UNIVERSIDAD CASA GRANDE

FACULTAD DE COMUNICACIÓN MÓNICA HERRERA

"Estudio Etnográfico de consumos culturales del público asistente a espacios artísticos autogestionados en Guayaquil"

Elaborado por:

MEY LING BODNIZA MAN HING

GRADO

Trabajo de Investigación Formativa previo a la obtención del Título de:

Licenciado en Comunicación Social con mención en Marketing y Gestión Empresarial

DOCENTE INVESTIGADOR

Santiago Toral Reyes

CO-INVESTIGADOR

Ana Belén Ampuero Carrera

Guayaquil – Ecuador / Noviembre 2017

RESUMEN

Para este estudio se realizó una investigación etnográfica sobre las características de consumo del público asistente a siete espacios artísticos seleccionados de Guayaquil: Casa Cino Fabiani, Microteatro GYE, Estudio N, Pop Up Teatro-Café, El Altillo, Teatro del Ángel y La Fábrica. Para su desarrollo se hizo una observación participante en el periodo comprendido del 31 de mayo al 8 de julio del 2017, con el objetivo principal de observar y describir los comportamientos, actitudes, motivaciones y hábitos de consumo de los públicos asistentes a los espacios previamente nombrados.

PALABRAS CLAVE

Cultura, consumos, consumos culturales, industria creativa, industria cultural y entorno ecológico.

ABSTRACT

This study conducts an ethnographic research on the characteristics of consumptions of the attending public to seven selected artistic spaces of the city of Guayaquil. Such as: Casa Cino Fabiani, Microteatro GYE, Studio N, Pop Up Teatro - Cafe, The Altillo, Teatro del Ángel and La Fábrica. For its development a participant observation was made in the period of time from May 31 to July 8, 2017, with the main objective of observing and describing the behaviors, attitudes, motivations and consumption habits of the audience that attended to the spaces previously appointed.

KEY WORDS

Culture, consumption, cultural consumption, creative industry, cultural industry and ecological environment.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN 5
PLANTEAMIENTO DE PROBLEMA 7
JUSTIFICACIÓN 7
ANTECEDENTES 8
REVISIÓN DE LA LITERATURA 22
MARCO CONCEPTUAL 22
CULTURA 22
CONSUMOS CULTURALES 23
INDUSTRIAS CULTURALES E INDUSTRIAS CREATIVAS 28
ESTADO DEL ARTE 32
ESTUDIOS DE CONSUMOS CULTURALES 32
ESTUDIOS DE CONSUMO DE TEATRO 36
ESTUDIOS ETNOGRÁFICOS DE CONSUMO CULTURAL 40
OBJETIVOS 46
OBJETIVO GENERAL 46
OBJETIVOS ESPECÍFICOS 46
METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN 47
ENFOQUE Y TIPO DE INVESTIGACIÓN 47
ENFOQUE ETNOGRÁFICO 48
CATEGORÍAS DE ESTUDIO 48
UNIDAD DE ANÁLISIS 49
MUESTRA 49
CONCEPTUALIZACIÓN DE CATEGORÍAS 50
INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN 52
OBSERVACIÓN PARTICIPANTE 52
REGISTRO DE DATOS 52
CRONOGRAMA DE INVESTIGACIÓN 53
BIBLIOGRAFÍA 137

NOTA INTRODUCTORIA

El trabajo que contiene el presente documento integra el Proyecto Interno de Investigación-Semillero **ESTUDIO COMPARATIVO DE CONSUMOS CULTURALES EN ESPACIOS ARTÍSTICOS AUTOGESTIONADOS DE GUAYAQUIL,** propuesto y dirigido por el Docente Investigador **MILTON SANTIAGO TORAL REYES** acompañado de la Co-investigadora **ANA BELÉN AMPUERO CABRERA,** docentes de la Universidad Casa Grande.

El objetivo del Proyecto Semillero es **DETERMINAR CUÁLES SON LOS ESTILOS DE VIDA, LAS PREFERENCIAS, COMPORTAMIENTOS Y MOTIVACIONES DE LOS ESPECTADORES QUE ASISTEN A CADA UNO DE LOS ESPACIOS CULTURALES AUTOGESTIONADOS DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL: MICROTEATRO GYE, POP UP TEATRO CAFÉ, TEATRO DEL ÁNGEL, LA FÁBRICA, EL ALTILLO, CASA CINO FABIANI Y ESTUDIO N.** El enfoque del Proyecto es **MIXTO (CUANTITATIVO Y CUALITATIVO)** La investigación se realizó en GUAYAQUIL. Las técnicas de investigación que usaron para recoger la información fueron **ENCUESTA, ENTREVISTA A PROFUNDIDAD y ETNOGRAFÍA.**

INTRODUCCIÓN

En los últimos cinco años se han identificado centros culturales que proponen formatos y géneros que antes eran inexistentes en Guayaquil. Se destacan así: Casa Cino Fabiani, Microteatro GYE, Estudio N, Pop Up Teatro – Café y El Altillo que junto al Teatro del Ángel y La Fábrica (ambos activos con más de cinco años) ofrecen teatro de corta duración, proyecciones de cine independiente, espectáculos de danza contemporánea, conciertos de música alternativa, así como también talleres de lecturas, cuentos, danza, teatro y actuación. A excepción del Teatro del ángel que se dedica únicamente al teatro. A diferencia de los espacios artísticos existentes, que manejan formatos convencionales en cuanto a espacio físico, géneros, temáticas y cantidad de espectadores por obra, emergen por el contrario "formatos breves o de ánimo experimental que ganan terreno en Guayaquil y convierten casas y departamentos en pequeñas salas de teatro" (El Comercio, 2015).

La aparición de esta oferta cultural en los nuevos espacios ha causado impacto e interés del público activo de la ciudad de Guayaquil. En estos nuevos formatos de consumo, se evidencia una notable interacción de quienes llevan a cabo el espectáculo con su audiencia, gracias a que cuentan con espacios físicos de menor tamaño, con un número reducido de asistentes por espectáculo, entre otros factores.

