracterización sociodemográfica de los públicos
según porcentajes por año (2018, 2019 y 2021)

Año	Grupo etario					Género		Residencia	
	-18	19-29	30-44	45-59	60+	Fem.	Masc.	Biobío	Otras
2018	4	40	31	15	11	58	42	93	7
2019	6	29	34	21	10	62	38	95	5
2021	1	39	44	12	3	62	35	93	7
N 2018 = 431			N 2019 = 544			N 2021 = 396			

Resultados

Los cuestionarios aplicados en los años 2018, 2019 y 2021 abordaron, entre otras variables, preguntas sobre la percepción de los espectadores sobre la calidad de la función/espectáculo particular y de la programación artística en general, así también la percepción sobre el valor de la entrada y su preferencia de género o tipo de cada una de las disciplinas (teatro, danza, música y cine). Por último, se les consultó sobre la evaluación o satisfacción de los diferentes servicios prestados por Teatro Biobío.

Una vez caracterizada la escenificación, ya sea como producto artístico o como producto cultural y de servicio, es pertinente hablar de la calidad. En este sentido, el concepto de calidad es polisémico, cuyo significado

depende de la consideración que le den al producto teatral: artístico o cultural. Se trata de equilibrar aspectos técnicos y subjetivos, sin importar el género de la obra ni hacer la diferencia entre arte culto o popular, tomando en cuenta las diferentes realidades del mundo actual y las pluralidades generadas por los grupos sociales (Sánchez, 2004). Para lograr este equilibrio, se toman los atributos propuestos por Gilhespy (1999) en la búsqueda de un modelo de evaluación cultural sobre la calidad de un espectáculo o función artística desde los espectadores:

Tabla III
Calidad del espectáculo artístico según Gilhespy (1999)

Oficio	Género	Credibilidad	Escape	Diversidad
Es la habilidad que los artistas adquieren en su formación académica, la cual es observada por el espectador quien, aunque no conozca técnicas de actuación, puede percibir si algo está bien o mal hecho	Es posible distinguir que algo está bien hecho o no, dentro de un género determinado	El espectador deberá experimentar que lo que está observando es real, sentir miedo, alegría, odio, amor, si es que el actor también experimenta realmente lo que interpreta	Cuando el espectador se divierte, entretiene o logra una situación placentera, si la obra es divertida, placentera o entretenida y lo extrae de su cotidianidad	La obra deberá ser acorde a las múltiples realidades, de tal manera que provoque polémica; no es necesario que todos los espectadores estén de acuerdo

Los resultados arrojados por las diferentes versiones del instrumento, demuestran que la percepción de los espectadores sobre la calidad de la función/espectáculo artístico (función de teatro, danza, o cine, o concierto de música popular o docta) a la que asistieron en Teatro Biobío, ya sea en Sala Principal o en Sala de Cámara, es preponderantemente buena o muy buena (véase la Tabla IV).

Por su parte, la programación de un centro cultural refiere al programa de actividades que éste ofrece a la comunidad, el cual articula intereses y necesidades de los artistas, del público y de la institución. El cómo se desarrolle esa programación y cuáles o de qué tipo serán esas actividades, entregará identidad al espacio y lo diferenciará de su competencia. En la actualidad, no existen estudios sistematizados sobre las características de programación de los centros culturales chilenos de artes escénicas, que permitan desarrollar políticas, cambios o mejoras en la gestión de programación. En ese sentido, es común referirse a temas de financiamiento, gestión e infraestructura, pero pocas veces se aborda la programación en lo que refiere a contenidos y estrategias curatoriales. Considerando lo anterior, la programación de un centro cultural debe empujar los límites y

llevar el pensamiento del espectador a explorar nuevos campos de entendimiento. Debe promover e incentivar la apertura de visiones, provocar cruces entre la vida cotidiana y las maneras tradicionales de pensar con nuevas ideas, nuevos intereses e incentivar el descubrimiento de nuevas posibilidades (Courbis, 2014).

