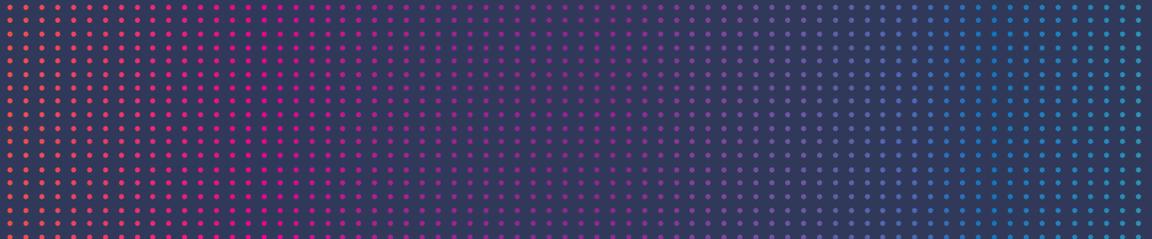




Ministerio de  
las Culturas,  
las Artes y  
el Patrimonio

Gobierno de Chile





# ACTUALIZACIÓN DE PERFIL DE SALAS DE TEATRO 2013

Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio  
Enero, 2013



© Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio

### **Actualización de perfil de salas de teatro 2013**

Estudio a cargo de  
Departamento de Estudios

Ejecución  
Proteatro Chile

¿Cómo citar este estudio?

Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio (2013).  
*Actualización de perfil de salas de teatro 2013*. Santiago de Chile:  
Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio. Recuperado de  
[www.observatorio.cultura.gob.cl/](http://www.observatorio.cultura.gob.cl/)

Se autoriza la reproducción parcial citando la fuente  
correspondiente.

[www.observatorio.cultura.gob.cl/](http://www.observatorio.cultura.gob.cl/)



# CONTENIDO

- I. INTRODUCCIÓN ..... 3
- II. MARCO METODOLÓGICO ..... 5
- III. RESULTADOS ..... 7
  - 1. DESCRIPCIÓN DE LOS ESPACIOS ..... 7
    - a. Administración ..... 7
    - b. Recursos humanos ..... 9
    - c. Infraestructura ..... 13
    - d. Servicios asociados a los públicos ..... 16
    - e. Asociatividad ..... 18
  - 2. PROGRAMACIÓN Y PÚBLICOS ..... 20
    - a. Funcionamiento de las salas de teatro ..... 20
    - b. Lineamientos y modelos programáticos ..... 21
    - c. Mecanismos, plazos y formalidades en la selección y exhibición de obras ..... 22
    - d. Modalidad de gestión o realización de proyectos artísticos ..... 24
    - e. Públicos y actividades de mediación ..... 26
  - 3. FINANCIAMIENTO ..... 27
    - a. Subsidios ..... 27
    - b. Financiamiento privado ..... 28
    - c. Financiamiento público ..... 28
    - d. Financiamiento mixto: Ley de Donaciones Culturales ..... 29
  - 4. MARKETING ..... 30
    - a. Comunicaciones ..... 30
    - b. Sistemas de venta de entradas ..... 33

## I. INTRODUCCIÓN

El presente levantamiento de información aborda 32 salas de teatro en la ciudad de Santiago, recogiendo datos relevantes en relación a su infraestructura y actividades, poniendo especial énfasis en el desarrollo del sector en términos económicos, programáticos y de gestión de audiencias.

Esta iniciativa se enmarca en un contexto donde los espacios de circulación teatral cobran relevancia como eje dentro de la cadena productiva de las artes escénicas. De acuerdo al primer *Mapeo de las industrias creativas en Chile* (2014) del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (CNCA), las salas de teatro:

(...) cumplen un rol fundamental en la comercialización de las obras. La sala de teatro define qué obras se representan en su espacio, puede solicitar (comprar) una obra en particular y, por ejemplo, establecer las condiciones para la re-presentación. La sala puede, en este contexto, tener políticas de coproducción o programación. Las salas de mayor relevancia en Chile, a través de la cartelera que seleccionan, marcarían las tendencias curatoriales del teatro nacional (p. 149).

Adicionalmente, a mediados de 2013, se hace pública la situación de algunos espacios respecto a sus problemas de funcionamiento, detonando un fenómeno difundido entre los medios como la “crisis de las salas”.<sup>1</sup> Esto deja de manifiesto las dificultades financieras que enfrentan, situando la discusión en el modelo de administración y gestión de las salas de teatro del país. Esto propicia diferentes medidas, siendo la más relevante la conformación como asociación gremial de la Red de Salas de Teatro en octubre de 2013.

Este documento aporta, entonces, un diagnóstico del sector, el cual es solicitado por la Red de Salas en conjunto con el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes. El levantamiento genera una caracterización de las salas de teatro de la región Metropolitana, sirviendo como insumo para el diseño y el mejoramiento de políticas culturales. De manera específica, este tuvo como objetivo:

- Actualizar al año 2013, los datos levantados en la Guía de Salas de Teatro de la región Metropolitana realizada el año 2011.
- Caracterizar las salas de teatro considerando variables relativas a administración, financiamiento, infraestructura, programación y difusión.

---

<sup>1</sup> Ver “Cierre del Teatro del Puente revela la crisis económica de las salas independientes”. Francisca Babul. La Tercera, 19 de abril de 2013.

- 
- Generar información para la autodefinition de las salas de teatro de la región Metropolitana, participantes de la Red de Salas de Teatro.

## II. MARCO METODOLÓGICO

Para el presente levantamiento, se aplicó una encuesta a los encargados y/o administradores de espacios culturales actualmente en funcionamiento dentro de la ciudad de Santiago. El universo de estudio estuvo constituido por espacios dedicados a programar teatro, bajo la modalidad de cartelera estable y con funciones abiertas a público. También se consideraron aquellos espacios que, si bien ofrecen una diversidad programática, acogiendo diferentes áreas artísticas, otorgan al teatro un espacio programático relevante dentro de su misión. En relación a este tipo de espacios, se debe aclarar que los datos recogidos corresponden exclusivamente a aquellos generados por la actividad teatral.

Al configurar el universo de estudio, se consideró también a otros 12 espacios, los que finalmente no fue posible contactar o no accedieron a participar del levantamiento. La aplicación de las encuestas se realizó durante el mes de diciembre del año 2013 a cargo del equipo de investigación Proteatro Chile.

De este modo, las salas participantes de este levantamiento fueron:

Salas Participantes	
Taller Siglo XX Yolanda Hurtado	Teatro Universidad Católica
Teatro Finis Terrae	Teatro Del Puente
Centro Experimental de Arte Tessier (CEAT)	Sala Camilo Henríquez
Departamento de Teatro U. de Chile	La Casa Rodante
Lastarria 90 Duoc UC	Teatro Nacional Chileno
Teatro La Olla	Teatro El Árbol
Teatro La Memoria	Sala La Vitrina
Centro Cultural Matucana 100	Espacio Arte Nimiku
Centro Mori Bellavista	Anfiteatro Bellas Artes
Centro Mori Parque Arauco	Teatro Cinema
Centro Mori Plaza Vespucio	Teatro Camino
Sala Universidad Mayor	Centro Cultural Gabriela Mistral (GAM)
Teatro Alcalá	Teatro Nescafé de las Artes
Teatro Facetas	Ladrón de Bicicletas
Sala Sidarte	Sala La Comedia
Sala Los Pleimóvil	Teatro Municipal de las Condes

Durante el proceso de recolección de datos surgieron algunas limitaciones que consideramos relevante consignar. Una de ellas se relaciona con el hecho de que, en ocasiones, los encargados de responder la encuesta no contaban con la



información solicitada procesada, lo cual repercute en que, en algunos casos, las cifras entregadas no son datos exactos, sino estimaciones.

De igual forma, a lo largo de la aplicación de la encuesta, fue posible detectar un área particularmente compleja de abordar: aquella relacionada con la definición de los géneros y estilos que programan los espacios en cuestión. Se constata que la formulación de alternativas pertinentes y representativas para describir la programación de las salas, escapa a los alcances de este levantamiento, por lo que se resolvió abordar este ítem a través de una pregunta formulada de manera abierta en torno a los lineamientos de programación.