Considerando el gran apogeo que tiene esta oferta cultural, surge la necesidad de entender si existen diferentes perfiles de consumidores en los siete espacios artísticos: Teatro del Ángel, Casa Cino Fabiani, La Fábrica, Microteatro, Estudio N, Pop Up Teatro – Café y El Altillo. Se espera conocer hábitos de consumo, actitudes y comportamientos en estos establecimientos a través de una metodología de tipo cualitativa, usando un enfoque etnográfico. Esto debido a que tal como menciona la investigadora Ana Rosas Mantecón "el peso de la etnografía como una herramienta privilegiada permite recoger las vivencias de los sujetos de las transformaciones urbanas así como también realizar lecturas transversales de las prácticas sociales" (Rosas Mantecón, 2012).

A nivel latinoamericano en la última década, autores referentes de la comunicación y la sociología, tales como Rosas Mantecón, Wortman y García Canclini, entre otros, han realizado estudios dedicados al consumo cultural, donde hacen visible la importancia del público como componente del espectáculo artístico, puesto que sin la participación de los espectadores, la ejecución no se podría dar en su totalidad.

Por lo tanto hay que considerar de alto valor al estudio que se busca realizar, para dar un soporte investigativo tanto a los actuales dueños de espacios artísticos como a los futuros emprendedores dentro del campo cultural. También se busca aportar al campo sociológico, con un estudio en consumo cultural a nivel local, supliendo así, de cierta

manera, la carencia de estudios en la ciudad en cuanto a consumo cultural y perfiles de público en espacios artísticos.

PLANTEAMIENTO DE PROBLEMA

En el país, a nivel investigativo no existen estudios que aborden consumos culturales en términos generales. Por lo tanto se carece de información que documente el perfil de consumo del público asistente a los siete espacios artísticos que aquí se incluyen: Pop Up Teatro – Café, Microteatro, Estudio N, El Altillo, Casa Cino Fabiani, La Fábrica y Teatro del Ángel. A través de esta investigación se busca quiénes y cómo son las personas que integran el público de estos espacios.

JUSTIFICACIÓN

Los siete espacios artísticos: Pop Up Teatro– Café, Microteatro GYE, Estudio N, El Altillo, Casa Cino Fabiani, La Fábrica y Teatro del Ángel son claros ejemplos de una oferta cultural que se viene dinamizando y esto se puede evidenciar al considerar que hace menos de diez años la mayoría de estos espacios alternativos no existían y en la última década aparecen para brindar diferentes actividades, entre ellas: teatro de corta duración, proyecciones de cine independiente, espectáculos de danza contemporánea y conciertos de música alternativa, así como también talleres de lecturas, cuentos, danza, teatro y actuación. Estas actividades se comienzan a ofrecer en espacios de menor tamaño, con duración breve por espectáculo y con un número más reducido de público por espectáculo en relación a espacios artísticos tradicionales con formatos más largos y

público por obra más numeroso. A partir de estos factores se identifica una diversificación de productos culturales, que son una clara señal de que existe una formación de diferentes públicos en espacios físicos con otras características (anteriormente señaladas) que no han sido estudiadas. Siendo evidente la carencia de información sobre consumos culturales a nivel local, surge el planteamiento de identificar y entender cuál es el perfil del consumidor que asiste a cada uno de los siete espacios mencionados, y así describir sus hábitos de consumo, actitudes y comportamientos que los caracterizan.

De esta forma este estudio contribuye a suplir la falta de información sobre consumos culturales en las artes, así como también aquellas que se practican en los ocho espacios mencionados. Además será un estudio de gran utilidad para los actuales dueños de los espacios artísticos identificando el perfil de sus consumidores, permitiéndoles mejorar la oferta que actualmente tienen y así poder dar impulso a la creación de nuevas propuestas de consumo cultural en la ciudad de Guayaquil.

ANTECEDENTES

En los años veinte, uno de los espacios de proyección de cine más relevantes que tuvo la ciudad fue el Teatro Olmedo considerado uno de los pioneros en la presentación del séptimo arte (cine) en 1925, frente a las primeras proyecciones en la ciudad, “en las que se instalaba una gran pantalla en carpas en la avenida Olmedo y el público se ubicaba en

la parte posterior para poder visualizar las distintas cintas en contraluz. Espacio que llegó a tener 230 películas a lo largo de un año" (El Telégrafo, 2015).

Al pasar el tiempo, se pasó de tener cine en plazas a edificios, que se construían con la intención de tener diferentes salas, divididas en localidades: general y luneta (lo que ahora conocemos como VIP) (El Telégrafo, 2015). El concepto de salas comienza a tomar fuerza para la década de los cincuenta, donde "los cines de barrio" llegan a tener su "boom", llamados así porque la mayoría de estos se ubicaban en todo el centro de la ciudad y para los ciudadanos guayaquileños el concepto de "ir al teatro" era equivalente a "ir al cine" justamente porque "se proyectaba hacia los barrios circundantes" y así se tenía garantizado la ida "al teatro" (El Telégrafo, 2013). Concepto que era significado de un tipo de asistencia con el fin de compartir con la familia y reunirse con amigos. Se registraban diferentes salas entre ellas, Capitol, Lido, Inca, Maya, Apolo, Metro, Bolívar, Olmedo, Guayaquil, Quito, Victoria y Guayas, que luego darían paso a modernas salas instaladas en los centros comerciales de la ciudad, entre estos Policentro, Garzocentro y Plaza Mayor (El Telégrafo, 2015).

En esta época es importante destacar que el consumo de cine como hemos mencionado anteriormente tenía un significado más amplio, desde verlo en términos de "ir al teatro" incluyendo no sólo funciones de cintas cinematográficas como tal sino también música en vivo, espectáculos de ópera, combates de box y fiestas bailables (El Telégrafo,

2013). Hasta ser un lugar de encuentro con conocidos y familiares. Concepto que podríamos considerar como las primeras señales de un consumo cultural con una finalidad de socialización. Según lo expuesto en el periódico *El Telégrafo*, el ir al cine implicaba que el consumidor podía "ver dos filmes en una sola función (...) había una cartelera más amplia y la misma película se veía como estreno en diez salas" (El Telégrafo, 2015). Para finales de los años 90 estas salas de cine dejaron de existir (El Telégrafo, 2014), principalmente por temas de una infraestructura inapropiada, sobre todo por no contar con lugares de parqueo de vehículos. (El Telégrafo 2015).

