

**Teatro Nacional Argentino —  
Teatro Cervantes**  
**Estudio de caracterización  
de público 2017**

# Estudio de caracterización de público 2017

---

Coordinación:

*Sonia Jaroslavsky – Ana Durán*

Asistencia de Coordinación:

*Brenda Lucía Carlini*

Asesoramiento, instrumentos y análisis:

*Lic. Bianca Musante – Lic. Valeria Chorny*

Procesamiento y análisis:

*Rubén Ballester*

Encuestadoras/es:

*Rubén Ballester, Claudia Bravo, Alicia Briel, Brenda Carlini, Eduardo Contreras, Ana Durán, Andrea Gorrini, Sonia Jaroslavsky, Diana Mangialavori, Mercedes Sosa.*

Fotos:

*Ailén Garelli, Mauricio Cáceres, Gustavo Gorrini.*

Marzo de 2018

# Índice

Introducción	4
Estudiar los públicos	5
Síntesis de los resultados del estudio de caracterización de públicos	6
Bloque 1: Perfil sociodemográfico de los asistentes al TNA-TC 2017	8
Bloque 2: Relación de los asistentes con el TNA-TC	16
Bloque 3: Participación y tiempo libre	20
Resumen Estudio de satisfacción del TNA-TC	23

# Introducción

Pensar un teatro nacional, desde la perspectiva de los estudios de públicos, implicó desde un principio desarmar y complejizar justamente esa noción: la de “público”. ¿Quiénes vienen al TNA-TC? ¿Qué esperan de su programación, de las propuestas que pensamos para ellos, de la gente que conforma esta estructura y que trabaja para poner en funcionamiento nuestras prácticas teatrales contemporáneas? ¿Percibió algún cambio de paradigma entre el propuesto hasta 2016 y el actual? De alguna manera, dadas algunas acciones que podemos llamar “exitosas” en cuanto a la convocatoria de públicos, sospechamos que el “teatro-reflejo del presente” o “teatro reloj” que adelante lo que vendrá, está calando en el imaginario de gran parte de los espectadores que eran habitués del Teatro, en otros jóvenes que no lo tenían como referente, pero sobre todo –y de eso nos sentimos muy orgullosos– de muchos que llegan a esta sala por primera vez solxs, con amigxs o directamente con grupos de pertenencia barrial, social, de género, educativo, etc.

Esta publicación se propone también como una puesta al día que ya se está haciendo en otras capitales del mundo: un estudio lo más exhaustivo posible con recorte por edades, lugares de origen, género, nivel educativo, etc., con la expectativa de sostenerlo en el tiempo para comprender cómo es el vínculo entre propuesta artística y espectadores, una relación imposible de separar. Y también para evaluar de qué manera los cambios de hábitos en estas sociedades multipantallas y centradas en la subjetividad mediática interfieren, modifican o directamente cambian el acercamiento de los públicos a las artes escénicas. En eso pensábamos cuando creamos el Área Gestión de Públicos como un laboratorio de investigación, indagación y usina de acciones. Los bienvenimos a esta primera publicación del estudio de públicos del TNA-TC 2017, con la expectativa de que sea de mucha utilidad también para los lectores.

*Alejandro Tantanian*  
Director General  
TNA - TC

# Estudiar los públicos

La elaboración de los estudios de públicos fue el primer paso para pensar las acciones a desarrollar en el TNA-TC en una nueva Área de Gestión de Públicos en el 2017.

A mediados del 2016 en la etapa de transición hacia el ingreso de Alejandro Tantanian como Director Artístico de la institución se llevó a cabo un estudio de públicos inédito para el teatro con el fin de relevar datos básicos de los asistentes, como edad, profesión, lugar de origen y residencia, hábitos de consumos culturales, etc. Con esos antecedentes se elaboró el perfil con el que se trabajaría desde la nueva área. La Misión y la Visión quedaron expresadas del siguiente modo: acercar al Teatro Nacional Cervantes a los diferentes grupos que integran nuestra comunidad –con especial atención en los jóvenes, familia y en los nuevos espectadores– a través de diferentes acciones y estrategias sectorizadas, personalizadas y artesanales. Este estudio fue antesala de lo que sería la conformación de este espacio de estudio e investigación sociológica en Gestión de Públicos.

Los estudios de públicos en organismos culturales estatales necesitan un tipo de información más específica que la producida en las estadísticas nacionales. Se conformó la sub-área con el personal que ya venía desarrollando un trabajo muy interesante en Estadísticas y se sumó el asesoramiento de especialistas en Sociología buscando sistematizar y asentar este espacio de desarrollo de estudios.

Para el primer año nos pusimos como objetivo la realización de un relevamiento de datos sobre caracterización del público que asiste al teatro. Se buscó conocer el perfil de los usuarios en términos de asistencia al teatro, consumos culturales, medios de comunicación por los que se informan y datos personales. El estudio se puso en práctica con resultados muy positivos según los objetivos de la gestión demostrando la baja etaria en el perfil de los asistentes respecto del estudio del 2016. También se realizó un estudio específico de caracterización de públicos de familias y un estudio de satisfacción de los espectadores que indagó en aspectos edilicios, de accesibilidad, de interés en la programación, apreciación de la comunicación del teatro, merchandising, publicaciones, comodidad de las salas, sistema de localidades, etc. Además, desde Educación habitualmente se realizan encuestas e informes pedagógicos de cada una de las acciones.

De esta manera se espera, no sólo hacer un seguimiento de la evolución del público en estos tiempos mediatizados, sino además testear las acciones y estrategias que tienen al Área Gestión de Públicos como un laboratorio de experiencias.

*Ana Durán y Sonia Jaroslavsky*  
Coordinadoras Área Gestión de Públicos

# Síntesis de los resultados del estudio "Caracterización de públicos"

Desde el Teatro Nacional Argentino - Teatro Cervantes (en adelante TNA-TC) estamos interesados en **conocer el perfil del público asistente a las funciones de los espectáculos presentados por el teatro durante 2017, con el objetivo de mejorar las estrategias de difusión y ampliar y diversificar el público general.**

En este sentido, se buscó caracterizar a los espectadores en términos de su perfil sociodemográfico (edad, género, zona de residencia, nivel educativo, perfil ocupacional, composición del hogar) y de su relación con el TNA-TC y con otro tipo de actividades culturales y de ocio.

El presente documento es el resumen de los resultados obtenidos a través de una **encuesta presencial** realizada a los espectadores del TNA-TC durante los meses de abril a noviembre de 2017, que alcanzó los **480 casos** encuestados.

De acuerdo con el objetivo –caracterización de públicos– se propuso realizar una **encuesta a través de un cuestionario cerrado**. Este instrumento permite relevar de manera sistemática información para luego analizar los datos en función de describir, caracterizar y explicar las principales características del público que asiste al TNA-TC.