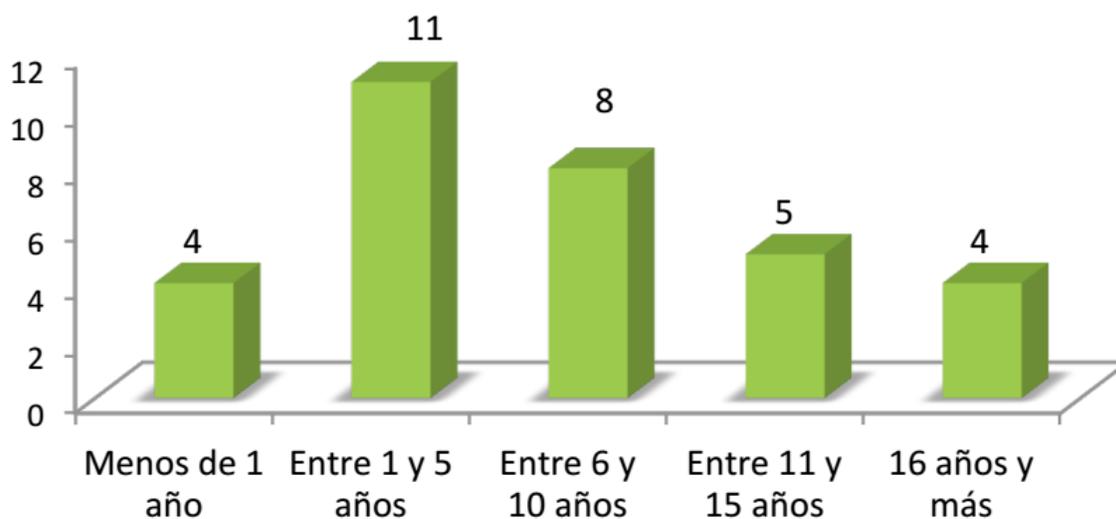
### III. RESULTADOS

#### 1. DESCRIPCIÓN DE LOS ESPACIOS

##### a. Administración

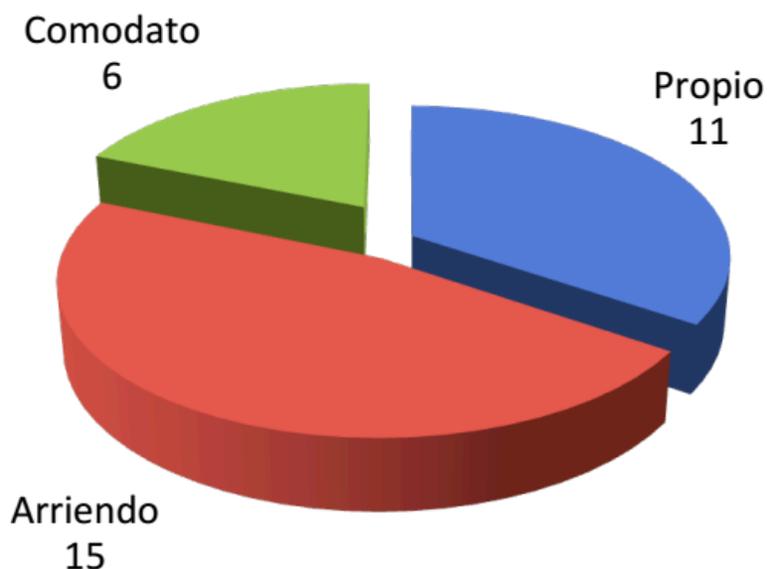
A la hora de aplicar la encuesta, y al momento de indagar en los años de funcionamiento de las salas, se consideró el número de años de funcionamiento del espacio bajo la administración actual, independiente de que este haya cambiado de dependencias físicas. El gráfico presentado a continuación, da cuenta de la diversidad de estos espacios en cuanto a sus años de existencia, siendo los más recientes, espacios de menos de un año de funcionamiento, mientras que los más antiguos tienen sobre 50 años, los que corresponden a las salas universitarias.

Gráfico 1. Número de salas según años de administración de la sala



Al hablar del tipo de tenencia de los espacios, se encuentra que el 46.9% de las salas arrienda el inmueble en el que se ubica, lo que en parte puede explicar la movilidad del sector en relación a la permanencia de las salas teatrales.

Gráfico 2. Número de salas según tipo de tenencia del espacio



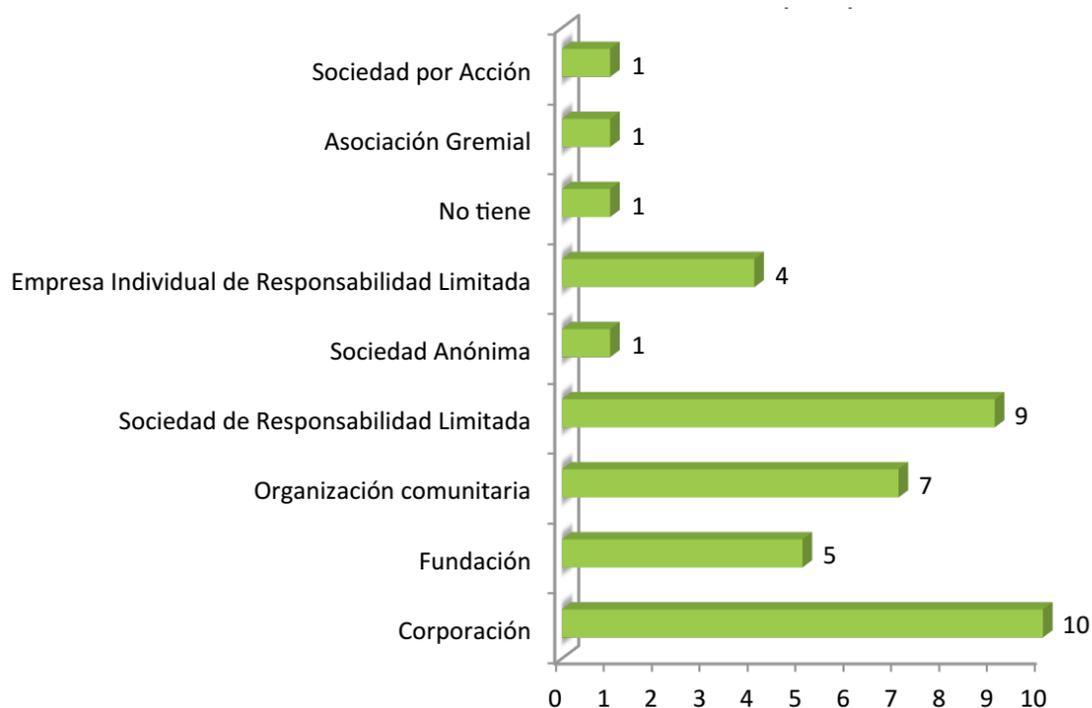
**Comodato.** Un contrato o acuerdo por el cual una parte entrega a la otra gratuitamente una especie, mueble o bien raíz, para que haga uso de ella, con cargo de restituir la misma especie después de terminado el uso. En el caso de las salas corresponde a espacios concedidos por instituciones privadas o municipales.

Al momento de indagar en el estatus jurídico de las salas de teatro, se encontró nuevamente una amplia diversidad. La persona jurídica más común corresponde a la Sociedad de Responsabilidad Limitada junto con la figura de Corporación. Por lo mismo, podemos ver que los espacios culturales dedicados a las artes escénicas no son necesariamente espacios sin fines de lucro, sino que oscilan entre las distintas figuras jurídicas.

Por otra parte, es interesante consignar que siete de las 32 salas poseen dos figuras jurídicas. De estas siete salas, tres combinan la figura de Organización Comunitaria con la de Sociedad de Responsabilidad Limitada.



Gráfico 3. Número de salas por tipo de persona jurídica



## b. Recursos humanos

A continuación, se presentan una serie de recuadros que describen el estado actual de la fuerza laboral directamente vinculada a las salas de teatro; vale decir, aquellos trabajadores de carácter administrativo y técnico que sean parte estable del proyecto de gestión de la sala. No se consideran profesionales que presten servicios externos a estos espacios, con la salvedad de aquellos artistas (directores, actores o diseñadores) que excepcionalmente forman parte del equipo artístico estable de las salas.

En el caso de las compañías de teatro, que realizan temporadas en las salas, estas no se encuentran contabilizadas entre los artistas catastrados, sin embargo, vale la pena señalar que, en la mayoría de los casos, se procede a la firma de un convenio por escrito para formalizar el acuerdo con los espacios. Estos casos ascienden a un total de 438 convenios.

El siguiente recuadro, da cuenta de que el total de trabajadores asciende a 497 personas, siendo en su mayoría personal con contrato fijo, lo que representa un 52,7% del total.

Tabla 1. Número de trabajadores totales según tipo de contrato

<b>Trabajadores</b>		
497		
<b>Contrato Fijo</b>	<b>Honorarios</b>	<b>Sin Contrato</b>
262	187	48
( 52,7% )	( 37,6% )	( 9,7% )

En las siguientes tablas, se desglosa el personal de las salas, según su área de desempeño y tipo de contrato. Es preciso señalar que, en el área de administrativos, se contempla el rol de: gestor, productor, periodista o encargado de comunicación, contador, personal de aseo, boleteros, diseñador gráfico, encargado de redes sociales, promotores, entre otros. En el área técnica, se considera aquel personal que opera o supervisa las labores de tramoya, sonido, iluminación y realización escenográfica.