En el campo de las artes escénicas, Luzuriaga (1980) en *La Generación del sesenta y el teatro* afirma que por los años veinte en la ciudad de Quito, con la aparición de un concurso nacional de compañías de teatro, surgieron como producto final dos teatristas: Sixto Salguero y Francisco Villar, que arrancarían con la denominada "generación teatral", que veintiocho años más tarde contribuirían al renacimiento del teatro en las dos ciudades más importantes del Ecuador: Quito y Guayaquil (Luzuriaga, 1980, p.158). En Quito con el Teatro Experimental Universitario (1955 - 1963) dirigido por Salguero y el Teatro Independiente (1954 - 1970) por Villar (Rodríguez Abad, 1995).

En el caso de Guayaquil, era evidente la escasez de actividad dedicada al teatro, pero se destaca el trabajo de Francisco Villar con el Teatro Experimental Universitario Ágora, inaugurado en 1958 (Rodríguez Abad, 1995). Comenzó por iniciativa de un grupo de jóvenes de la Facultad de Filosofía de la Universidad de Guayaquil, entre ellos Ramón

Arias, quien fundó y dirigió este teatro. Este comenta que iniciaron presentándose en colegios y escuelas en zonas cercanas a Guayaquil como Yaguachi, Milagro, La Libertad entre otras, para darse a conocer. Su primer público fueron familiares y amigos, con la intención de que estos "corrieran la voz" y difundieran su trabajo. Rescata alguna de las obras más significativas que escenificaron: *Goteras, Montesco y su señora* y *El baratillo de la sinceridad,* las tres escritas por el reconocido dramaturgo ecuatoriano José Martínez Queirolo (Revista Exitosa, 2013).

Entre los años sesenta y setenta, se marcó un periodo de tiempo crucial para el despliegue de las artes en nuestro país, influenciada por el "calor de una serie de transformaciones" entre ellas el existencialismo, el marxismo y los movimientos surrealistas (Trujillo, 2011). Los intelectuales de la época aparecían en forma de movidas culturales y se destacan como uno de ellos al grupo Tzántzico (1962), que es descrito por el novelista y politólogo quiteño Alejandro Moreano como "el arte como actitud vital, el parricidio, la tesis del compromiso de la literatura, la poesía oral escenificada y agitacional, y a su vez la experimentación formal, la innovación y la propuesta de un cultura nacional y popular" (Rodríguez Abad, 1995). Este grupo adquiere relevancia dentro del marco de teatro nacional ecuatoriano, cuando el director italiano Fabio Paccioni es enviado por la UNESCO en 1964, con el objetivo de fomentar la actividad teatral en el país. A este se le concedería un presupuesto considerablemente alto para trabajar en el proyecto. Antonio Ordóñez, miembro del grupo Tzántzicos señala que el proyecto "consistía en la creación del teatro ensayo

(experimental), la creación de un teatro popular (profesional) y la creación de una escuela de teatro" (Rodríguez Abad, 1995).

A finales de la década del 70, en Guayaquil aparece el grupo teatral El Juglar (1977), el cual según Oswaldo Segura, uno de los miembros fundadores, nació de "la necesidad de expresión de un grupo de jóvenes que buscaban hacer un teatro con responsabilidad con identidad nacional". Parte de su trabajo fueron obras como *La Carrera de Juan Nadie, El León Matón, Cómo e la cosa* y *Banda de Pueblo*. Pero señala Segura que la carrera del grupo comienza con *Guayaquil Superstar* (La Revista, 2012), comedia que refleja la realidad de los ciudadanos guayaquileños y en sí a "una sociedad que ha cambiado en forma, pero no en fondo" (El Telégrafo, 2012). El Juglar en su esencia buscaba reflejar en escena la cotidianidad del guayaquileño, incluyendo así el humor, picardía y costumbres de estos (La Revista, 2012).

El teatro Candilejas aparecería poco después de la inauguración del Unihotel (1987), el cual se distinguió entre otros teatros de la ciudad por mantenerse activo todas las semanas, teniendo obras casi todos los días (de jueves a domingo). Ubicado en el corazón comercial de Guayaquil, el Candilejas contaba con 313 butacas. La mayoría de las obras tenían llenos completos. El impulso por llevar a cabo la apertura de este, vino por parte de los empresarios Henry Raad y Otón Chávez. En el Candilejas se

escenificaron obras de los grupos teatrales como La Mueca, Sarao, Arawa, entre otros grupos teatrales destacados en la ciudad.

En esta misma sala de teatro, el grupo teatral La Mueca iniciaría sus actividades. Fundado en 1984, por Taty Interllige y Oswaldo Segura, este grupo es reconocido hasta el día de hoy por realizar obras en las que el guayaquileño se siente identificado, por el género de comedia. Desde sus inicios han contado con un público variado, de diferentes oficios y edades. En una entrevista con la actriz, Interllige menciona que antes del Candilejas, La Mueca hacía teatro en las calles, específicamente en las calles frente a la Plaza San Francisco, ubicada en el centro de Guayaquil. Comenta que se armaba en ese momento la escena y "había colaboración de la gente para ver el show" (Interllige, comunicación personal, 2017). Entre las obras más representativas están: *Maestra vida, Me la gané por Diosito santo, Entre sombras y sueños, Efigenio, Santo o Demonio y Un guayaco en Hollywood* (La Revista, 2012). El Candilejas más adelante cerraría sus puertas y fue entonces cuando La Mueca se movilizó al sector de Urdesa y se funda así el conocido Teatro del Ángel (1994).

En enero de 1988, se inaugura el Teatro Centro de Arte, el cual según Luisa Caputi de Cuesta, presidenta de la Sociedad Femenina de Cultura hasta el 2013, tenía como principal propósito ofrecer espectáculos y educar a su público (La Revista, 2013). El espacio está ubicado al norte de la ciudad, cuenta con 890 butacas en su sala principal y

250 butacas en la sala experimental (Confluencias, 2014). Su oferta de actividades hasta la actualidad es variada, incluyendo conciertos, obras teatrales, eventos, entre otros. En cuanto a su público, recibe a persona de los estratos: medio, medio alto y alto. En su mayoría está por encima de los 25 años de edad (Zambrano, 2016).