## El público asistente está compuesto en su mayoría por mujeres de 30 a 44 años con niveles educativos altos.

Los principales resultados muestran que el perfil de los asistentes a las actividades del TNA-TC en 2017 estuvo compuesto mayoritariamente por **mujeres** (68%) en el rango etario de **30 a 44 años** (40%). Asimismo, hay una fuerte presencia de personas con **niveles educativos altos** (91% tienen como máximo nivel educativo universitario incompleto o más), **trabajadores/as** (80% empleados o trabajadores independientes) y **residentes en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires** (82%), **en particular en la zona centro** (dentro de la CABA representan el 59%). A su vez, hay una importante concurrencia de personas que se desempeñan **en ámbitos laborales o de estudio relacionados con el arte y el ámbito creativo.**

---

En relación con el estudio realizado en 2016 comparativamente hubo un aumento de la franja de 30 a 44 años disminuyendo la franja de 60 años en adelante. En 2016 el 44% tenía de 60 años en adelante y el 19 % estaba en la franja de 45/59 años, mientras que la de 30 a 44 años estaba en el 23 %.

---

En términos de la relación que tienen los asistentes con el TNA-TC se destaca que **el principal motivo por el que los asistentes concurren al teatro durante el 2017 fue por el tema o contenido de la obra** (57%). Asimismo, **el 86% de los asistentes**

**concurrieron al teatro acompañados por alguien** (siendo la mayor frecuencia la asistencia con amigos: 45%).

Otro dato importante a destacar es que **el 83% ya había asistido al teatro con anterioridad**, de los cuales un 13% señaló una asistencia con frecuencia mensual de lo cual se deduce que la mayoría del público del TNA-TC está altamente fidelizado.

Finalmente, **los asistentes al TNA-TC muestran altos porcentajes de participación en actividades culturales**: el 88% asistió en el último año al cine o teatro, 76% a exposiciones o muestras, el 68% a conciertos o shows musicales, entre las principales.

**Casi la totalidad de los encuestados (98%) se informa por algún medio de difusión acerca de actividades culturales en general**. En los medios elegidos predominan los digitales: 31% páginas web y en segundo lugar, el diario en papel (21%) y el boca en boca a través de amigos o familiares (21%).

## Caracterización del “público familiar”

Para conocer el público que asistió a **espectáculos infantiles/familiares** se realizó un relevamiento particular durante las vacaciones de invierno. Se alcanzó una totalidad de 388 casos a los que se les aplicó el mismo cuestionario. Aquí se pudo ver que las características se mantienen respecto del público general, pero con **aún mayor presencia de mujeres (81%), y con mayor modalidad de asistencia en familia**. Los datos obtenidos se presentan en una sección aparte.

# BLOQUE 1

## Perfil sociodemográfico de los asistentes al TNA-TC en 2017



En este primer bloque se presentan los principales datos que dan cuenta de los perfiles sociodemográficos de las personas que asistieron al TNA-TC en 2017, en términos de: género, edad, lugar de residencia, composición de los hogares, nivel educativo y perfil ocupacional.

### Perfil sociodemográfico del público general

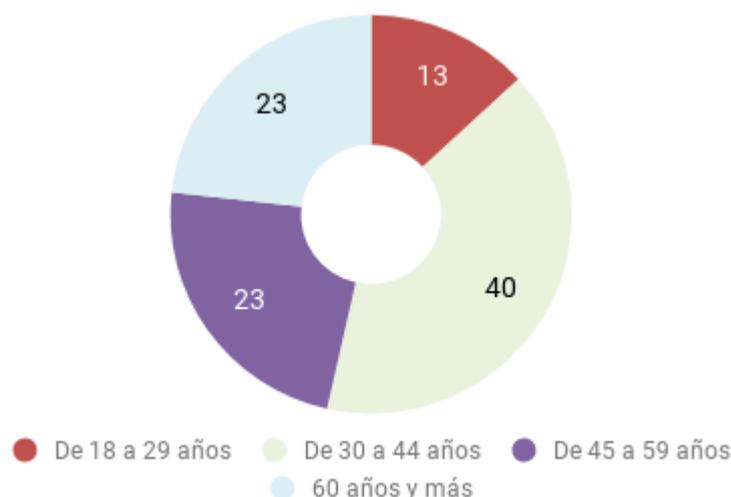
Gráfico 1: Asistentes al TNA-TC en 2017, según género. En porcentajes



Fuente: Elaboración propia en base a encuesta sobre 480 casos.

De acuerdo con estos resultados, se observa una **composición mayoritariamente femenina** de los espectadores del TNA-TC dado que representan al 68%, mientras que los varones que asistieron a alguna actividad en el teatro fueron el 32%.

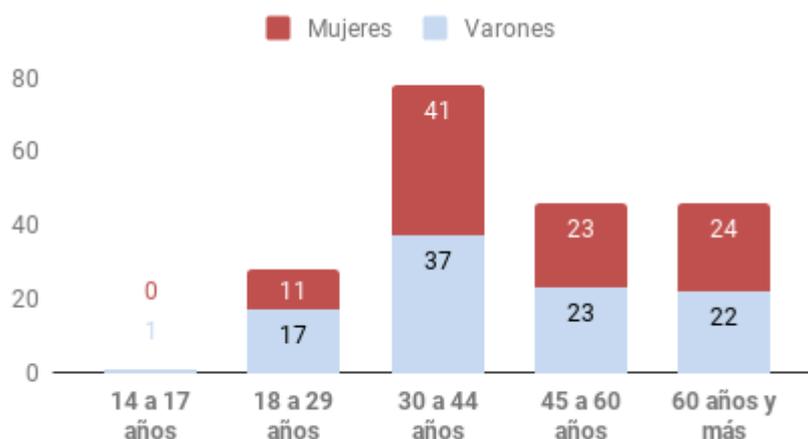
**Gráfico 2: Asistentes al TNA-TC en 2017, según edad en grandes grupos. En porcentajes**



Fuente: Elaboración propia en base a encuesta sobre 480 casos.

Como se observa en el gráfico 2, el público del TNA-TC en el 2017 se caracterizó principalmente por tener **30 o más años (el 87% de los casos)**, de los cuales el 40% tiene entre 30 años y 45 años, el 23% entre 45 y 59 años y el 23%, 60 años y más. El promedio de edad de los asistentes se ubicó en los **45 años**.

**Gráfico 3: Asistentes al TNA-TC según edad y género. En porcentajes**



Fuente: Elaboración propia en base a encuesta sobre 480 casos.

La distribución de los grupos por edad y género de los espectadores da cuenta de que en todos los grupos de 18 años o más son las mujeres quienes presentan mayores porcentajes frente a sus pares etarios varones.