Además de la calidad, otros factores que destacan al momento de decidir asistir a un espectáculo artístico, es el prestigio de la producción artística (actores, director, productores) y la opinión de los críticos (Stolovich *et al.*, 2002). Sobre esto último, Benhamou (1997) afirma que “el vínculo entre la crítica y la demanda no es convincente y que el éxito de una obra no se explica necesariamente en función de la crítica” (36). Además, deberá considerarse la aversión al riesgo de los individuos:

Ciertas características de un espectáculo son observables *ex ante* (precio de la entrada, difusión), mientras que otras sólo pueden serlo asistiendo al espectáculo (puesta en escena, escenografía) un consumidor interesado en maximizar su utilidad, con un alto grado de aversión al riesgo, tendrá tendencia a optar por espectáculos más seguros, cuya calidad pueda ser apreciada, con un alto grado de confiabilidad, *ex ante*. La aversión al riesgo, que tendería a acentuarse con la edad, provoca un incremento en la concurrencia a la ópera y a los conciertos, en perjuicio de las representaciones teatrales. Este fenómeno se explica porque los teatros tienden preferentemente a la innovación mientras que las otras instituciones eligen un repertorio más tradicional y menos aventurado (Asuaga *et al.*, 2005:5).

Tabla IV
Calidad de la función, programación artística y valor de la entrada
según porcentajes por año (2018, 2019 y 2021)

Variable	Categoría	2018	2019	2021
Calidad de la función-espectáculo	Baja o muy baja calidad	2	3	1
	Regular calidad	2	3	1
	Buena o muy buena calidad	96	94	98
Calidad de la programación artística	Baja o muy baja calidad	3	5	2
	Regular calidad	25	23	11
	Buena o muy buena calidad	72	72	87
Valor de la entrada	Muy barata o barata	15	20	31
	Adecuada	75	70	65
	Cara o muy cara	10	10	4

Siguiendo la idea de la percepción de calidad de una función o espectáculo artístico en particular, se les consultó a los espectadores sobre su percepción de calidad respecto a la programación o cartelera artística de Teatro Biobío en general, desde una perspectiva más amplia o transversal. En ese sentido, y al igual que la pregunta anterior, las respuestas fueron preponderantemente positivas, teniendo incluso un aumento de quince puntos en el último año 2021, en comparación a los años anteriores previo a la interrupción de la programación por manifestaciones sociales y al cierre del edificio por condiciones sanitarias.

Además de la calidad de un producto o servicio, que en este caso nos referimos a un espectáculo artístico, otro factor importante es el valor de la entrada. Para varios autores, este factor suele ser el determinante principal en otros sectores de la economía, sin embargo, la posición sostenida por la doctrina es que la elasticidad de la mayoría de los productos culturales tiene un comportamiento inelástico, en especial las artes escénicas (Benhamou, 1997). Por su parte, Gapinski (1986), demuestra que la danza, los conciertos y la ópera son sustitutos óptimos del teatro, y afirma que “cada forma de arte está en competencia constante frente a las otras” (24). Según los resultados arrojados en este estudio, la percepción

de un valor de entrada “adecuado” disminuyó en cinco puntos de año en año, aumentando de manera paralela la categoría “barata o muy barata”, sumando quince puntos en tres años.

Con la intención de definir cultura con fines estadísticos, el Marco de Estadísticas Culturales de la UNESCO (UNESCO-UIS, 2009) proporciona una definición pragmática de cultura basada en el concepto de dominios culturales. En ese sentido, los dominios culturales son: a) Patrimonio cultural y natural; b) Presentaciones artísticas y celebraciones; c) Artes visuales y artesanías; d) Libros y prensa; e) Medios audiovisuales e interactivos; f) Diseño y servicios creativos; y g) Patrimonio cultural inmaterial. Ahora bien, particularmente para Teatro Biobío, los dominios culturales de relevancia para su sello curatorial son las artes escénicas (teatro, danza, circo, ópera, ballet), conciertos de música popular y docta, así también contenidos audiovisuales. Considerando lo anterior, se les consultó a los espectadores de programación artística en sala sobre sus preferencias de género en cada una de las disciplinas mencionadas, siendo priorizadas las primeras tres menciones o preferencias de cada dominio cultural (véase la Tabla V). En primer lugar, se consultó por el género teatral de preferencia, obteniendo como resultado consecutivo en las tres versiones del instrumento el “musical” como el tipo de mayor frecuencia entre los consultados, seguido del género “comedia”. Por su parte, sobre el tipo de danza, las categorías “moderna” y “ballet” se disputaron los primeros lugares en las versiones 2018, 2019 y 2021. Respecto al tipo de música de preferencia, los géneros “rock”, “jazz” y “clásica” obtuvieron los lugares 1, 2 y 3, respectivamente en orden de menciones, siendo estas mantenidas durante las tres versiones. Por último, la preferencia por género cinematográfico cambió antes y después de la pandemia. En las versiones 2018 y 2019, se mantuvieron las preferencias por “cine arte” y “cine chileno” en primer y segundo lugar, siendo estas arrebatadas por el “drama” y “comedia” una vez retornado a la presencialidad el año 2021.