En 1995, el Centro Cultural Sarao abre sus puertas como un espacio dedicado a la danza contemporánea, dirigido por el actor ecuatoriano Lucho Mueckay (Confluencias, 2014, p.62) y quien hizo la propuesta de teatro-danza que comenzó siendo un colectivo de danza (Colectivo Sarao en 1989). Ya como centro cultural, este tuvo una buena acogida por el público. Se ubicó en el sector de Kennedy Vieja, con una capacidad para 120 personas donde se llevaron a cabo obras como: *No puedo verte triste porque me mata, La boda de Bertolt Brecht y Diario de un loco* (adaptación del libro de Nikolai Gogol) (Confluencias, 2014, p.63). Sarao pasa a ser un referente de danza contemporánea porque en él "se formaron la mayoría de bailarines contemporáneos de la ciudad" (Confluencias, 2014, p.62) y se la reconoce por su creatividad en los aspectos de actuación, coreografía y dirección (Rodríguez, 1998, p.34).

Muégano Teatro, aparece en el año 2000 a través de Santiago Roldós y Pilar Aranda, quienes con la necesidad de confrontar ciertos temas de la realidad social, apuntaron por "un teatro que apostara por el tiempo, por producir un cambio en la escena, por producir teatralidad contracorriente". Y es justamente lo que logran por medio de "una búsqueda personal de cada actor para luego trasladarla hacia la investigación del trabajo

colectivo". Siendo así la investigación el corazón de este grupo, y como menciona Roldós un "quehacer diario de Muégano", entre sus obras que se han llevado a cabo, podemos nombrar: *La edad de la ciruela, El pozo de los mil demonios, El viejo truco del círculo de tiza*, entre otras (El Universo, 2010). Aranda describe al público de Muégano en su mayoría mujeres universitarias, pero cree que se tiene un público diverso compuesto por niños y adultos (Guambo, 2016).

En el 2012 se inaugura el Teatro Sánchez Aguilar, Ubicado en vía Samborondón en donde se han realizado convenios de cooperación con distintos teatros a nivel internacional, entre ellos: el San Martín de Buenos Aires, Nescafé de las Artes en Chile, el Solís de Montevideo e incluso el tan aclamado Festival de Teatro en Bogotá. Según El Universo "una puerta para promover y desarrollar la creación teatral, además de contribuir a fortalecer la formación de artistas y gestores teatrales" fue lo que desencadenó el Sánchez Aguilar desde su inauguración (El Universo, 2017). En el análisis realizado por Bertha Díaz en *El Teatro en Guayaquil: El Juego de mercado vs. El juego en la escena* "este hecho marca una agitación entre los gestores y propuestas teatrales locales, por ejemplo la presencia de este espacio incidió en la actividad de los otros teatros, como el Teatro Centro de Arte que intensificó su agenda de programación y reactivó su imagen mediática" (El Telégrafo, 2016).

El Sánchez Aguilar como parte de su estructura cuenta con dos salas, una principal con 952 butacas, y la sala Zaruma con 150 butacas (Confluencias I, 2014, p.60-61). En

cuanto al público asistente de este teatro, es muy variado, ya que depende de la temática de la función. Según un sondeo hecho por Ramón Barranco, director artístico de TSA, la media de ocupación es del 58%, y en la última temporada tuvieron a más de 48000 espectadores. En cuanto a los géneros que más gustan están las comedias y los musicales. Entre sus obras más destacadas está: *La Hacedora de Milagros, Enredos entre dos, Las Burladas por Don Juan*, entre otros. (Confluencias, 2014). Además, a la productora DAEMON se le dio apertura para producciones como *Scrooge, Frankenstein, Arte, Mago de Oz, Romeo y Julieta* (Tamariz, comunicación personal, 2017).

El Teatro del Ángel, a pesar de no ser un espacio nuevo, se lo considera como objeto de estudio por su carácter de autogestión que lleva manejando desde su apertura en 1994. Este ofrece una temporada de una obra, durante ocho semanas. Entre sus obras más destacadas están *Entre Sombras y Sueños, Me la gané por diosito santo y Un guayaco en Hollywood*. Estas y entre otras reflejan el trabajo de Interllige y Segura junto a su grupo de actores, que hasta el día de hoy espera llegar a las familias ecuatorianas, dando en sus obras un mensaje de identidad nacional, usando un lenguaje que "llegase a la gente, mas no un lenguaje ajeno al ciudadano guayaquileño". En cuanto al público, Interllige comenta que es variado, reciben familias, jóvenes, vecinos cerca del sitio, y amigos. A pesar de esto considera que recibe un público adulto, donde se puede incluir a un gran grupo de adultos mayores. Su espacio tiene capacidad para 155 personas, y el costo por obra en este espacio es de quince dólares por una función que dura

aproximadamente una hora. Se cuenta para consumo previo y en pausas durante la obra con un bar donde se vende sándwiches, *snacks* y bebidas (Interllige, comunicación personal, 2017).

Para el 2009, en la calle Numa Pompilio Llona del Barrio Las Peñas, abre sus puertas la Casa Cino Fabiani. Después de haber recibido una propuesta por el actor Alejandro Fajardo junto al productor y director Jaime Tamariz, para llevar a cabo la obra *El amante.* Esta se dio con un público pequeño, en su mayoría amigos de Arnaldo Gálvez (dueño del lugar) y de los actores de la propuesta (La Revista, 2014). En este espacio se tiene una capacidad para aproximadamente 50 personas. Se manejan formatos de obras con una duración de una hora estimada. El público es adulto de clase media alta y alta, y el valor que se paga por obra va desde los 15 hasta 20 dólares. Gálvez comenta que desde su apertura han tenido diferentes espectáculos entre ellos: *Cenizas* (2013) (La Revista, 2014), y la más reciente El Plan (2016) (El Universo, 2016).

Al siguiente año, 2010, el centro cultural La Fábrica comenzó sus actividades. Fundado por la bailarina profesional Nathalie Elghoul, la cual planteó como objetivo de La Fábrica ser una opción alternativa y experimental, donde se conjuguen diferentes tendencias artísticas. Varios tipos de teatro, danza y géneros musicales. Con la idea de que este espacio se transforme en una plataforma de pequeños formatos artísticos que pueda combinar un centro de formación (Elghoul, comunicación interna, 2017).

Es así que La Fábrica dentro de sus programas de actividades contempla: Ciclos de cine francés (gratuito, promovido por Alianza Francesa en convenio con ellos), obras de teatro de larga duración, conciertos de música, talleres de teatro y danza contemporánea y obras de teatro *clown* para adultos y niños respectivamente.