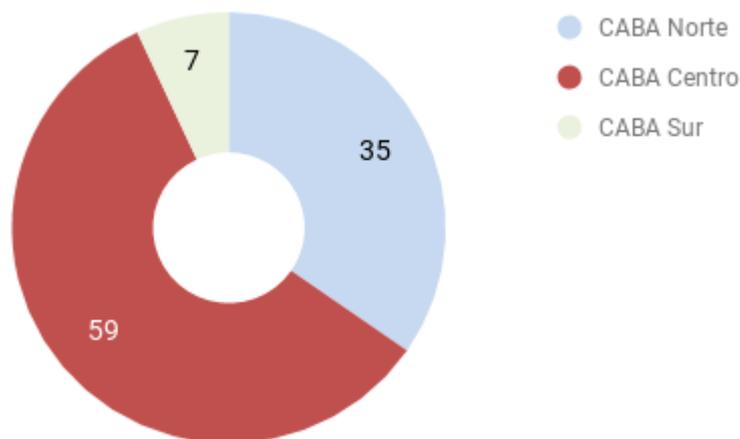
Por otro lado, en cuanto al lugar de residencia, tal como se observa en el siguiente gráfico, el **82% del público que concurrió durante el 2017 reside en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (CABA)** mientras que un 17% provino de la provincia de Buenos Aires y solo el 1% reside en otras provincias de Argentina.

Gráfico 4: Asistentes al TNA-TC según lugar de residencia en 2017. En porcentajes



Si se desglosan los datos de los asistentes que residen en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires según barrios y se los agrupa por región, se puede observar la siguiente distribución:

Gráfico 5: Asistentes al TNA-TC con residencia en CABA según zona en 2017. En porcentajes



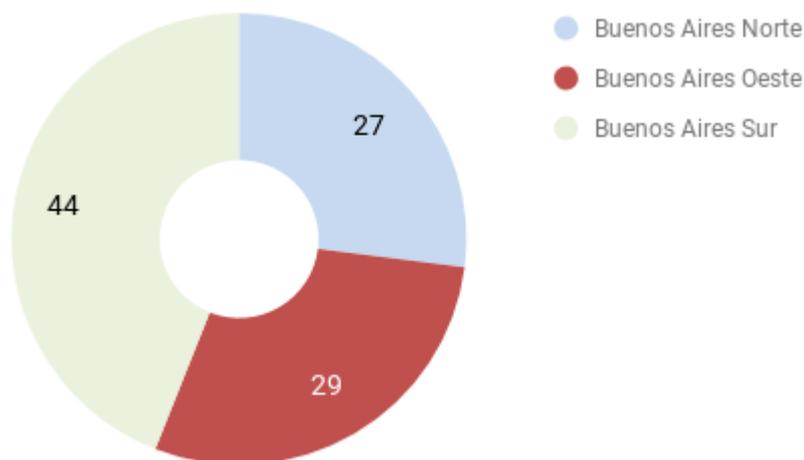
Fuente: Elaboración propia en base a encuesta sobre 480 casos.

Como se advierte en el gráfico 5, **el 59% del público del TNA-TC que reside en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires proviene de la zona centro**. Por su parte, el 35% habita en la zona norte y solo el 7% en la zona sur de la Ciudad de Buenos Aires.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Se toma la siguiente clasificación de las regiones de la CABA de acuerdo con las propias categorías del Gobierno de la Ciudad: **Norte CABA**: Recoleta, Belgrano, Nuñez, Colegiales, Palermo. **Centro CABA**: Retiro, San Nicolás, Montserrat, Constitución, San Telmo, Puerto Madero, Balvanera, San Cristóbal, Almagro, Boedo, Caballito, Flores, Parque Chacabuco, Villa Devoto, Villa del Parque, Villa Santa Rita, Villa General Mitre, Saavedra, Coghlan, Villa Urquiza, Villa Pueyrredón, Agronomía, Parque Chas, Villa Ortúzar, La Paternal, Chacarita, Villa Crespo. **Sur CABA**: La Boca, Barracas, Parque Patricios, Nueva Pompeya, Villa Soldati, Villa Lugano, Villa Riachuelo, Parque Avellaneda, Mataderos, Liniers, Villa Real, Versalles, Monte Castro, Villa Luro, Vélez Sarsfield, Floresta.

De los datos anteriores se desprende, entonces, que en mayor medida el público asistente al TNA-TC reside relativamente cerca del Teatro.

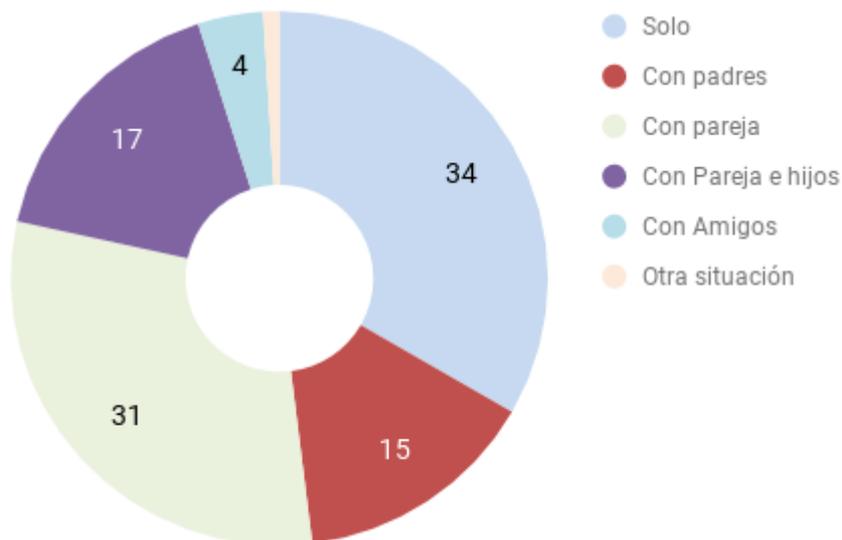
**Gráfico 6: Asistentes al TNA-TC con residencia en el Gran Buenos Aires según zona en 2017. En porcentajes**



Fuente: Elaboración propia en base a encuesta sobre 480 casos.

En cuanto a los asistentes que viven en el conurbano bonaerense, la mayoría provienen de la **zona sur**, representando al **44% de los casos**. Mientras que de la zona oeste provino el 29% de quienes habitan en esta provincia y de la zona norte el 27%.<sup>2</sup>

**Gráfico 7: Composición de los hogares de los asistentes al TNA-TC en 2017. En porcentajes**



Fuente: Elaboración propia en base a encuesta sobre 480 casos.

2. Se toma la siguiente clasificación de las regiones del Conurbano Bonaerense:

Zona Norte: Vicente López, San Isidro, San Fernando, Tigre, General San Martín, San Miguel, José C. Paz, Malvinas Argentinas y Pilar.