Tabla V
Preferencia de programación artística según tipo de disciplina cultural

Variable	Categoría	2018	2019	2021
Preferencia género de teatro	1°	Musical	Musical	Musical
	2°	Comedia	Comedia	Comedia
	3°	Drama	Ópera	Drama
Preferencia género de danza	1°	Moderna	Ballet	Moderna
	2°	Ballet	Moderna	Ballet
	3°	Danza urbana	Folclórica	Danza urbana
Preferencia género de música	1°	Rock	Rock	Rock
	2°	Jazz	Jazz	Jazz
	3°	Clásica	Clásica	Clásica
Preferencia género cinematográfico	1°	Cine arte	Cine arte	Drama
	2°	Cine chileno	Cine chileno	Comedia
	3°	Drama/ Ciencia-ficción	Documentales	Cine chileno
		N = 1205	N = 941	N = 396

El concepto de satisfacción es ampliamente abordado por la literatura. En este artículo, se considerará aquella definición de este concepto centrada en el resultado, siendo vista como una respuesta emocional a experiencias asociadas a la compra de un producto o servicio (Westbrook y Reilly, 1983). En este sentido, Boulding *et al.* (1993) se refieren a la satisfacción transaccional y la satisfacción acumulativa, entendiéndose la primera como el juicio evaluativo post compra de un acto de consumo específico, mientras que la segunda como la evaluación global basada en la experiencia de consumo de un producto o servicio a lo largo del tiempo. Considerando lo anterior, es necesario hablar de la medición de la satisfacción del servicio y la percepción de la calidad en contextos de artes escénicas. Según Grönroos (1984), la actuación de los empleados y el resultado del servicio se relacionan con la calidad percibida, particularmente la calidad técnica

y funcional. Por otra parte, los elementos tangibles, materializados en las instalaciones del teatro, deben ser tenidos en cuenta, dado que el servicio es ofrecido siempre en dicho lugar, algo que obliga al cliente a desplazarse en sus instalaciones y pasar algún tiempo en ellas hasta que se termine de producir el consumo (Lovelock, 1992).

Considerando lo anterior, el Cuestionario de Satisfacción de Servicios TBB incluyó preguntas sobre la percepción de calidad de los servicios entregados tanto por la infraestructura de Teatro Biobío como de la atención de su personal, en una escala de 1 a 7 (Tabla 6). En primer lugar, se consultó sobre la percepción de limpieza y mantención del edificio en general y en particular de los servicios higiénicos, los cuales obtuvieron una puntuación favorable y ascendente respecto a las versiones del cuestionario. La limpieza y mantención del edificio aumentó de 6,68 a 6,86, mientras que los servicios higiénicos aumentaron de 6,46 a 6,68. Respecto a la evaluación del edificio de Teatro Biobío, en particular de su señalización interna y la comodidad de los espacios, estos igualmente obtuvieron un aumento en su calificación, pasando de 5,48 a 6,30 (señalización interna) y de 5,38 a 6,35 (comodidad). Sobre la atención del personal, esta tuvo un aumento significativo tanto en la atención del personal de seguridad como en los asistentes de sala, pasando de 6,37 a 6,80 (seguridad) y de 6,48 a 6,84 (asistentes de sala) de manera comparativa entre 2018 y 2021. Respecto a la dimensión “atención del personal de boletería”, si bien este tuvo una disminución en su calificación entre 2018 y 2019 (periodo pre-pandemia), esta se vio truncada en el retorno a la presencialidad, ya que la boletería física fue totalmente reemplazada por el uso de la *ticketera* virtual, el cual fue calificado con un leve aumento de 6,22 a 6,43 entre 2018 y 2021. Por último, fueron igualmente incorporados los medios de difusión de Teatro Biobío, particularmente los contenidos publicados en las redes sociales oficiales (Instagram, Twitter y Facebook) y el sitio web oficial (www.teatrobiobio.cl). Ambos casos tuvieron un alza significativa en su calificación, pasando de 5,78 a 6,27 en el caso de la página web, y de 5,70 a 6,09 en el caso de los contenidos publicados en las redes sociales.