El nombre de La Fábrica justamente surge a partir de "una mirada hacia el artista como trabajador, artesano, fabricante, productor, obrero" (Elghoul, comunicación interna, 2017), es por eso que un pilar importante de este lugar es la formación del artista y en su programa de talleres permanentes se contemplan aquellos que son impartidos por profesionales del campo del teatro y danza tanto nacionales como internacionales. En cuanto al público asistente, Elghoul señala es muy variado y depende mucho de la obra que se lleve a cabo. Pero comenta que vienen muchos universitarios así como público más adulto, estima de cincuenta años para arriba. En lo que respecta al valor de las entradas, van desde los diez a veinte dólares. La gratuidad es algo que no le gusta mucho, debido a que a veces la calidad del espectáculo no se valora tanto, y por el contrario se crea ese "es cualquier cosa", que en la realidad no es así. (Elghoul, comunicación personal, 2017).

En el 2014, aparece Microteatro GYE, bajo la dirección de la productora Daemon. El concepto original de microteatro es traído a Ecuador por el director Jaime Tamariz, quien según comenta, surgió en España a partir de la crisis económica que atravesaba ese país. En dicho contexto, un grupo de artistas que buscaba autogestionarse y no

depender de los grandes teatros, decide alquilar una casa y cobrar un valor de entrada bajo. Según Tamariz, el espacio en Madrid comenzó a funcionar porque "trabajar en un espacio poco convencional estimulaba la creatividad y los recursos que se pueden utilizar" (Tamariz, comunicación personal, 2017).

El Microteatro GYE se abre en las propias oficinas de Daemon, en el barrio Miraflores y cuenta Tamariz que la razón principal que lo movió a traer la propuesta es que "haciendo microteatro se plantea completamente una nueva forma de hacer teatro, porque los recursos creativos son distintos, la relación del público es distinta creo que es muy interesante como investigación" (Tamariz, comunicación personal, 2017). El formato que maneja este espacio, es teatro de corta duración (15 a 20 minutos), pagando un valor de $5 dólares por obra. Para este 2017, se recibió la propuesta de pasar Microteatro GYE al Malecón del Salado, bajo un nuevo concepto que busca tener diferentes artes dentro de un mismo espacio. Se muda así Microteatro GYE al denominado espacio La Bota, en el Malecón del Salado. En "este complejo cultural se ofrece tres salas especializadas en microteatro, comedia de pie y teatro de formato convencional" (El comercio, 2017). El público que asiste desde sus inicios a Microteatro GYE, comenta Tamariz es variado, considera él es difícil catalogarlo cuando tienes público de diferentes rangos de edades. Se tiene público que va desde los 25 años hasta los 60 años (Tamariz, comunicación personal, 2017).

Estudio N inicia como espacio cultural en el 2014. Fundado por Carla Navas y Kristel Freire. Este lugar que al inicio se llamó Piso N, pasó a llamarse Estudio N ya que la "n" tenía relación con el apellido Navas y además el nombre se podía asociar a lo que la siguiente frase explica "existen N posibilidades para hacer lo que uno quiere". Así, el espacio cuenta sin lugar a dudas con lo dicho en la frase, pues ofrecen diferentes actividades entre ellas "los días jueves Ciclo de Cine, los lunes y jueves, taller de drama y los días viernes y sábados conciertos". Comenta Freire que el público que recibe, está conformado por personas de todos los rangos de edades pero "generalmente son jóvenes de 20 a 25 años" (Freire, comunicación personal, mayo 2017).

En el 2016, aparece Pop Up Teatro Café, fundado por dos hermanos, Ricardo Velástegui y José Javier Velástegui. Este espacio nació en un principio para ser una cafetería, pero la visión de Ricardo Velástegui fue más allá de un simple café. Creyó en el concepto global de cafetería que "es un lugar donde siempre pasan cosas". La palabra "Pop Up" explica Velástegui es un término marketero conocido por ser un lugar "emergente", pero en términos teatrales lo adaptó como un teatro breve. El motivo de inaugurar este espacio explica el dueño, tiene que ver con algo que necesitaba la ciudad. Dentro de la oferta que tiene Pop Up están: teatro de corta duración (microteatro), *stand up comedy*, exposiciones de arte y fotografía, y además cuenta con un bar que ofrece bebidas y piqueos para brindar al público, tanto el que asiste a las obras como al que va a consumir los productos del bar. Velástegui expresa que su espacio está dirigido a todo público. En cuanto a los géneros que se manejan, comenta que se abarcan todos y

menciona que se trata de combatir con el género de la comedia porque “el público es cruel, solo quiere reír y se niega a ver trabajos de actores muy buenos que presentan obras de drama, teatro experimental...sin embargo trato de dar una oferta más variada” (Velástegui, comunicación personal, mayo 2017).

El espacio cultural El Altillo, ubicado en Nueve de Octubre y Esmeraldas, se inicia en el año 2016. La propuesta vino de su fundadora, Angélica Parra, gestora cultural con años de experiencia en el campo de la administración de espacios artísticos. Parra comenta que el espacio surge para ser un lugar de formación y de difusión, no solo para artistas sino para el público que asiste. Espacio para generar trabajo y oportunidades para ellos, por lo que la actividad del espacio es muy variada entre teatro, muestras musicales, narración de cuentos, danza, talleres de improvisación, entre otros. El Altillo tiene un público variado, entre ellos jóvenes y adultos, y también cuenta con teatro para niños los domingos (Parra, comunicación personal, 2017).

Bajo este escenario, es evidente la aparición de espacios artísticos autogestionados en los últimos diez años en la ciudad de Guayaquil. Espacios que ofrecen una diversidad de actividades a parte de teatro y cuenta con el servicio de bar con opciones de bebidas y alimentos para sus asistentes. Su público es diverso, de diferentes rangos de edades.

REVISIÓN DE LA LITERATURA

MARCO CONCEPTUAL

CULTURA

La UNESCO define a la cultura como "el conjunto de rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales, afectivos que caracterizan a una sociedad o a un grupo social" (UNESCO, 1982). A partir de este concepto, esta organización explica que dentro de la cultura se incluyen modos de vida, los derechos que son esenciales para el ser humano y toda la agrupación de creencias, tradiciones y valores por las cuales estamos compuestas cada persona (UNESCO, 1982).