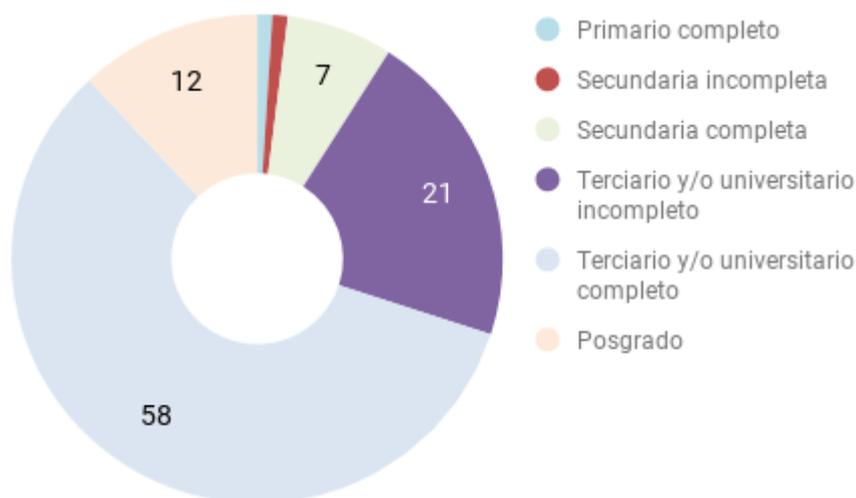
Zona Sur: Avellaneda, Quilmes, Berazategui, Florencio Varela, Lanús, Lomas de Zamora, Almirante Brown, Esteban Echeverría, Ezeiza, Presidente Perón y San Vicente.

Zona Oeste: La Matanza, Merlo, Moreno, Morón, Gral. Rodríguez, Marcos Paz, Hurlingham, Ituzaingó y Tres de Febrero.

## La mayor parte del público que asiste al TNA-TC durante el 2017 vive solo

Con respecto a la composición de sus hogares, la **mayoría del público asistente al TNA-TC durante el 2017 vive solo (34%)**, mientras que el 31% comparte su vida en pareja, el 17% con su pareja e hijos y el 15% restante con sus padres.

Gráfico 8: Asistentes al TNA-TC en 2017, según máximo nivel educativo alcanzado. En porcentajes

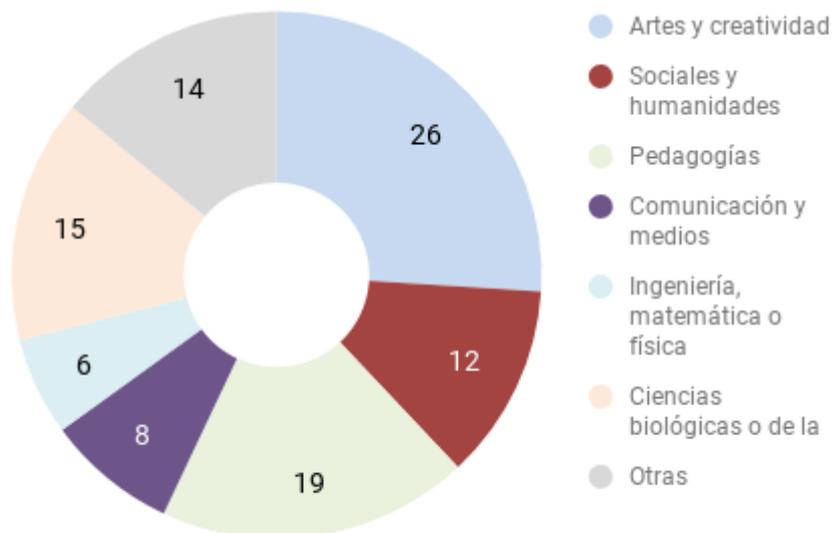


Fuente: Elaboración propia en base a encuesta sobre 480 casos.

## Casi la totalidad de los asistentes al TNA-TC tienen niveles educativos altos: terciarios o universitarios

En cuanto al nivel educativo de los espectadores, se observa que **casi la totalidad de los casos poseen niveles educativos altos**: 12% alcanzó el nivel de posgrado completo; la mayor parte, el 58%, tienen título universitario o terciario y el 21% universitario incompleto. Por su parte, el 7% restante tiene secundario completo y solo un 2% no alcanzó este nivel.

**Gráfico 10: Asistentes al TNA-TC según área laboral o de estudios. En porcentajes**

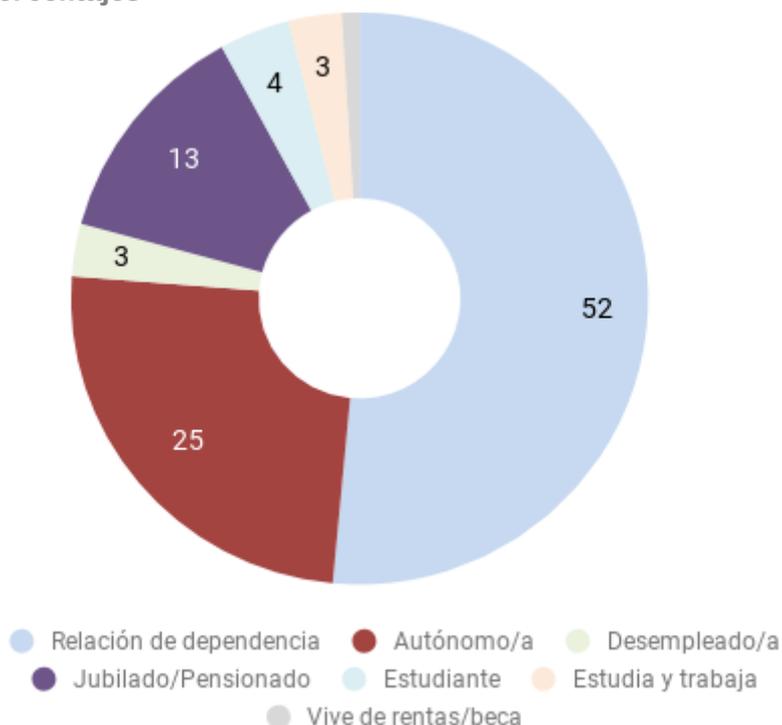


Fuente: Elaboración propia en base a encuesta sobre 480 casos.

De acuerdo con el gráfico 9, se advierte que **el 52% de los asistentes al teatro se encontraba empleado/a en relación de dependencia** al momento de asistir a la actividad. En tanto que un 25% corresponde a trabajadores independientes y un 13% a personas jubiladas o pensionadas. Finalmente, un 4% se encontraba solamente estudiando y un 3% declaró que estaba estudiando y trabajando a la vez.