Tabla 2. Número de administrativos según tipo de contrato

<b>Administrativos</b>		
284		
<b>Contrato fijo</b>	<b>Honorarios</b>	<b>Sin contrato</b>
186	67	31
( 65,5% )	( 23,5% )	( 10,9% )

Tabla 3. Número de técnicos según tipo de contrato

<b>Técnicos</b>		
98		
<b>Contrato fijo</b>	<b>Honorarios</b>	<b>Sin contrato</b>
69	17	12
( 70,4% )	( 17,3% )	( 12,2% )

Tabla 4. Número de directores de puesta en escena según tipo de contrato

<b>Directores de puesta en escena</b>		
20		
<b>Contrato Fijo</b>	<b>Honorarios</b>	<b>Sin Contrato</b>
4	15	1
( 20% )	( 75% )	( 5% )

Tabla 5. Número de actores según tipo de contrato

<b>Actores</b>		
83		
<b>Contrato fijo</b>	<b>Honorarios</b>	<b>Sin contrato</b>
2	77	4
( 2,4% )	( 92,8% )	( 4,8% )

Tabla 6. Número de diseñadores escénicos según tipo de contrato

<b>Diseñadores escénicos</b>		
12		
<b>Contrato fijo</b>	<b>Honorarios</b>	<b>Sin contrato</b>
1	11	---
( 8,3% )	( 91,7% )	---

Desde la Tabla 7 hasta la Tabla 12, se observa el cruce entre género, tipo de contrato y área de desempeño de los trabajadores.

Tabla 7. Número de trabajadores totales según género y tipo de contrato

<b>Hombres</b>			<b>Mujeres</b>		
277			220		
( 55,7% )			( 44,3% )		
<b>Contrato fijo</b>	<b>Honorario</b>	<b>Sin contrato</b>	<b>Contrato fijo</b>	<b>Honorario</b>	<b>Sin contrato</b>
159	92	26	103	95	22
( 32% )	( 18,5% )	( 5,2% )	( 20,7% )	( 19,1% )	( 4,4% )

Tabla 8. Número de administrativos según género y tipo de contrato

<b>Administrativos</b>					
<b>Hombres</b>			<b>Mujeres</b>		
131			153		
( 46,1% )			( 53,9% )		
<b>Contrato fijo</b>	<b>Honorario</b>	<b>Sin contrato</b>	<b>Contrato fijo</b>	<b>Honorario</b>	<b>Sin contrato</b>
86	28	17	100	39	14
( 30,3% )	( 9,9% )	( 6% )	( 35,2% )	( 13,7% )	( 4,9% )

Tabla 9. Número de técnicos según género y tipo de contrato

<b>Técnicos</b>					
<b>Hombres</b>			<b>Mujeres</b>		
85			13		
( 86,7% )			( 13,3% )		
<b>Contrato fijo</b>	<b>Honorario</b>	<b>Sin contrato</b>	<b>Contrato fijo</b>	<b>Honorario</b>	<b>Sin contrato</b>
67	12	6	2	5	6
( 68,4% )	( 12,2% )	( 6,1% )	( 2% )	( 5,1% )	( 6,1% )

Tabla 10. Número de directores de puesta en escena según género y tipo de contrato

<b>Directores de puesta en escena</b>					
<b>Hombres</b>			<b>Mujeres</b>		
15			5		
( 75% )			( 25% )		
<b>Contrato fijo</b>	<b>Honorario</b>	<b>Sin contrato</b>	<b>Contrato fijo</b>	<b>Honorario</b>	<b>Sin contrato</b>
4	10	1	0	5	0
( 20% )	( 50% )	( 5% )	---	( 25% )	---

Tabla 11. Número de actores según género y tipo de contrato

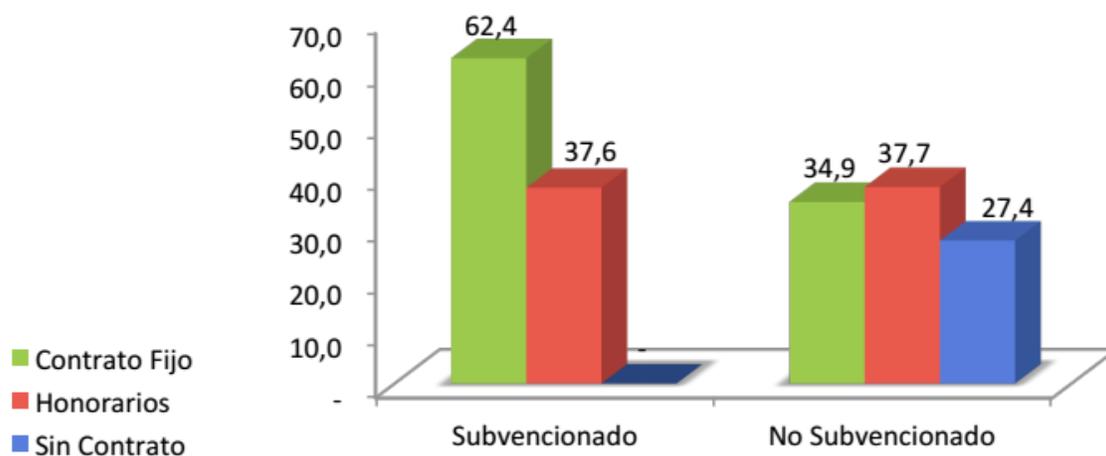
<b>Actores</b>					
<b>Hombres</b>			<b>Mujeres</b>		
42			41		
( 50,6% )			( 49,4% )		
<b>Contrato fijo</b>	<b>Honorario</b>	<b>Sin contrato</b>	<b>Contrato fijo</b>	<b>Honorario</b>	<b>Sin contrato</b>
1	39	2	1	38	2
( 1,2% )	( 47% )	( 2,4% )	( 1,2% )	( 45,8% )	( 2,4% )

Tabla 12. Número de diseñadores escénicos según género y tipo de contrato

<b>Diseñadores escénicos</b>					
<b>Hombres</b>			<b>Mujeres</b>		
4			8		
( 33,3% )			( 66,7% )		
<b>Contrato fijo</b>	<b>Honorario</b>	<b>Sin contrato</b>	<b>Contrato fijo</b>	<b>Honorario</b>	<b>Sin contrato</b>
1	3	0	0	8	0
( 8,3% )	( 25% )	---	---	( 66,7% )	---

Tal como se señala más adelante, en el Gráfico 17, de las 32 salas, el 37,5% cuenta con algún tipo de subvención. En relación a cómo la presencia de subvención en las salas puede afectar las condiciones laborales de los trabajadores del sector de las artes escénicas, es posible observar que esta modalidad de financiamiento estable, propicia la contratación de personal en forma permanente.

Gráfico 4. Porcentaje de tipo de contrato según presencia de subvención en sala



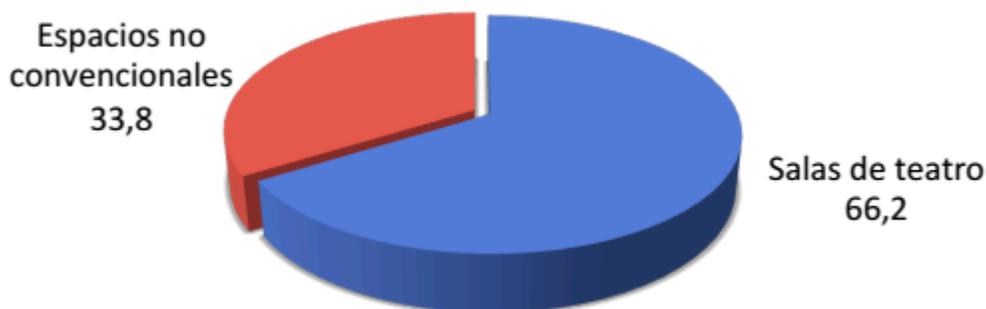
### c. Infraestructura

Dentro de las 32 salas encuestadas, se catastra un total de 65 espacios donde se desarrolla la actividad artística, dando cuenta de que en una misma sala pueden convivir varios tipos de espacios, siendo 45 de ellos espacios convencionales y 23 no convencionales.

Vale aclarar que muchas de las salas encuestadas, son lugares acondicionados para funcionar de manera permanente como salas de teatro, aunque en su arquitectura inicial, no fueron ideados con ese objetivo. Para efectos del presente levantamiento de datos, aquellos espacios acondicionados han sido considerados como salas de teatro, mientras que se ha definido como espacios no convencionales a:

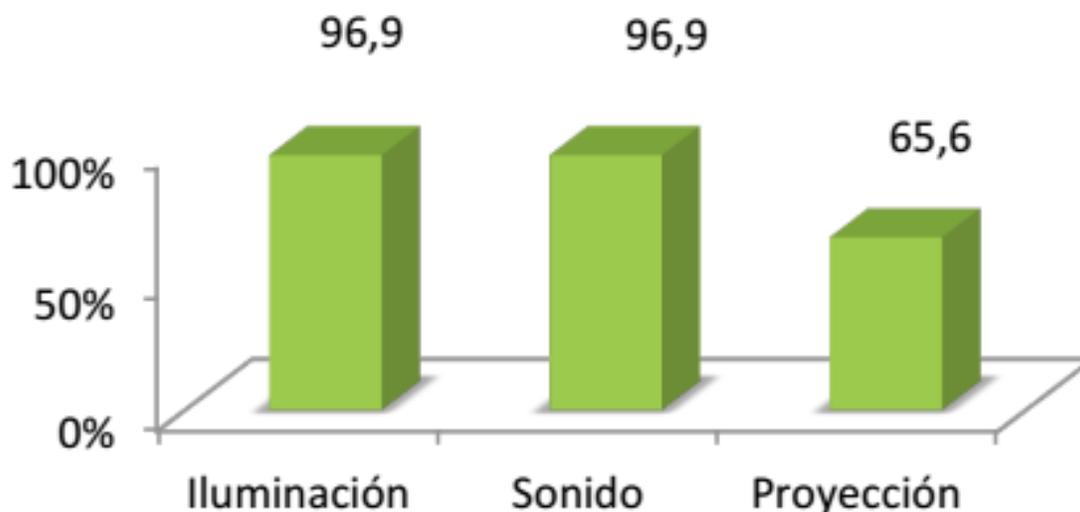
Aquellos espacios que estando dentro del recinto de cada una de las administraciones no cuentan con infraestructura permanente para la realización de funciones y pueden ser utilizados esporádicamente con mayor o menor frecuencia. Para efectos de este levantamiento de información, no se contempló una frecuencia mínima de uso de estos espacios para ser incorporados a los datos.