Por otro lado, García Canclini (1985) en *Cultura y sociedad. Una Introducción*, menciona que la cultura es "la producción de fenómenos que contribuyen a la representación o reelaboración simbólica de las estructuras materiales, a reproducir o transformar el sistema social" (García Canclini, 1985, p. 14). A partir de este concepto el autor añade que no existe ningún fenómeno de tipo social o económico que no conlleve una dimensión cultural.

Tylor (1975) desde su perspectiva comenta que la cultura es un conjunto que abarca al conocimiento, el arte, las creencias, la moral, el derecho, las costumbres, hábitos y

capacidades adquiridos por el hombre dentro una sociedad (Tylor, 1975). Por lo tanto, el concepto de cultura coincide con el dado por la UNESCO. Cada individuo y grupo social está compuesto por ella, y es con aquella con la que cada persona puede construir nuevos conocimientos, significados, comportamientos, hábitos y todo lo relacionado a su entorno.

A partir de este concepto se entiende a la cultura como elemento indispensable para la producción de toda estructura material, intelectual y espiritual de las cuales está compuesto todo grupo social o sociedad. Un ejemplo de esto es la escenificación de una obra teatral, en la que se observan objetos tangibles del día a día del ecuatoriano. Estos objetos son equivalentes a la cultura, puesto que representan un conjunto de tradiciones y creencias de la sociedad ecuatoriana, que se utilizan para apoyar la puesta en escena de la obra y hacen posible la identificación de significados y la construcción de nuevos en cada individuo.

CONSUMOS CULTURALES

Sunkel (2014) en *El consumo cultural en la investigación en comunicaciones en América Latina* expresa la perspectiva que sustenta Mary Douglas y Baron Isherwoods cuando consideran al consumo como práctica cultural, que siendo una mercancía más allá de sus aspectos de tipo económico y su función de satisfacer necesidades es “un espacio de comunicación entre los individuos: una actividad social que les permite

ubicarse en varias series culturales que son un resultado de, y contribuye a, la cultura" (Sunkel 2004, p.14)

Según Baudrillard (1970), es el intercambio de significados sociales y culturales donde los signos se convierten en el medio para realizar una interacción social. El sociólogo francés, con esta definición hace referencia al consumo como una actividad sistematizada para expresar e identificar signos. Signos que mientras se realiza la acción de consumir, se manipulan, se acumulan, se cambian y terminan apropiándose de toda la fuerza de lo social (Baudrillard, 1970, p.30). Al ejemplificar el intercambio de significados, se hace referencia al momento de acudir a un espacio artístico junto a amigos y al salir de un espectáculo en particular comentamos sobre este e intercambiamos conceptos que salen a partir de la dimensión simbólica que cada persona posee. Posterior a este intercambio, la persona construye su percepción sobre el producto cultural del que se habla.

A la hora de elegir qué consumir la dimensión simbólica es la que principalmente nos conducirá a tomar una decisión y esto se debe a que esta dimensión se compone por signos –equivalentes a estímulos- que se van formando a través de los entornos a los que estamos expuestos a diario. Entornos como por ejemplo: los amigos, la familia, los medios de comunicación, entre otros. Estos influyen todo el tiempo en nosotros, y por lo tanto nunca son estáticos, sino por el contrario se irán transformando y cambiando.

García Canclini (1999) señala que el consumo equivale a un proceso de apropiación y uso de productos, en donde estos últimos se configuran dependiendo a la dimensión simbólica. Para Baudrillard (1970) a partir de las aspiraciones simbólicas, que se establecen a través del sistema de signos, se produce la lógica de consumo, más allá de las necesidades, la funcionalidad y la utilidad de los objetos.

Para García Canclini "Las necesidades no crean el consumo, el consumo es el que produce las necesidades". El consumo, según este es el que reorganiza a las necesidades como una forma de lengua, en la que "los objetos, las mercancías, los bienes, los cuerpos, los servicios, incluso los mismos actos de compra se convierten en lenguaje". Lenguaje que no está creado para ser decodificado por todos los consumidores, sino que dependen del conjunto de signos que cada persona posea. A partir de estos, los signos se organizan según las necesidades de cada persona. Con esta construcción de signos se identificarán los bienes, servicios, mercancías que se asocien con el lenguaje adquirido a través de la dimensión simbólica. Un ejemplo de este concepto es un grupo de jóvenes en un teatro, los cuales al revisar la cartelera y uno de ellos le llama la atención el título de una obra, ya que le recuerda un libro que leyó. El momento de identificación y familiarización con el producto cultural, en este caso con la obra teatral, es el equivalente al lenguaje que ha sido construido con una dimensión simbólica de un público determinado.

Al hablar de consumo es importante mencionar al consumidor, aquel que realizará la acción de decodificar y descifrar códigos dentro del proceso de consumo (Bourdieu, 2010, p.227). Douglas (1979) expresa que el consumo no es resultado de una imposición, por el contrario menciona que:

> "la decisión del consumidor es libre. El consumidor puede ser irracional, supersticioso, tradicionalista o experimentador: la esencia del concepto de los economistas sobre el consumidor individual es que éste ejerce una elección soberana" (Douglas, 1979, p. 71).

Pero a pesar de que este sea libre de elegir, Baudrillard (1970) señala que el consumo no se da de manera aislada, puesto a que "las necesidades y los deseos son tomados dentro de un haz de relaciones extremadamente complejas que forman un sistema". Desde su punto de vista menciona que "en el acto de consumir preexisten siempre términos sociales y económicos" puesto que el consumo está dentro de un sistema de intercambio (Baudrillard, 1970, p. 43).

Existe así una sociedad marcada por el mismo consumo. Baudrillard (1970) comenta que el consumo se encarga de clasificar, diferenciar, y maneja una dinámica de selección de signos, donde se genera una jerarquización en grupos sociales "manteniendo su estructura de desigualdad y dominio" (Baudrillard, 1970, p.37).

A partir de esta teoría podríamos describir la oferta de consumo artístico de la ciudad como variada, debido a que los productos culturales que se ofrecen en los distintos espacios se distinguen por la producción de signos que se manejan dentro de los contenidos y temáticas de su programa de actividades.