Es decir que un **80% de las personas que asistieron al TNA-TC en 2017 se encontraba trabajando**, más allá de la modalidad (relación de dependencia o autónomo).

**Gráfico 9: Asistentes al TNA-TC según perfil ocupacional. En porcentajes**



Fuente: Elaboración propia en base a encuesta sobre 480 casos.

Según el gráfico 10, se observa que el área donde se desempeñan -ya sea como estudiantes o como trabajadores- los asistentes del TNA-TC pertenecen en primer lugar a las **artes y las carreras del ámbito creativo (26%)**, en segundo lugar se encuentran las pedagógicas o docencia (19%) y le siguen el área de ciencias biológicas y salud (15%) y luego las sociales y humanas (12%). Comunicación y medios (8%) e ingeniería, matemática o física (6%), concentran menor cantidad de casos.

Dentro del 14% que respondió otras categorías no explicitadas en el cuestionario, se observa con mayor importancia la presencia de personas con formación y empleo en el ámbito del derecho, así como también trabajadores/as administrativos/as y del comercio, entre otros.

Es decir que el perfil de asistentes al TNA-TC está compuesto en gran medida por personas vinculadas al ámbito artístico y con un elevado nivel educativo.

**El perfil del público que asiste al TNA-TC está compuesto en gran medida por personas vinculadas al ámbito artístico y con un elevado nivel educativo.**



## Perfil sociodemográfico del público familiar

El público asistente al TNA-TC para los espectáculos para toda la familia es en su gran mayoría femenino, al igual que el público general. Sin embargo, la proporción de mujeres es mayor, registrándose un **81% de mujeres asistentes** contra un 68% de mujeres en el público general, en tanto que solo un 18% son varones. Al tratarse de actividades de familia y en un contexto en el cual todavía son las mujeres las que se relacionan mayoritariamente con las tareas de cuidado, se observa una mayor presencia de ellas en estos espectáculos.

En cuanto a las edades, las características son similares a las del público general: el 56% de los asistentes es menor de 44 años, siendo el 25% de 45 a 59 años y el 19% mayor de 60 años.

Acerca de la residencia, al igual que el público general, la mayoría (69%) habita en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Sin embargo, los datos muestran una mayor presencia de público proveniente de la Provincia de Buenos Aires (28%) del público general, donde la presencia fue de un 17%. Esto se puede explicar teniendo en cuenta que las funciones se realizaron mayoritariamente en vacaciones de invierno, el alcance es más amplio y hay mayores posibilidades de trasladarse desde más lejos. Para los residentes en la CABA, también hay una presencia un poco mayor de residentes en la zona Sur (15%).

Con respecto a la composición de los hogares de los asistentes al TNA-TC en los espectáculos familiares, como es de esperar, en su mayoría (84%), conforman un grupo familiar: un 70% vive con pareja e hijos, en pareja lo hace el 11% y un 3% con los padres, en tanto que el 15% de los encuestados vive solo. En cambio, en el público general se observó mayor presencia de público que vive solo (34%) y en pareja (31%).

En cuanto al nivel educativo de los espectadores, se observa que al igual que en el análisis del público general, **casi la totalidad de los casos poseen niveles educativos altos**: el 90% de los asistentes ha pasado por la Universidad y/o estudios terciarios.

En cuanto al perfil ocupacional, el comportamiento es similar al del público general: en su mayoría personas empleadas y que se desempeñan en el ámbito de las artes, sociales y humanidades, pedagogía, comunicación y medios.

# BLOQUE 2

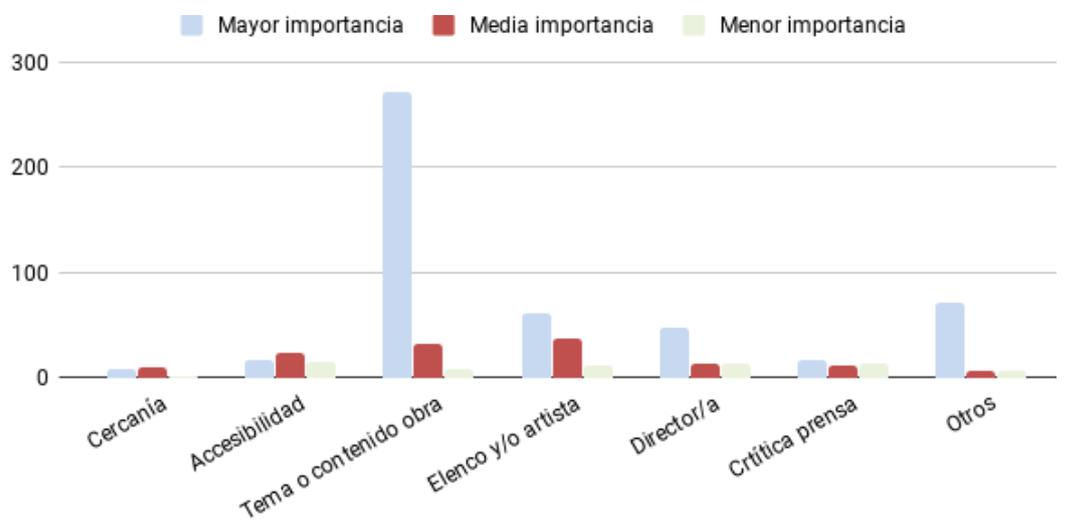
## Relación de los asistentes con el TNA-TC



En este segundo bloque se presentan los principales resultados referidos a la relación que tienen las personas que asistieron en 2017 con el TNA-TC en cuanto a los siguientes aspectos: motivación por la cual decidieron asistir, frecuencia y forma de asistencia al TNA-TC.

### Relación del público general con el TNA-TC

Gráfico 11: Motivación para la asistencia al TNA-TC en 2017 según nivel de importancia



Fuente: Elaboración propia en base a encuesta sobre 697 respuestas.

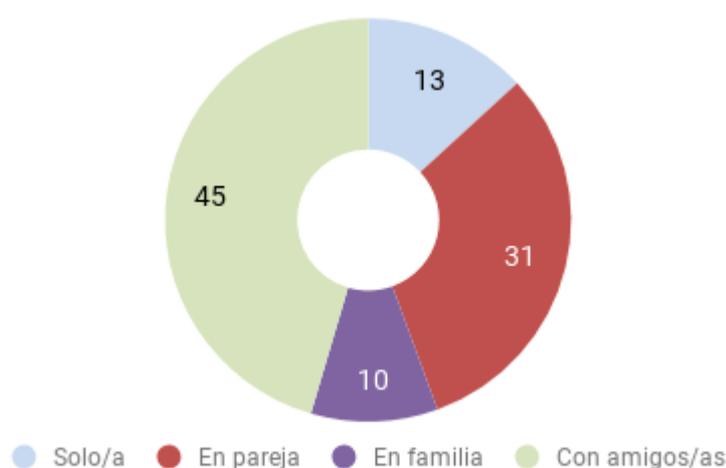
Dentro de las motivaciones relevadas, más de la mitad de los encuestados (57%) señaló que el principal motivo por el que concurrió al TNA-TC estuvo vinculado **al tema o contenido de la obra**. En segundo lugar **al elenco y/o artistas invitados** (13%) y luego al el/la director/a (10%). En menor medida refirieron como motivo principal a la crítica de la prensa (4%) o la accesibilidad económica (4%).