Tabla VI
Satisfacción de servicios según promedios por año (2018, 2019 y 2021)

Variable	Dimensión	2018	2019	2021
Limpieza y mantención	Edificio	6,68	6,72	6,86
	Servicios higiénicos	6,46	6,62	6,68
	Señalización interna	5,48	5,71	6,30
Infraestructura	Comodidad de los espacios de descanso	5,38	5,47	6,25
	Seguridad	6,37	6,44	6,80
Atención del personal	Asistentes de sala	6,48	6,57	6,84
	Boletería	6,30	6,26	–
	Página web	5,78	5,87	6,27
Medios de difusión	Ticketera	6,22	6,18	6,43
	Redes sociales	5,70	5,68	6,09
		N = 1205	N = 941	N = 396

Conclusiones

El estudio de los públicos y la medición de la calidad de los espectáculos son cruciales para el sector cultural. Teatro Biobío realiza esta publicación con el fin de transparentar parte del trabajo realizado en estos cuatro años de funcionamiento. Además, siendo conscientes que la información contenida quedará a disposición de la comunidad, pudiendo servir a la gestión, investigación y reflexión vinculada al desarrollo, formación y fidelización de audiencias de espacios culturales a nivel nacional, sentando un precedente de producción académica de análisis de audiencias a nivel regional.

La humanidad enfrenta aún un enorme desafío. La crisis de COVID-19 sigue teniendo un gran impacto en todas las dimensiones de la vida en sociedad: la salud pública, el sistema laboral, la interacción social, el debate político, el uso del espacio público, la economía, el medio ambiente y la vida cultural. En particular, la crisis sanitaria afectó extraordinariamente a la vida cultural de las ciudades, con implicaciones sobre las desigualdades

previamente existentes en el acceso, la participación y la contribución a la cultura, el acceso a los espacios públicos y la viabilidad financiera y los flujos de bienes y servicios culturales. Lo anterior se materializó en el cierre masivo³ y extendido de bibliotecas, centros comunitarios, museos, galerías y espacios culturales, así como la cancelación de conciertos, espectáculos, festivales, exposiciones y muchas otras actividades culturales (CGLU, 2020). En consecuencia, y producto de la pandemia, fue necesaria y urgente la aceleración de la digitalización en todos los ámbitos de la sociedad, incluido el sector cultural. Sin embargo, fue también evidente la falta de regulación y de infraestructura, la capacidad limitada de los profesionales del sector, y la desigual distribución y retribución entre los creadores y las plataformas digitales, siendo los artistas y creadores los últimos en beneficiarse del consumo de contenido cultural digital (Ottone, 2021).

Considerando lo anterior, a medida que el confinamiento va llegando a su fin, las personas (re)acceden poco a poco a los espacios públicos en general, y en particular a los espacios de cultura. En ese sentido, Heras (2020) asevera que “los espacios culturales físicos determinan la forma en que las personas crean, intercambian, experimentan, disfrutan y comunican las artes y la cultura en las ciudades” (18), siendo esto irremplazable por las plataformas digitales, o al menos los contenidos digitales de artes escénicas y musicales.

Bibliografía

- Asuaga, C., Lecueder, M. y Vigo, S. (2005). “Las Artes Escénicas y la Teoría General del Costo”. IX Congreso Internacional de Custos, Florianópolis, SC, Brasil. Obtenido de: <https://bit.ly/3zaE5xn>.
- Badiou, A. (1991). *Rapsodia por el teatro: Breve tratado filosófico*. Librería Ágora.
- Benhamou, F. (1997). *La economía de la cultura*. Ediciones Trilce.
- Boulding, W., Kalra, A., Staelin, R. y Zeinthaml, V. A. (1993). “A Dynamic Process Model of Service Quality: From Expectations to Behavioural Intentions”, en: *Journal of Marketing Research*, 30 (1), 7-27.
- Ciudades y Gobiernos Locales Unidos (2020). *Cultura, ciudades y la pandemia de COVID-19*. Informes de la Comisión de cultura de CGLU. Obtenido de: <https://bit.ly/3DvGOnT>.

3. Al 22 de abril de 2020, el 95% de los países del mundo habían cerrado total o parcialmente sus museos al público y 128 países habían cerrado completamente todas sus instituciones culturales (CGLU, 2020).