Bourdieu (2005), menciona que “solo realiza un consumo cultural quien posea un capital simbólico, para que así pueda reconocer el valor simbólico de los productos, que están inherentes en las personas”. Este capital simbólico del que se habla, no es más que el conjunto de valores por los cuales cada persona, sin importar la etnia, nivel socioeconómico y entre otros factores estará conformada. El capital se irá construyendo en base al entorno en el que nos rodeemos y las experiencias que vayamos adquiriendo. Según ocurra esto cada persona recepta los productos culturales que se anclen a su capital simbólico.

Sunkel (2004) comparte la definición de consumo cultural de Néstor García Canclini, la cual expresa es el:

> “Conjunto de procesos de apropiación y usos de productos en los que el valor simbólico prevalece sobre los valores de uso y de cambio, o donde al menos estos últimos se configuran subordinados a la dimensión simbólica” (Sunkel, 2004, p. 15)

A partir de esto se puede decir que los consumos culturales no son homogéneos, sino por el contrario son diversos y construidos con una estructura de signos en particular. El resultado de esto es una variedad de consumidores que comienzan a estar expuestos por los diferentes productos culturales que en la última década han aparecido en Guayaquil, tomando una decisión para elegir si consumir o no, según el capital simbólico que poseen.

INDUSTRIAS CULTURALES E INDUSTRIAS CREATIVAS

Getino (1994) menciona que los filósofos de la escuela de Frankfurt, Adorno y Horkeimer, son los responsables de bautizar con el término de Industria Cultural a las actividades productivas y comerciales guiadas por una estrategia de rentabilidad económica que, según el contexto político y socioeconómico en el cual se desenvuelven, podría integrarse a estrategias de tipo social y de servicio público (Getino, 1994, p.11). A partir de esta definición, entenderíamos a la industria cultural como toda actividad que está ligada al campo social con un fin económico de por medio.

Adorno y Horkeimer (1969) hablan sobre la industria cultural como un engaño para las masas, expresando que:

> La técnica de la industria cultural ha llevado sólo a la estandarización y producción en serie y ha sacrificado aquello por lo cual la lógica de la obra se diferenciaba de la lógica del sistema social. La necesidad que podría acaso escapar al control central es reprimida ya por el control de la conciencia individual (Adorno y Horkheimer, 1969, p. 166).

Szpilbarg y Saferstein (2014) mencionan la postura de Walter Benjamin declarada en su tesis, en la cual señala que “el creciente proceso de avance de la técnica aplicada sobre las obras de arte -que permite una reproductibilidad indefinida- lleva a una caída del

aura que las caracterizaba". Refiriéndose así al aura como elemento esencial de cualquier obra de arte de la que se hable, este concepto equivale a la autenticidad de la obra. Que es atribuida a un creador y poseedora de un valor cultual, místico, que la eleva más allá de su valor en el mercado y que se manifiesta como irrepetible. (Szpilbarg y Saferstein, 2014)

Benjamin (2003) expresa como "autenticidad", aquel concepto que está constituido por el "aquí y ahora", el cual no es más que la permanencia de la obra en el transcurso del tiempo, con todas sus transformaciones en su estructura física por las condiciones en las que se encuentre. Y es justamente esta degradación de la obra de arte que la vuelve única e irrepetible. Concepto contrario a la reproductibilidad, en donde las reproducciones hacen que la obra pase de "una aparición única, a una aparición masiva. Permitiendo que la reproducción se aproxime al receptor en su situación singular en donde se actualiza lo reproducido" (Benjamin, 2003, p. 44)

La reproductibilidad en temas de consumo equivaldría a la masificación de productos culturales que la industria cultural ha generado. Cada uno de estos productos ya no es pensado para ser "irrepetible" y tener un significancia auténtica. Por el contrario deja a un lado su objetivo de generar un valor diferenciado como producto y se concentra en sus objetivos económicos que adquirirá a través de los mercados a los que se dirija.

La diferencia entre el pensamiento de Adorno y Horkheimer con Walter Benjamin, es que la de los primeros era totalmente negativa, esto se debía a que la industria cultural "excluye a la clase inferior, portadora de la capacidad de garantizar la verdadera universalidad" y Benjamin por su parte a pesar de creer en la pérdida del aura, con su estudio del cine como medio creador expresaba que este "tendría esa potencia crítica y siembra las condiciones para refundar el arte, en el modo de producción capitalista los actores se convierten en estrellas mercantilizadas". (Szpilbarg y Saferstein, 2014)

Según Szpilbarg y Saferstein (2014) "Hay en Benjamin una nostalgia por lo que se destruye y a la vez un optimismo por lo que las posibilidades de la reproducción técnica traen", y por el lado de Adorno y Horkeimer en cambio queda un concepto de industria cultural que "defrauda continuamente a sus consumidores respecto de aquello que continuamente les promete" (Horkheimer y Adorno. 2009,184) y esto ocurre porque el individuo se vuelve:

> Eterno consumidor que debe conformarse con lo que se le ofrece y en esta operación radica el engaño, la cosificación. Al consumidor se le ofrece un paraíso ficticio, que es la misma vida cotidiana de la que se quería escapar. En la industria cultural, pues, se termina de liquidar al individuo (Szpilbarg y Saferstein, 2014)

Para ejemplificar este concepto, ponemos la situación de una familia que día a día dedica una parte de su tiempo al consumo de programas de televisión nacional. Los

cuales dentro de su oferta televisiva en su mayoría están programas que no dejan ninguna reflexión al televidente, sino más bien se dedican a divulgar la vida privada de personajes conocidos dentro del mundo del espectáculo. Los espectadores, en este caso la familia, se acostumbran a tener un sinnúmero de programas dedicados a este tipo de actividades y por lo tanto se conforman con lo que se les ofrece. Y es que no conocen otro tipo de programación que busque realmente la "autenticidad" del cual hablaba Benjamin. Por el contrario los productos culturales se enfocan en contenido que no son más que estrategias de mercadeo que "engañan" al espectador y que les permiten generar ganancias a través de estos.

Gracias a organizaciones como la UNESCO el concepto de industria cultural pasaría a tener otra perspectiva a la que se le llamaría industria creativa. Este nuevo concepto tiene origen en Gran Bretaña, Australia y Nueva Zelanda para la década de los noventa. (Szpilbarg y Saferstein, 2014).