Como segundo motivo por el que eligió concurrir al teatro se encuentran el elenco y artistas invitados/as (28%), por el tema o contenido de la obra (24%), **por la accesibilidad económica de las entradas** (17%) y por el director (10%).

El tercer motivo más mencionado fue la accesibilidad económica de las entradas (22%).

Entre otras de las motivaciones se destaca la respuesta que refiere a que los espectadores fueron invitados/as por alguien.

**Gráfico 12: Asistentes al TNA-TC según forma de concurrencia (con quién vino). En porcentajes**

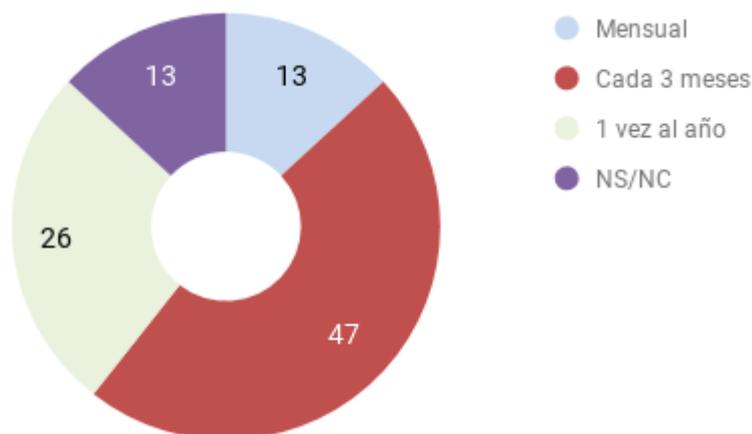


Fuente: Elaboración propia en base a encuesta sobre 480 casos.

Al consultar sobre la forma de concurrencia, como se desprende del Gráfico 12, **la mayor parte de los asistentes (86%) al TNA-TC en 2017 indicó haber asistido en compañía de alguien**. Mientras que sólo un 13% asistió solo/a.

Quienes asistieron acompañados, lo hicieron en mayor medida con **amigos (45%)**, luego en pareja (31%) o finalmente junto con otros miembros de la familia (10%).

**Gráfico 13: Asistentes al TNA-TC según frecuencia de asistencia. En porcentajes**



Fuente: Elaboración propia en base a encuesta sobre 480 casos.

Durante el 2017, **el 17% de los encuestados refirió que asistió al TNA-TC por primera vez.**

Por su parte, **el 83% ya había asistido con anterioridad.** Es decir que en su mayoría se trata de público que conocía el Teatro y decidió volver.

**De este "público habitual" un 37% tienen entre 30 y 44 años: se trata mayoritariamente de un público adulto-joven.** El 25% tiene 60 años o más y el 24% tiene entre 45 y 60 años. Asimismo, del público habitual la menor proporción está entre los más jóvenes, de 18 a 29 años, con el 13% de los casos.

El público considerado habitual o fidelizado, presenta en su mayoría, una frecuencia de **asistencia de una vez cada tres meses al TNA-TC (47%).** Mientras que el 26% refirió que asiste aproximadamente una vez al año.

Hay un público todavía más cercano que tiene un alto nivel de participación en las actividades del teatro y está representado por un **13% de los encuestados, que señaló una asistencia con frecuencia mensual.**



## Relación del público familiar con el TNA-TC

Dentro de las motivaciones relevadas en el público de familias, el 31% señaló que el principal motivo por el que concurrió al TNA-TC estuvo vinculado **al tema o contenido de la obra**, a diferencia del público general donde el porcentaje ascendió al 57%.

Otros factores importantes en la decisión de asistir al TNA -TC fueron los elencos o artistas invitados (17%) y la crítica de la obra (8%). En otras motivaciones se destaca la de ser invitados/as por alguien. Asimismo, como segundo y tercer motivo de importancia para la asistencia al teatro, aparece la accesibilidad económica (22% y 23% de los casos respectivamente).

En cuanto a la forma de concurrencia, **la mayor parte (98%) de los encuestados en las actividades de referencia indicó haber asistido en compañía de alguien**. Esto es aún mayor que para el público general y se relaciona con el tipo de actividad, donde mayoritariamente se concurre en familia (86%).

Por su parte, las actividades familiares presentaron una menor cantidad de público habitual o fidelizado: **el 64%**, mientras que en el público general el 83% ya había asistido con anterioridad. Es decir que si bien en su mayoría se trata de público que conocía el Teatro y decidió volver, en estas actividades esta situación se da en un porcentaje menor. Esto podría relacionarse con que se trata de actividades fuera de la rutina, en una época particular de vacaciones de invierno y donde muchas personas que no suelen realizar salidas de este tipo, buscan hacerlo por la disponibilidad de tiempo y/o la accesibilidad económica.

De este público habitual, aparece un importante porcentaje que tiene un muy alto nivel de participación en las actividades del teatro: **un 37% de los encuestados señaló una asistencia con frecuencia mensual**.

# BLOQUE 3

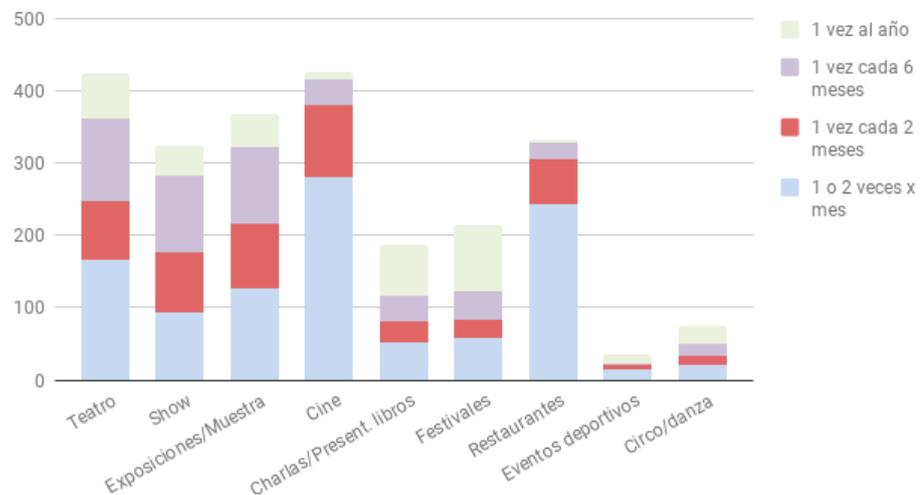
## Participación y tiempo libre



En este tercer y último bloque se presentan los principales resultados en cuanto al vínculo con otro tipo de actividades culturales de los espectadores que asistieron al TNA-TC en 2017. Asimismo, se releva información respecto de los medios por los que se informan de estas actividades, entre otras cuestiones.