Gráfico 5. Porcentaje de espacios convencionales y no convencionales



En relación al equipamiento en salas, se observa que la gran mayoría de estas (31) cuentan con equipo de iluminación y sonido como parte de su infraestructura permanente. Vale la pena señalar que no se particulariza la calidad o cantidad de equipos. A continuación, se da cuenta del porcentaje de salas que poseen equipamiento según tres tipos: iluminación, sonido y proyección.

Gráfico 6. Porcentaje de salas con equipamiento técnico según tipo



La Tabla 13 da cuenta del número de espacios según la capacidad máxima que poseen para recibir espectadores. Se consideran aquí los 65 espacios catastrados dentro de las 32 salas, sin importar si estos son espacios convencionales o no convencionales.

Tabla 13. Número y porcentaje de espacios según capacidad máxima de espectadores

<b>1 a 99 espectadores</b>	<b>100 a 199 espectadores</b>	<b>200 a 299 espectadores</b>	<b>300 a 399 espectadores</b>	<b>Superior a los 1.000 espectadores</b>
26	19	10	7	3
( 40% )	( 29,2% )	( 15,4% )	( 10,8% )	( 4,6% )

Al momento de describir el tipo de asiento ofrecidos en cada uno de los 65 espacios, se han considerado diversas categorías las que incluyen: butacas, sillas, graderías y otros. Dentro de la categoría otros se han considerado: bancas, sillas reclinables o la ausencia de cualquier tipo de asiento.

Tabla 14. Número y porcentaje de espacios según tipo de asiento

<b>Butacas</b>	<b>Sillas</b>	<b>Graderías</b>	<b>Sillas Graderías</b>	<b>Otros</b>
23	17	13	8	4
( 35,4% )	( 26,2% )	( 20% )	( 12,3% )	( 6,2% )

Las tablas 15 a la 18 describen los espacios en términos físicos y de infraestructura, dando cuenta de las dimensiones y características de cada uno de ellos.

Tabla 15. Número y porcentaje de espacios según dimensión máxima disponible para representación

<b>0 a 50 m2</b>	<b>50,1 a 100 m2</b>	<b>100,1 a 200 m2</b>	<b>200,1 m2 en adelante</b>
23	17	13	10
( 36,5% )	( 27% )	( 20,6% )	( 15,9% )

Tabla 16. Número y porcentaje de espacios que cuentan con: sistema de climatización, salida de emergencia y bodega

<b>Sistema de climatización</b>	<b>Salida de emergencia</b>	<b>Bodega</b>
32	40	30
( 56,1% )	( 62,5% )	( 46,2% )

**Climatización.** Para efectos de este levantamiento de información, se registró solamente a aquellas salas que cuentan con algún tipo de climatización propia de la infraestructura del inmueble, no se consideraron estufas ni ventiladores. Tampoco se consideran espacios abiertos lo que implica que el total de espacios considerados para efectos de esta medición ascienden a un total de 57.

**Salida de emergencia.** Se definió como salida de emergencia todas aquellas salidas puntualmente señalizadas.

Tabla 17. Número y porcentaje de espacios según capacidad de camarines

1 a 9 personas	10 a 19 personas	20 a 29 personas	30 a 49 personas	50 a 99 personas	100 y más personas
8	12	4	4	2	2
( 25% )	( 37,5% )	( 12,5% )	( 12,5% )	( 6,25% )	( 6,25% )

Tabla 18. Número y porcentaje de espacios con acceso para usuarios con necesidades especiales

Acceso a usuarios con necesidades especiales
35
(53,8%)

#### d. Servicios asociados a los públicos

Los servicios asociados a los públicos son parte fundamental del contexto de las salas de teatro, posicionando a estas no solo como plataformas de circulación de espectáculos artísticos, sino también como espacios que brindan una experiencia global al espectador.

El Gráfico 7 muestra el número de salas según tipo de servicio que ofrecen a los espectadores. A modo de referencia, es preciso considerar las siguientes definiciones:

**Boletería.** Espacio físico de la sala establecido únicamente para la venta de entradas.

**Estacionamiento.** Hace referencia a que la sala cuente con un servicio de estacionamiento ofrecido al público, perteneciente a la propia sala o bien facilitado a partir de un convenio con una empresa que entregue el servicio de manera regular. Se excluyen de esta categoría a aquellas salas que posean estacionamientos con parquímetro disponibles en la calle donde están emplazados.

**Punto de venta.** Espacio físico permanente y reservado para la venta de productos usualmente culturales y/o merchandising relacionados a los contenidos de la programación. No incluye tiendas asociadas a la infraestructura del espacio que no tengan relación con éste.

**Servicios higiénicos necesidades especiales.** Contempla aquellos casos que la infraestructura cuente con acceso y acondicionamiento de los servicios higiénicos para que puedan ser utilizados por personas con necesidades especiales en forma autónoma.

Gráfico 7. Número de salas según tipo de servicios





Es interesante señalar que, de los servicios anteriormente descritos, existen algunos que pese a estar en las salas de teatro, son administrados o gestionados por un tercero sobre la base de concesión o contratos de sub-arriendo de espacios. Este es el caso particular de: las cafeterías, donde un 50% de estas son concesionadas o sub-arrendadas; los puntos de venta, con un 16,7% a concesión y los estacionamientos con un 66,7%.

En general, estas concesiones o arriendos sirven como fuente de ingresos estables para las salas, al mismo tiempo que complementan la experiencia de los asistentes.

#### **e. Asociatividad**

Respecto de la asociatividad, se consultó a las salas sobre su pertenencia a algún tipo de asociación u organización nacional o internacional, con la intención de dimensionar el alcance de las redes que el sector teatral genera a partir de sus espacios de exhibición.

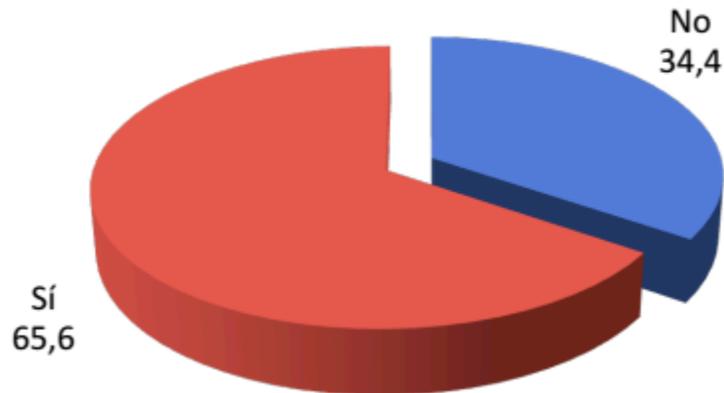
Según se observó en la encuesta realizada, el 71,9% de las salas pertenece o se encuentra asociada a algún tipo de organización, siendo estas en su mayoría de carácter nacional. Este corresponde a un total de 23 salas.

Entre las organizaciones mencionadas se encuentran:

- Red de Salas de Teatro
- Fundación Valle (Italia)
- Red Corredor Latinoamericano.
- Eje Alameda.
- Red de Instituciones Culturales con Programas Pedagógicos (Colabora)

Del mismo modo, se consideró también la participación en festivales como un ámbito de asociatividad. Así, el Gráfico 8 da cuenta del porcentaje de salas participantes como sede en algún festival de carácter nacional o internacional. Se observa entonces que el 65,6% de estas, correspondiente a 21 salas, actúan como plataforma de exhibición para estas instancias. Es relevante consignar que se consideran solo festivales de teatro con los cuales la sala trabaja de manera estable, vale decir en más de una ocasión consecutiva.

Gráfico 8. Porcentaje de Salas con Participación en Festivales



Entre los festivales mencionados se encuentran:

- Festival Internacional de Teatro Santiago a Mil
- Festival Internacional de Teatro Familiar (Famfest)
- Festival de Teatro la Olla
- Festival Iberoamericano de Artes Escénicas para la Primera Infancia (Festival Teatro de Ocasión).
- Enero a Todo Teatro
- Rebelión de los Muñecos
- Fiesta de Juglares
- Payasadas de Primavera
- Festival de Egreso DUOC
- Festival de Teatro Joven
- Festival de Teatro Exit
- Festival Inter Escolar (FET)
- Festival Muchos Cuentan Historias
- Muestra de Dramaturgia Nacional
- Festival Latinoamericano de Muñecos
- Festival Santiago Off
- Festival Escena Uno.