- CONACULTA (2016). *Educación Artística y Diversidad Cultural*. Obtenido de: <https://bit.ly/3TCuaJc>.
- Courbis, C. (2014). *Programación de artes escénicas en centros culturales: Hacia un Modelo de Programación Curatorial. Estudio de Caso: Centro Gabriela Mistral, GAM 2010–2014*. Obtenido de: <https://bit.ly/3N4d7xb>.
- Gapinski, J. (1986). “The Lively Arts as Substitutes for the Lively Arts”, en: *American Economic Review*, 76 (2), 20-25.
- Grönroos, C. (1984). “A Service Quality Model and its Marketing Implications”, en: *European Journal of Marketing*, 18 (4), 36-44.
- Heras, G. (2020). *Pensar la post pandemia desde la práctica de las artes escénicas*. RGC Ediciones. Obtenido desde: <https://bit.ly/3N2DGmC>.
- Herrero, A., García, M. y Rodríguez, I. (2005). “Calidad y valor percibido como condicionantes de la satisfacción: una aplicación en el sector de las artes escénicas”, en: *Revista de Economía y Empresa*, 54-55 (23), 29-49.
- Kahn, J. S. (1975). *El concepto de cultura: Textos fundamentales*. Anagrama.
- Kroeber, A. I. y Kluckhohn, C. (1952). *Culture: A Critical Review of Concepts and Definitions*. Papers of the Peabody Museum of Archaeology and Ethnology.
- López, B. (2021). “Unidos por la recuperación y la resiliencia de las industrias culturales y creativas”, en: UNESCO, BID, SEGIB, OEI y MERCOSUR, *Evaluación del impacto del COVID-19 en las industrias culturales y creativas*. Obtenido de: <https://bit.ly/3SCj3IH>.
- Lovelock, C. H. (1992). *Managing Services. Marketing Operations and Humans Resources*. Prentice Hall.
- Ministerio de Educación y Ciencia (2007). *Ley Orgánica de Educación (LOE): Enseñanzas mínimas de bachillerato*. Secretaría General de Educación.
- Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio (2020). *Catastro de estado de los agentes culturales y artísticos / COVID-19*. Obtenido de: <https://bit.ly/3W2nupy>.
- Ministerio de Salud (2022). *Cifras: Situación Nacional de Covid-19 en Chile*. Obtenido de: <https://bit.ly/3D5uppa>.
- Ottone, E. (2021). “La cultura como bien común de acceso universal”, en: *Pensamiento iberoamericano* 11, 146-153. Obtenido de: <https://bit.ly/3FwyW79>.
- Pérez, L., Díaz, M. y González, R. (2007). “El espacio cultural destinado a las artes escénicas como símbolo expresivo de nuestra existencia”, en: *Revista de Artes y Humanidades UNICA*, 8 (19), 84-96. Obtenido de: <https://bit.ly/3TYN615>.
- Peters, T. (2020). “A cincuenta años de las políticas culturales de la Unidad Popular: enseñanzas y derivas críticas para pensar el proceso constituyente en Chile”, en: *Revista Periférica* 21, 308-318; <https://doi.org/ghdg>.
- Pinochet, C., Peters, T. y Guzmán, V. (2021). “La crisis COVID en el sector cultural chileno: estrategias de acción colectiva y políticas culturales desde abajo”, en: *Revista de Estudios Sociales*, 78, 14-35. <https://doi.org/jh53>.
- Saavedra, J. y Poblete, M. (2012). *Historia Social de los Teatros en Chile: Melipilla en el Siglo XX*. Chancacazo

- Sánchez, I. (2004). “El teatro independiente en México: una perspectiva organizacional”, en: *Iztapalapa* 56 (25), 217-245.
- Silva, D. (2022). “Hoy Chile vuelve a superar su récord de casos diarios Covid registrando 18,446 nuevos contagios: Positividad es del 17,81%, la peor cifra en más de 18 meses”, en: *La Tercera*. 26 de enero. Obtenido de: <https://bit.ly/3D9h4ft>.
- Stolovich, L., Lescano, G., Mourell J. y Pessano, R. (2002). *La cultura es capital*. Editorial Fin de Siglo.
- Spyer, T. y Alvarado, V. (2021). “El Estallido Social en Chile ¿rumbo a un Nuevo Constitucionalismo?”, en: *Revista Katálysis*, 24 (1), 43-52.
- TVU (2022). “Cifra histórica: más de 16 mil casos activos de Covid-19 registra la Región del Biobío”. Obtenido desde: <https://bit.ly/3f8uCjt>.
- UNESCO (2021). *Las industrias culturales y creativas frente a la COVID-19: panorama del impacto económico*. Obtenido de: <https://bit.ly/3f3P5WJ>.
- UNESCO-UI (2009). *Cómo medir la participación cultural*. Manual del Marco de Estadísticas Culturales de la UNESCO, Núm. 2. Obtenido desde: <https://bit.ly/3DaM9iP>.
- Westbrook, R. A. y Reilly, M. D. (1983). “Value-Percept Disparity: An Alternative to the Disconfirmation of Expectations Theory of Consumer Satisfaction”, en: Bagozzi, R. P. y Tybout, A. M. (eds). *Advances in Consumer Research*, Ann Arbor, 256-261.



Recibido: 24 de mayo de 2022 Aprobado: 5 de julio de 2022