### Participación y tiempo libre del público general

**Gráfico 14: Participación en otras actividades de los asistentes al TNA-TC en 2017, según frecuencia.**



Fuente: Elaboración propia en base a encuesta sobre 480 casos.

La información relevada en la encuesta respecto de otras salidas de las personas que asistieron al TNA-TC en 2017 arroja los siguientes datos.

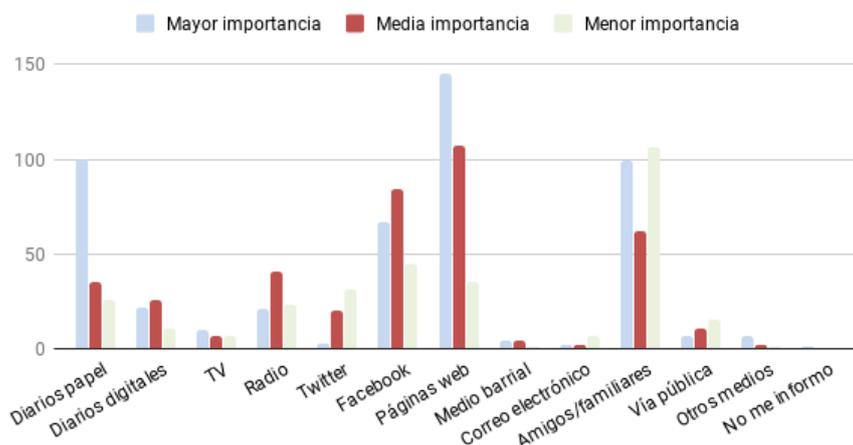
El **88% de los casos asistió en el último año al cine o al teatro** (35% al menos una vez por mes al teatro y 58% al menos una vez por mes al cine), el 76% a exposiciones o muestras, el 68% a conciertos o shows musicales, el 44% a festivales y el 39% a charlas o presentaciones de libros. Esto da cuenta de que se trata de un público que, además de su visita al TNA-TC, tiene un **importante nivel de participación en otro tipo de actividades culturales**.

El **40% de los asistentes al TNA-TC en 2017 había concurrido, además, en el último año a por lo menos un evento cultural de cada uno de los relevados** (es decir que fueron a otros teatros, al cine, a conciertos, a exposiciones o muestras, a festivales, a presentaciones de libros y a actividades de danza o circenses). Por lo tanto, es un **público con alta participación en eventos culturales**.

Por otra parte, sólo un 8% asistió a eventos deportivos, lo cual reafirma la idea de que se trata de un público con un perfil más vinculado a lo cultural que a otro tipo de actividades de ocio y tiempo libre.

En cuanto a otro tipo de salidas, el 70% asistió en el último año a **restaurantes y/o bares**. De este grupo, el **51% declaró que lo hace con una frecuencia mensual** y el 13% una vez cada dos meses.

**Gráfico 15: Medios por los que se informan de salidas culturales los asistentes al TNA-TC en 2017.**



Fuente: Elaboración propia en base a encuesta sobre 1.197 respuestas.

El último gráfico presenta la información acerca de los medios por los que se informa el público del TNA-TC en 2017 sobre las salidas culturales.

En primer término los datos muestran que se trata de un **público que se informa por algún medio de comunicación**, ya que casi la totalidad de los encuestados respondió que así lo hace (solamente un 2% respondió que no se informa sobre salidas culturales).

Sobre los medios elegidos, **predominan los digitales (páginas web y redes sociales como Facebook en primer lugar y Twitter en segundo lugar)**. Aunque también tiene importancia el "boca a boca" de amigos y "familiares" y aún continúa vigente la información a través de los diarios en papel más que en las versiones online. Poco peso tienen la vía pública, la televisión, el correo electrónico y los medios barriales.



## Participación y tiempo libre del público familiar

Respecto del público familiar y la participación en otras actividades culturales observamos que se trata de **un público con un perfil más caracterizado por la asistencia a actividades como el cine, teatro, shows de música/conciertos y restaurantes**. En efecto, la concurrencia al cine 1 o 2 veces por semana alcanza al 44% de los asistentes y al 75% si consideramos la asistencia al cine una vez cada dos meses. Por su parte, la asistencia a restaurantes y bares alcanza el 44% y 82% respectivamente. Por el contrario, se observa que el 47% de este público nunca concurrió a eventos deportivos, pero el 43% sí lo hizo a festivales y el 35% a charlas/presentación de libros.

Las páginas web (32%), los diarios en papel (20%), Facebook (19%) y diarios digitales (11%) son los medios de información a los que el público de familias les da más importancia para informarse sobre salidas culturales.

En segundo orden de importancia los datos de la encuesta muestran a la página web liderando también la difusión con un 29% de los casos y Facebook con el 20%. Finalmente, en tercer orden de importancia aparecen también las páginas web (21%) y la difusión a través de amigos y familiares (20%).

# Estudio de satisfacción del TNA-TC



Desde el Teatro Nacional Argentino - Teatro Cervantes estamos interesados en **conocer el índice de satisfacción del público asistente a las funciones de los espectáculos desarrollados por el teatro durante 2017, con el objetivo de mejorar los servicios y oferta brindada al público general.** En este sentido, se buscó evaluar el desempeño del teatro en términos de la/s actividad/es por las que asistió, aspectos de infraestructura, atención, organización, variedad de la oferta, comunicación y los beneficios brindados por el mismo.

Este es el resumen de los resultados obtenidos por medio de una **encuesta enviada por correo electrónico** a los espectadores del TNA-TC que compraron sus entradas a través del sitio [www.alternativateatral.com.ar](http://www.alternativateatral.com.ar) durante el 2017. Se obtuvieron **491 casos** que fueron procesados y sistematizados, presentándose sus principales resultados en este informe.