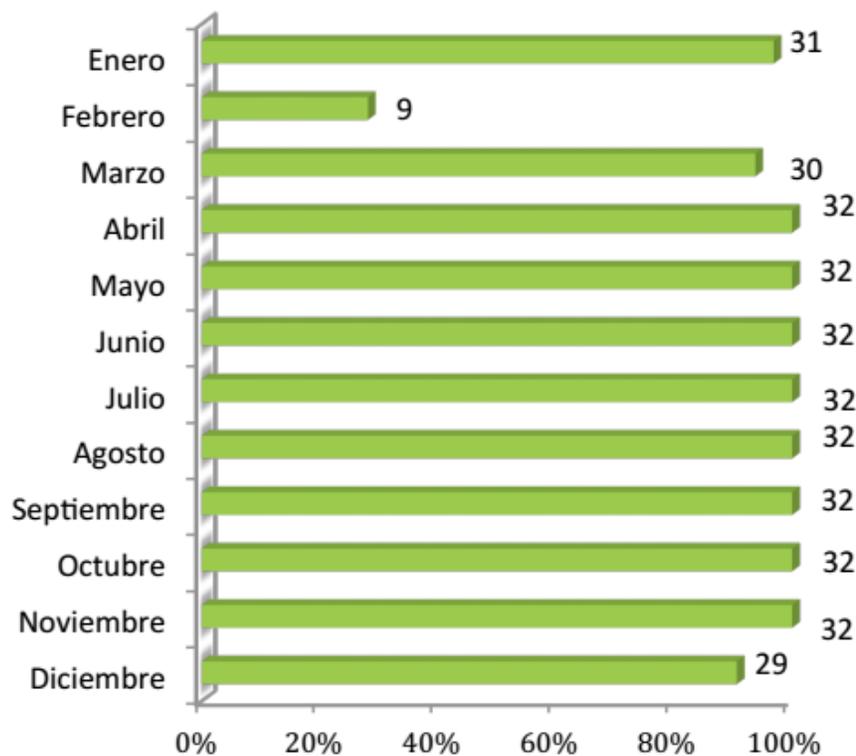
– Mestiza

## 2. PROGRAMACIÓN Y PÚBLICOS

### a. Funcionamiento de las salas de teatro

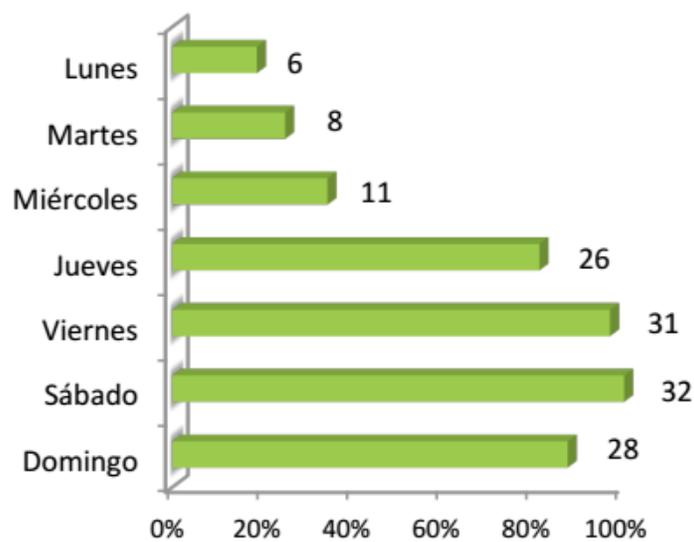
El Gráfico 9 corresponde al número de salas según mes de funcionamiento, evidenciando que febrero resulta ser el mes con menor número de salas activas y que los meses de marzo a enero concentran la actividad teatral. Para efectos de este levantamiento, la medición corresponde a los meses en los cuales la sala está activa con funciones teatrales abiertas a público general, exceptuando el funcionamiento de los espacios para funciones cerradas u otras actividades.

Gráfico 9. Número de salas según meses de funcionamiento



Respecto a los días de funcionamiento, al igual que los meses señalados anteriormente, estos corresponden a los días en los cuales la sala está activa con funciones teatrales abiertas a público general, excluyendo eventos cerrados, arriendos, talleres, funciones a escolares u otro tipo de actividades.

Gráfico 10. Número de salas según días de funcionamiento



#### **b. Lineamientos y modelos programáticos**

Respecto a los lineamientos programáticos de las salas se procedió a realizar una pregunta abierta, a partir de la cual se han identificado las variables que las salas consideran al momento de perfilar los criterios programáticos. Vale la pena señalar, que estas variables no son excluyentes, pudiéndose encontrar más de una en una misma definición programática.

Las variables son las siguientes:

##### **i. Públicos**

- Segmentación etárea: infantil o familiar, público joven, adulto o adulto joven.
- Segmentación socioeconómica.

##### **ii. Criterios artísticos**

- Nivel de trayectoria de los grupos y/o de los proyectos seleccionados: jóvenes, emergentes y consagrados.
- Renovación de lenguajes: énfasis en la investigación y experimentación escénica.
- Género o estilo: comedia, teatro musical, teatro de objetos, teatro de improvisación.

- Calidad artística.
- Fomento a la dramaturgia nacional.
- Pertenencia al canon: obras de teatro clásico.

### **iii. Otros criterios**

- Vinculación de los contenidos con la contingencia.
- Impacto mediático: resonancia que pueden tener los montajes a nivel de medios de comunicación.
- Impacto comercial: que el montaje garantice un retorno económico.

### **c. Mecanismos, plazos y formalidades en la selección y exhibición de obras**

Al momento de programar su cartelera, las salas adoptan determinados mecanismos de selección de proyectos. En el levantamiento, se registran 4 modalidades:

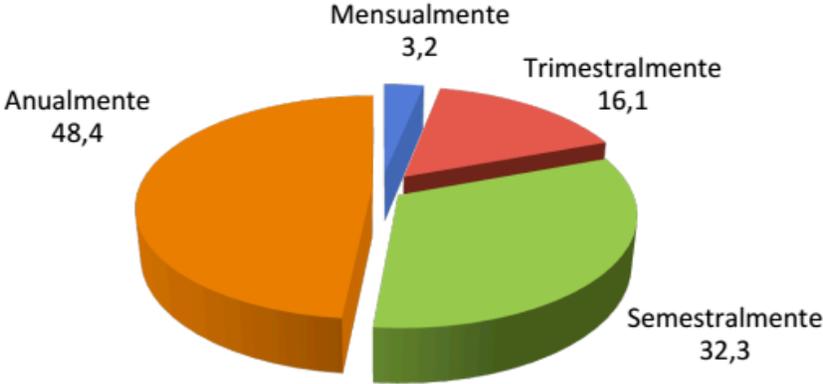
- Convocatoria abierta
- Invitación directa
- Convocatoria interna
- Realización de festivales o concursos

El principal mecanismo es la convocatoria abierta, es decir la recepción de antecedentes y proyectos a partir de criterios propuestos por la sala. Aquí se encuentran 23 de las 32 salas, lo cual corresponde al 71,9% de los casos. En ocho ocasiones, lo que corresponde al 25% de los casos, las salas optan por la invitación directa a compañías, directores y/o artistas para crear o montar puestas en escena acorde a sus lineamientos de programación. En cinco ocasiones, equivalente al 15,6% de las veces, las salas realizan una convocatoria interna entre docentes, alumnos o compañías vinculadas a la administración de la sala. Finalmente, solo en dos ocasiones se realizan festivales o concursos que contemplan para los ganadores, la opción de realizar temporada en el espacio organizador.

Sobre los plazos de programación que las salas adoptan para generar su cartelera, se observa que en su mayoría los mecanismos de selección de proyectos se realizan con una antelación anual. Esto corresponde entonces al 48,4% de los casos, seguido de un 32,3% que planifica en forma semestral.

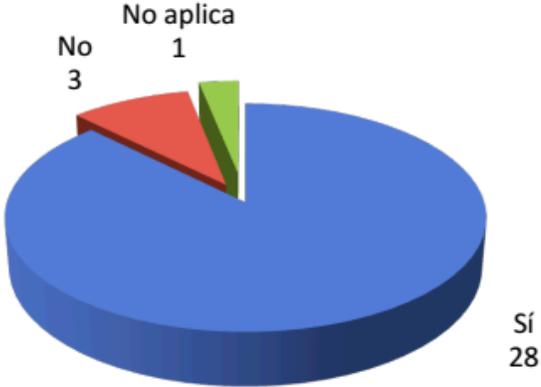


Gráfico 11. Porcentaje de salas según antelación de la planificación programática



Tal como se observa en el Gráfico 12, la mayoría de las salas formalizan su relación con las agrupaciones o compañías que reciben mediante algún tipo de contrato o convenio escrito.