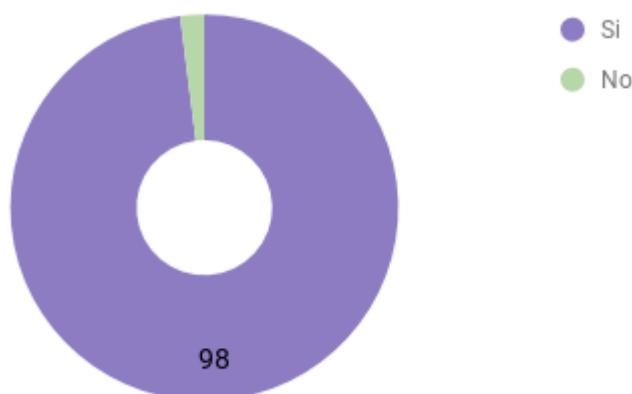
A modo de resumen, los principales resultados indican la siguiente información:

- **Altos porcentajes de satisfacción positiva** (con valoraciones “muy bueno” o “bueno”) con respecto a los servicios brindados por el teatro: alcanzan los mayores porcentajes el precio de las entradas (98%), la satisfacción con la programación o variedad de la oferta (96%) y la puntualidad (95%), seguidos por la limpieza de las instalaciones (94%), la iluminación (92%), acústica (90%), calefacción/refrigeración de la sala (88%) y de la comodidad de las butacas (75%). Respecto a la atención del personal del teatro el 90% en promedio la califica también como muy buena o buena.
- Muy alto nivel de satisfacción general con la experiencia en tanto el **98% de los encuestados volvería a participar de una actividad** y el **99% lo recomendaría** a sus conocidos.

## Satisfacción general

En este último apartado se presentan las respuestas a dos preguntas que permiten relevar el nivel de satisfacción general.

**Gráfico 16: Volvería a participar de una actividad en el TNA-TC.**  
En porcentajes



Fuente: elaboración propia en base a relevamiento por encuestas de 491 respuestas online

El 98% de los encuestados respondió que volvería a participar de una actividad en el TNA-TC, lo que indica un alto nivel de satisfacción con la experiencia.

Al indagar acerca de los motivos, muchas de las respuestas indicadas señalaron el “amor” al Teatro Cervantes, la calidad de su oferta y la relación con el valor de las entradas.

A continuación algunos comentarios textuales que dan cuenta de esto:

*“Amo el Teatro y el Cervantes tiene obras de calidad, con excelentes autores, actores y directores”.*

*“Por selección de contenidos y precios accesibles”.*

*“Buen nivel y entradas accesibles”.*

*“Cada vez que un espectáculo me convoca asisto. Me gusta el teatro y me siento bien en el Cervantes”.*

*“El Teatro Cervantes es un lugar emblemático que siempre vale la pena visitar y disfrutar”.*

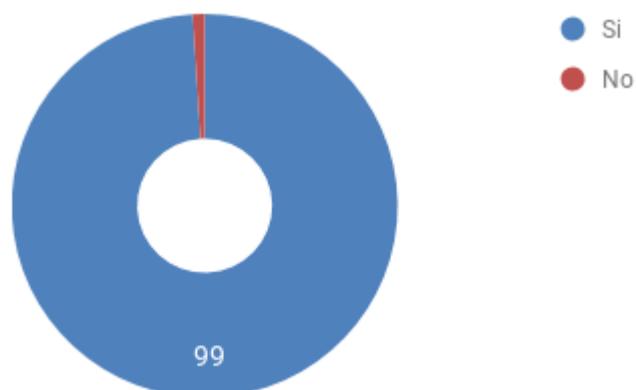
*“Es un teatro del ámbito público, que me enorgullece, y al que quiero respaldar con mi asistencia y recomendación”.*

*“Me gusta fundamentalmente el teatro y observo con gran placer que a partir de este año la programación del Cervantes ha efectuado, en lo que a mí respecta, un salto de calidad en el repertorio elegido”.*

*“Por la belleza del teatro y la buena calidad de espectáculos siempre”.*

En el mismo sentido, la pregunta se complementa con la siguiente acerca de si recomendaría a otras personas participar de actividades en el TNA-TC que, como se observa en el gráfico a continuación, obtuvo un 99% de respuestas afirmativas.

**Gráfico 17: Recomendaría a otras personas participar de actividades en el TNA-TC. En porcentajes**



Fuente: elaboración propia en base a relevamiento por encuestas de 491 respuestas online

Algunas de las respuestas indicadas en las motivaciones a la respuesta de esta pregunta fueron las siguientes:

*“Por su calidad, por su variedad, por su accesibilidad en el costo de las entradas”.*

*“Porque además de ser una joya arquitectónica y ofrecer espectáculos de calidad, tiene tarifas accesibles”.*

*“Porque creo que hay que cuidar y valorar nuestros espacios públicos y lo mejor es participar de ellos”.*

*“Porque el Teatro Cervantes es un emblema nacional y valoro el esfuerzo que se ha hecho para restaurarlo, presentando obras para todo tipo de público”.*

*“Porque la propuesta siempre es de calidad, el lugar con una historia increíble, y una amable y gestión de primer nivel en la obras que traen a escena”.*

*“Porque se trata de producciones de alto nivel”.*

AUTORIDADES NACIONALES  
Presidente de la Nación Ing. *Mauricio Macri*  
Vicepresidenta de la Nación Lic. *Gabriela Michetti*  
Ministro de Cultura de la Nación *Pablo Avelluto*

TEATRO NACIONAL CERVANTES  
Director *Alejandro Tantanian*  
Subdirectora *Luz Blanco*  
Asesoría general y artística *Oria Puppo*

Curaduría *Ariel Farace, Carlos Gamarro, Gabriela Massuh, Oria Puppo, Rubén Szuchmacher*  
Coordinación ejecutiva *Martín Tufró, María Zago*  
Dirección de administración *Ana Belástegui*  
Dirección de producción *Silvina Rodríguez*  
Dirección técnica *Lito Bara*

Coordinación técnica *Valeria Abuin, Guillermo Alfano, Lorena Riafrecha*  
Coordinación escenotécnica *Nélida Beatriz Martínez, Lionel Pastene*  
Coordinación electrotécnica *Daniel Zappietro*  
Coordinación de relaciones institucionales *Dolores Abait*  
Coordinación de recursos humanos *Agustín Cortese*  
Coordinación de asuntos legales *Lucía Gómez Galíndez*  
Gestión de Públicos *Ana Durán, Sonia Jaroslavsky*  
Secretaría general *Gabriel Baigorria, Maximiliano Gallo*  
Jefa de comunicación y prensa *Analia Díaz Figueroa*  
Diseño y comunicación visual *Martín Gorricho, Verónica Duh, Ana Dulce Collados*

# TEATRO NACIONAL ARGENTINO TEATRO CERVANTES

Libertad 815, CABA / Argentina

+ 54 11 4816-4224 / + 54 11 4815-8883 al 6  
info@teatrocervantes.gob.ar  
www.teatrocervantes.gob.ar



Ministerio de Cultura  
**Presidencia  
de la Nación**