Gráfico 12. Número de salas con formalización de contrato o convenio con las agrupaciones

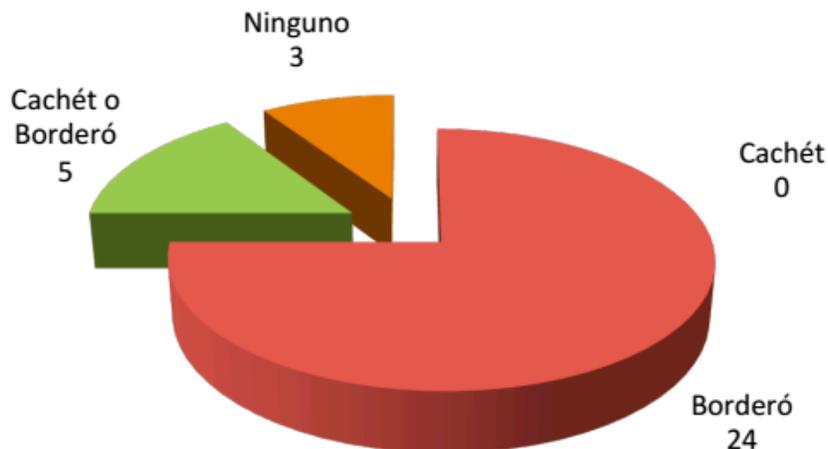


En relación al tipo de acuerdo económico que las salas realizan con las compañías que acogen, se han delimitado tres categorías, las que corresponden a cachét, borderó y la mixtura entre ambos mecanismos. Para estas categorías se han acogido las siguientes definiciones:

**Cachét.** Pago de un monto fijo que realiza la sala a la compañía por el concepto de actuaciones en público. Este modelo excluye, por lo tanto, la división de borderó.

**Borderó.** Aceptación del término francés *bordereau* que se refiere a documentos de entrega de información financiera. En teatro, el término es utilizado para hacer referencia a la taquilla percibida por el concepto de venta de entradas. Cuando se habla entonces de un sistema de gestión económico con las compañías a borderó, se hace referencia a un modelo en el que, de los ingresos percibidos por el concepto de venta de entradas, y luego de descontado el porcentaje de derechos de autor, la sala y la compañía se dividen los ingresos según algún porcentaje acordado.

Gráfico 13. Número de salas según tipo de acuerdo económico con las agrupaciones



Tal como se observa en el gráfico anterior, en su mayoría las salas utilizan el acuerdo de borderó, correspondiendo esto al 75% de los casos.

#### d. Modalidad de gestión o realización de proyectos artísticos

Para efectos de este levantamiento, se han contemplado tres modalidades de gestión de proyectos artísticos, los que no son excluyentes entre sí. De este modo, una misma sala puede utilizar más de un modelo dentro de su gestión programática. A continuación, se describen las distintas modalidades:

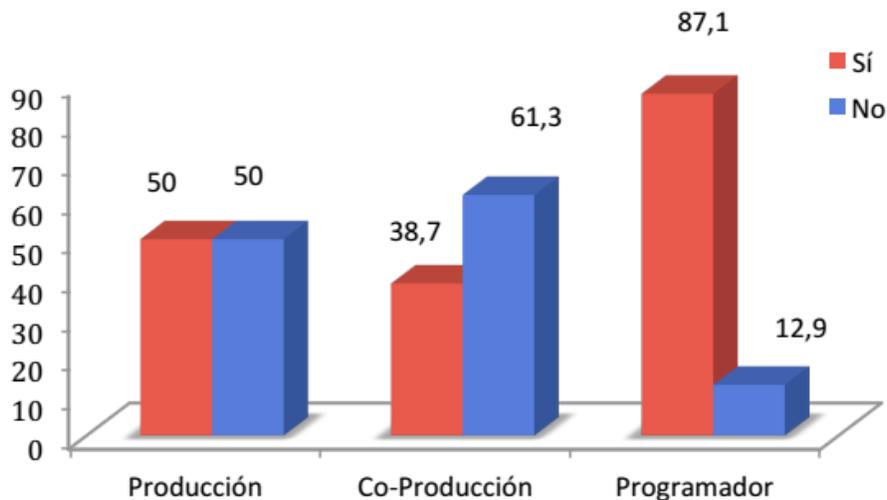
**Producción.** Hace referencia a la realización artística de un montaje producido, gestionado y financiado por la propia sala. Incluye la participación de la sala en los costos artísticos, de producción, comunicaciones, etc.

**Co- producción.** Modalidad de realización artística de un montaje en que este es financiado por diversas contrapartes quienes tendrán usualmente derechos de explotación que varían según el tipo de acuerdo. En general estos corresponden a visibilización de la marca (logo), porcentaje de ingresos percibidos por taquilla, o el derecho a explotación en sala, entre otros.

**Programador.** Modalidad de gestión que incluye la programación de espectáculos en sala. Usualmente se genera una estrategia de selección que puede ser por convocatoria o invitación y que incluye diversos acuerdos económicos, siendo el más común la división de la taquilla. Este modelos se diferencia del presentador que incluye a aquellos espacios que traen espectáculos generalmente internacionales mediante el pago de un cachét.

De este modo, el Gráfico 14, señala el porcentaje de salas que utiliza cada uno de las modalidades anteriormente descritas. Se observa que, en su mayoría, correspondiente al 87,1% de los casos, las salas optan por la modalidad de programador.

gráfico 14. porcentaje de salas Según Modalidad de Gestión o Realización

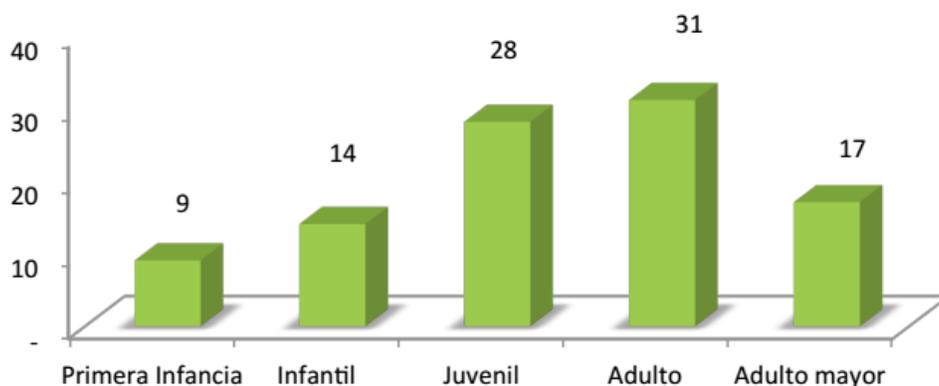


### e. Públicos y actividades de mediación

Al momento de indagar en relación a los públicos, las salas dan cuenta de una gran diversidad tanto en la cantidad de los públicos que reciben como en la segmentación de los mismos. Al momento de preguntar por el promedio de espectadores por función, los rangos de respuestas van desde los 13 espectadores promedio hasta los 600. Al obtener la media de espectadores por función, del total de las 32 salas participantes del levantamiento, el número resultante es de 92 personas por función.

En relación al segmento de públicos que las salas acogen, se han establecido cinco categorías, tal como se observa en el Gráfico 15. Es importante señalar que una misma sala puede integrar más de una categoría.

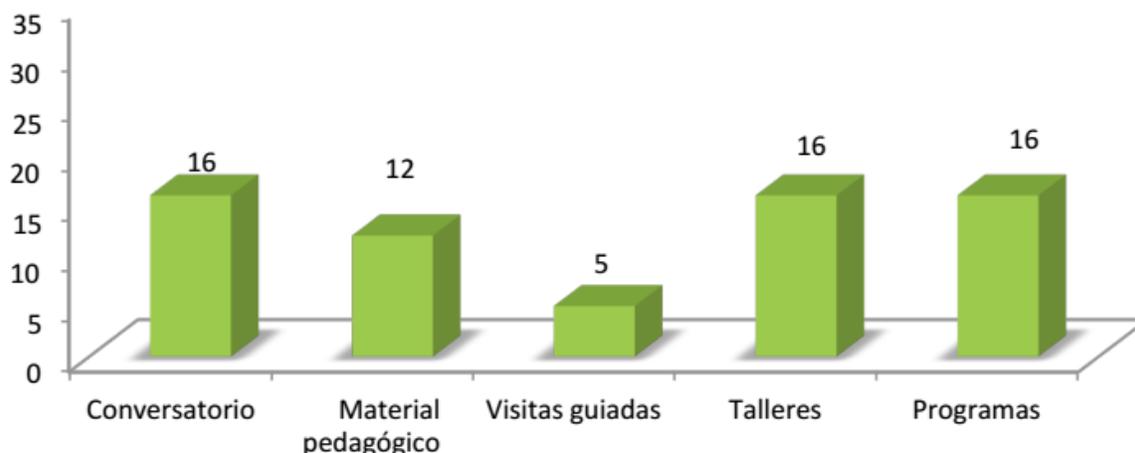
Gráfico 15. Número de salas según segmento de público



Adicionalmente a los segmentos de públicos presentes en cada una de las salas, se ha recopilado información en relación a la realización de actividades de mediación con las audiencias. Como actividades de mediación se ha definido toda acción o actividad que la sala realice en pos de producir sentido en torno a la experiencia artística. Esto contempla conversaciones con los públicos, materiales especiales, visitas guiadas, entre otros.

A continuación, se muestra el número de salas que realiza cada una de las actividades de mediación consignadas en el Gráfico 16. Cabe señalar que una misma sala puede realizar más de una estrategia de mediación artística con sus públicos.

Gráfico 16. Número de salas según actividades de mediación



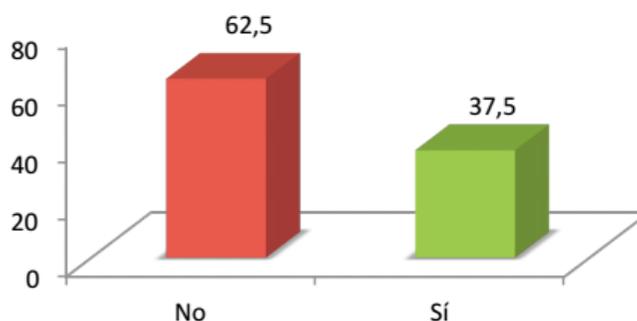
### 3. FINANCIAMIENTO

#### a. Subsidios

Al indagar en los mecanismos de financiamiento adoptados por las diferentes salas, se observa que un criterio relevante corresponde a la posibilidad de subsidio que algunas de ellas poseen. Por subsidio, y para efectos de este levantamiento, se entiende la recepción, por parte de las salas, de un financiamiento permanente, ya sea de parte de un organismo público o privado, el cual es utilizado para cubrir gastos operacionales.

El Gráfico 17 da cuenta del porcentaje de salas que perciben subsidio, lo que corresponde al 37,5% del total. Este porcentaje representa a 12 de las 32 salas encuestadas.

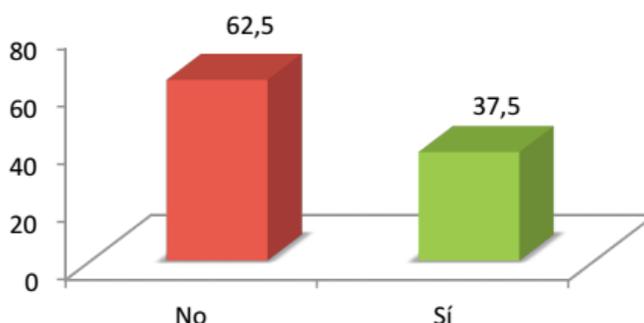
Gráfico 17. Porcentaje de salas subsidiadas



## b. Financiamiento privado

En relación al financiamiento proveniente del ámbito privado, se constata que 12 de las 32 salas encuestadas cuentan con algún tipo de financiamiento privado, lo cual corresponde al 37,5% del universo total. Se ha entendido como financiamiento privado aquellos auspicios en bienes y servicios, auspicios pecuniarios y canjes publicitarios recibidos por las salas.

Gráfico 18. Porcentaje de salas con financiamiento privado



**Auspicios en bienes y servicios.** Todo aquel aporte privado, ya sea realizado por personas naturales u organizaciones, en bienes y/o servicios valorizados recibido por la administración de la sala, excluyendo aquellos que son gestionados o percibidos por las compañías que ahí se presentan.

**Auspicios Pecuniarios.** Todo aquel aporte o donación en dinero que pueda ser utilizado de manera restringida o irrestricta tanto para creación artística (en el caso de las salas con modalidad de producción propia) como para gastos operacionales de la sala u otros proyectos relacionados.

**Canjes Publicitarios.** Canjes valorizados por el concepto de servicios publicitarios en medios de prensa escritos, radiales, web, etc.

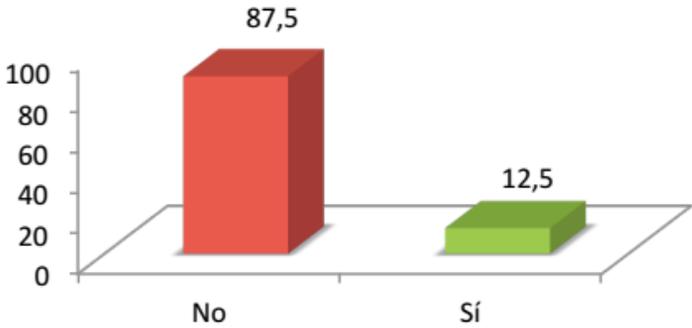
## c. Financiamiento público

En lo que respecta al financiamiento público, cuatro de las 32 salas han obtenido fondos de carácter público diferente a Fondart. Entre los fondos nombrados se



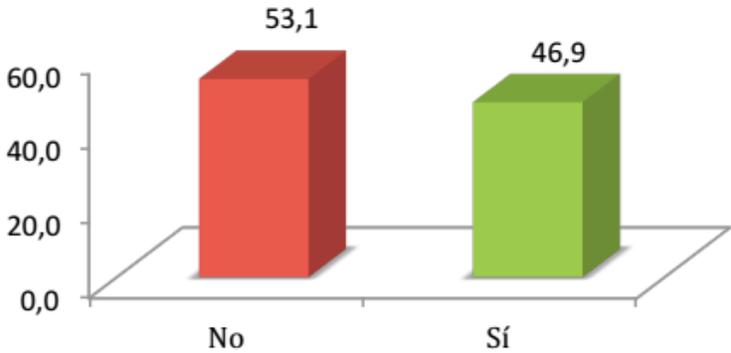
encuentran el Fondo Nacional de Desarrollo Regional (FNDR), Iberescena, Fondo de Solidaridad e Inversión Social (Fosis), entre otros.

Gráfico 19. Porcentaje de salas con financiamiento público distinto a Fondart en los últimos tres años



Al momento de revisar la obtención de recursos a través del Fondo Nacional de Desarrollo Cultural y las Artes (Fondart), fue posible constatar que un total de 15 salas habían sido beneficiadas alguna con vez con este fondo. De estas, siete han sido dentro de los últimos tres años. La línea más nombrada resulta ser la de Fortalecimiento Institucional.

Gráfico 20. Porcentaje de salas que han obtenido financiamiento público Fondart

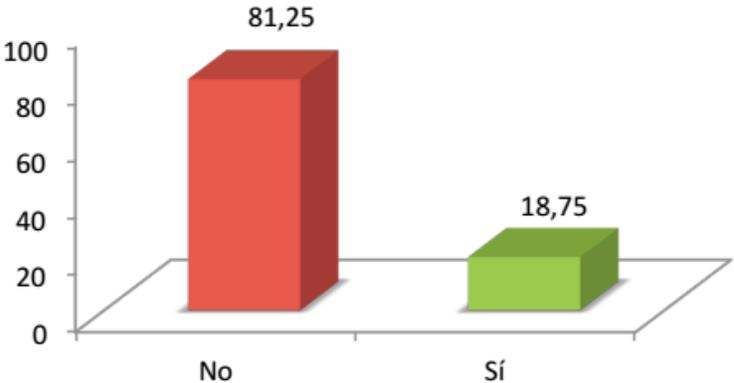


**d. Financiamiento mixto: Ley de Donaciones Culturales**

Al momento de indagar en la efectividad de la utilización de la ley de Donaciones Culturales, seis de las 32 salas entrevistadas han tramitado el certificado de ejecución alguna vez, sin embargo, solo cuatro de ellas han recibido dinero por concepto de estaley.



Gráfico 21. Porcentaje de salas que han obtenido al menos un certificado de ley de donaciones culturales



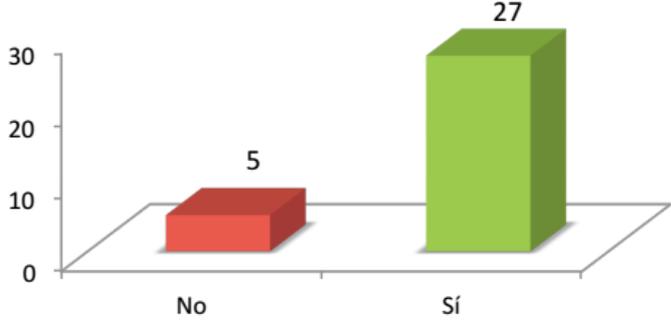
Al desglosar el número de proyectos gestionados por esas seis salas, la cifra corresponde a 26 proyectos que obtienen el certificado de la Ley de Donaciones Culturales de parte del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes. De estos 26 proyectos, 20 han obtenido recursos mediante la utilización de este certificado.

**4. MARKETING**

**a. Comunicaciones**

De las 32 salas, 27 de ellas poseen algún sistema de bases de datos de públicos. De ellas, 25 son bases de datos propias o autogestionadas y dos son gestionadas por empresas externas. Las bases de datos pueden llegar a tener hasta 15.000 registros.

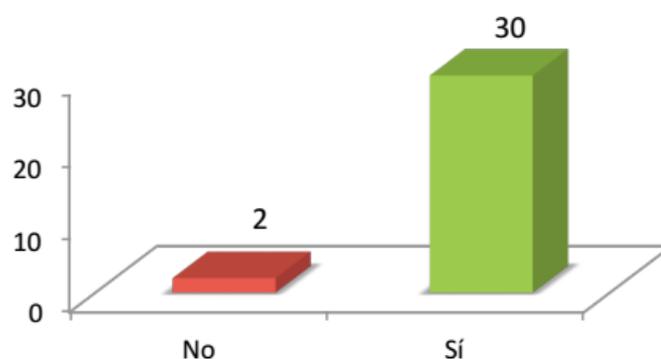
Gráfico 22. Número de salas que cuentan con base de datos de sus públicos



**Base de datos.** Listado de públicos con los cuales la sala mantiene contacto de manera directa. Para efectos de este levantamiento de información, la base de datos no incluye aquellos contactos en redes sociales.

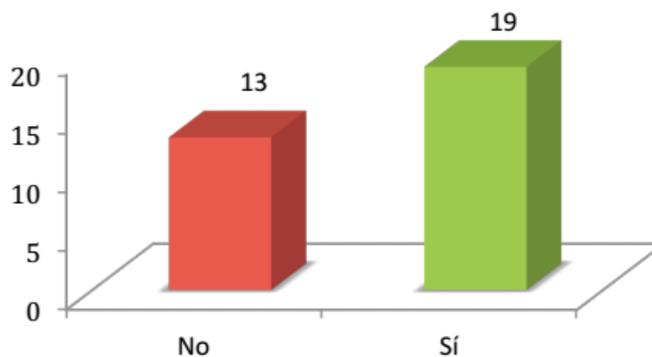
En lo que respecta al sitio web, se observa que 30 de las 32 salas entrevistadas cuentan con un sitio web propio.

Gráfico 23. Número de salas que cuentan con sitio web



De las 32 salas, un 59,3% cuentan con un encargado exclusivo del área de difusión. Con esto, nos referimos a personal que trabaje en la sala de manera exclusiva en el ámbito de la difusión y las comunicaciones, independiente de que no tenga formación profesional en este rubro.

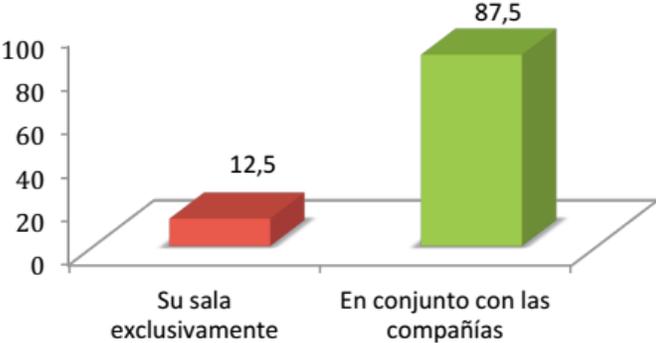
Gráfico 24. Número de salas que cuentan con personal de difusión





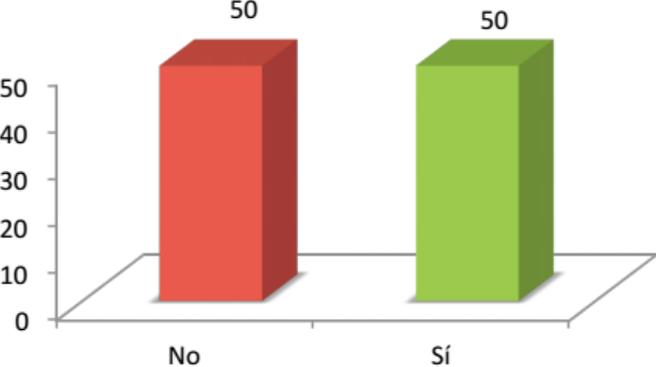
A pesar de que la mayoría de las salas cuenta con un encargado de difusión, un 87,5% de estas señala realizar la difusión de los montajes de manera conjunta con las compañías o agrupaciones artísticas que acogen.

Gráfico 25. Porcentaje de salas según modalidad de difusión



En término de estrategias de asociación en el ámbito del marketing y la difusión, se observa que el 50% de las salas cuenta con un convenio de *media partner*. Como *media partner*, se entenderá un vínculo asociativo con algún medio de prensa o difusión que involucre, además de un canje publicitario, un compromiso de entrega de contenidos.

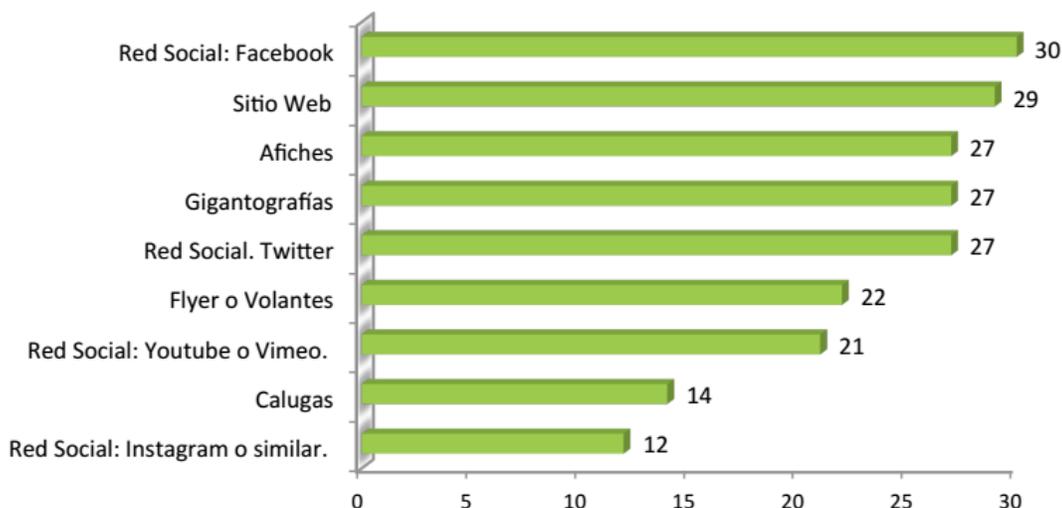
Gráfico 26. Porcentaje de salas que poseen *media partner*



El Gráfico 27, da cuenta del número de salas que utilizan determinadas plataformas de difusión. Entre estas plataformas, destaca el uso de las redes sociales Facebook y Twitter, así como también el sitio web de las salas. También resultan relevantes el uso de estrategias tales como la difusión a través de afiches o gigantografías.



Gráfico 27. Número de salas que utilizan determinadas plataformas de difusión

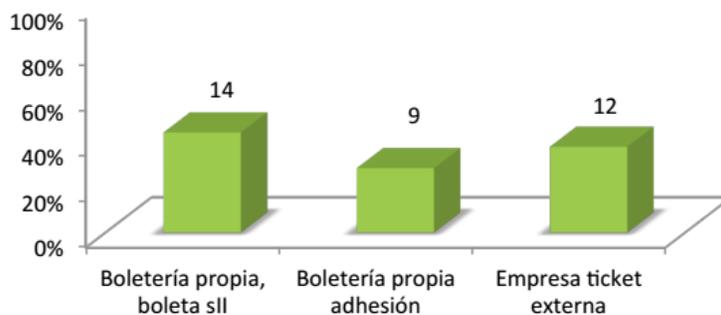


**Calugas.** Nombre que las salas utilizan para referirse a los insertos publicitarios en los diarios. Usualmente estos insertos se ubican cercanos a la sección cartelera.

### b. Sistemas de venta de entradas

Tal como se observa en el siguiente gráfico, 14 de las 32 salas encuestadas utilizan un sistema de boletería propia con boleta del Servicio de Impuestos Internos. Por otra parte, 12 salas del total utilizan una empresa externa para la venta de tickets. Es importante aclarar que en algunos espacios pueden convivir dos sistemas de venta.

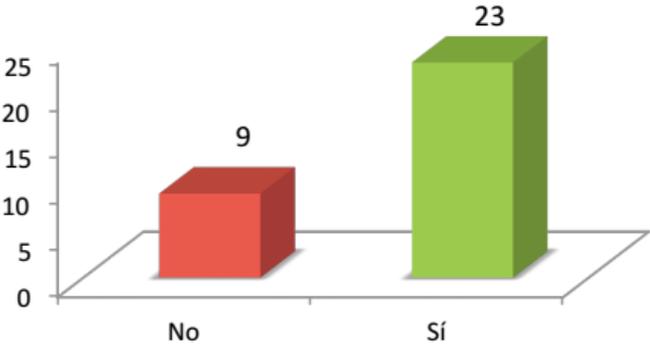
Gráfico 28. Número de salas según sistema de venta de tickets





El Gráfico 29 da cuenta de que la mayoría de las salas, concretamente 23 de las 32, ofrece a los públicos algún mecanismo de reserva de entradas, ya sea a través del correo electrónico, sitio web o vía telefónica.

Gráfico 29. Número de salas que cuentan con sistema de reserva



Respecto a las formas de pago, el efectivo es el modo más extendido entre las salas de teatro. El 46,9% de las salas ofrece venta online, y la venta de tickets a través de tarjetas del sistema Redbanc se observa en el 40,6% de las salas encuestadas.

Gráfico 30. Número de salas según forma de pago