Las industrias creativas según la UNESCO supondrán un conjunto de amplias actividades donde el producto o servicio contiene un elemento artístico o creativo, esto aplica para espectáculos o bienes producidos individualmente (UNESCO, 2008). Dando paso a una creación de riqueza y trabajo por medio de la generación y explotación de la propiedad intelectual (Szpilbarg y Saferstein, 2014).

Los bienes culturales comienzan a estar ligados con la idea de creatividad y la conceptualización se abre a estar constituida por:

> Productos tangibles y servicios intelectuales o artísticos con contenido creativo, valor económico y objetivos de mercado; se encuentran en el cruce entre el sector artesanal, el de servicios y el industrial y constituyen un nuevo sector dinámico en el comercio mundial (Szpilbarg y Saferstein, 2014)

A partir de estos conceptos podemos ubicar a nuestros siete espacios artísticos dentro del concepto de industria creativa, dado que estos cumplen con ofrecer actividades de carácter intelectual y creativo, a través del trabajo del contenido de sus espectáculos en base a la propiedad intelectual. Sin olvidar que estos trabajarán en cada una de sus actividades pensando en el retorno económico que obtendrán de estas. Parte esencial para los productos culturales que al final equivalen a los espectáculos brindados por los siete espacios de este estudio.

ESTADO DEL ARTE

ESTUDIOS DE CONSUMOS CULTURALES

García Canclini en la introducción de su trabajo *El consumo cultural: Una propuesta teórica* menciona la carencia de investigaciones a nivel latinoamericano sobre públicos, consumo y recepción de bienes culturales (García Canclini, 1999). Frente a la escasez de estudios dedicados a los temas que señala García Canclini, vemos a partir de los años

90 paulatinamente un despliegue de estudios dedicados a la investigación de consumos culturales, entre los autores que se destacan podemos nombrar a Guillermo Sunkel, Néstor García Canclini, Ana Rosas, Ana Wortman, entre otros.

Sunkel (2004) en *El consumo cultural en la investigación en comunicaciones en América Latina* explica que hay tres preocupaciones sobre el tema de consumo cultural que hasta los noventa no se habían investigado. La primera es el agotamiento del análisis estructural de textos de cultura de masas, que hace referencia a sobrevalorar la influencia que tienen los productos de la industria cultural con las culturas populares. La segunda, es "la profunda ignorancia sobre lo que ocurre del lado de los públicos", el autor rescata que los estudios que se han hecho con enfoque hacia el público se han realizado con fines de estrategias para la mercadotécnica y de esta forma se ha abandonado "la preocupación por estudios de carácter académico". Y la tercera, la percepción de políticas culturales que puedan superar "formulaciones dirigistas y vincular orientaciones globales con demandas reales de una diversidad de segmentos de población" (Sunkel, 2004, p.13)

Frente esta situación con las instituciones gubernamentales Rosas Mantecón (2002), otra de las investigadoras destacadas en consumo culturales, hace mención en *Los estudios sobre consumo cultural en México*, a dos estudios que estarían a cargo de Néstor García Canclini y que serían los primeros rasgos que la investigación académica abriría hacia la investigación de consumos culturales en relación a políticas culturales en

México. El primero se titula *Públicos de arte y política cultural. Un estudio del II Festival de la Ciudad de México* (1991), en este los autores se cuestionan cómo diseñar políticas culturales frente a una megápolis de quince millones de habitantes, que difieren en tradiciones culturales, zonas donde habitaban y nivel económicos y educativos diferentes. El festival ofrecía 300 espectáculos, entre ellos de teatro, danza, bailes populares, rock y música clásica, con la finalidad de enfrentar un público heterogéneo. Al final de este estudio se logró aportar en la corrección de políticas culturales que se presentaban como críticas por replantear en el país en el que se llevó a cabo. (Rosas Mantecón, 2002, p. 256)

El segundo estudio, *Los nuevos espectadores. Cine, televisión y video en México* (1994), se plantea al igual que el anteriormente mencionado, la confrontación de un público heterogéneo, pero esta vez en el mundo audiovisual. Frente a

> "las diversas ofertas culturales, dispositivos de comunicación, modos de recepción y apropiación y tomando en cuenta las transformaciones en las tecnologías de las comunicaciones, la investigación se pregunta por los cambios en el modo de ver cine" (Rosas Mantecón, 2002, p. 256)

Ambos estudios se realizaron combinando métodos cualitativos y cuantitativos, mediante encuestas, observación participante y entrevistas, permitiendo analizar "gustos y disposiciones diversas, su interrelación con las ofertas de los diferentes medios y políticas culturales" (Rosas Mantecón, 2002, p. 256)

Previamente decíamos que los consumos culturales a partir de los noventa se convierten en actividades culturales, Rosas Mantecón (2002) menciona que es en esta década donde "los trabajos miran los procesos de consumo cultural ya no desde la comunicación sino en el contexto de los procesos socioculturales" (Rosas Mantecón, 2002, p. 258)

Con lo que quiere decir que las personas asistentes a los espacios artísticos no solo van a ver el espectáculo, sino van para "tener una vivencia distinta en las cuales lo cultural les aporta nueva formas de lazo social" (Wortman, 2015, p.3)

Wortman (2015) identifica cuatro tipos de espacios culturales. En el primer tipo entran los que ella denomina como "centros de difusión cultural", que ofrecen talleres de formación y se caracterizan por manejar distintas acepciones de lo artístico, bajo un concepto más comercial. El segundo tipo corresponde a espacios políticos culturales, en los cuales son frecuentes las actividades como: ciclos de cine documental, cursos de formación (talleres de radio, periodismo) y debates. En cuanto al tercer tipo Wortman menciona que estos manifiestan su interés por formas artísticas alternativas y de experimentación, las cuales no siempre son aceptadas en términos más institucionalizados. Estos se vinculan con lo social y lo cultural, dedicados así a la formación y a las actividades como: talleres, conciertos de bandas, teatro y fiestas con fines sociales. Y por último como cuarto tipo de espacio cultural, están aquellos que son

centros culturales que fueron golpeados por la crisis pero se han desarrollado como lugares creativos y con múltiples funcionalidades.

ESTUDIOS DE CONSUMO DE TEATRO

A continuación, se procede a realizar una revisión de varias investigaciones realizadas a nivel latinoamericano en Uruguay, Chile, Argentina y Ecuador durante los años 2009, 2014,2016 y 2017 respectivamente.

Mallol en su estudio *Los públicos del teatro en la región metropolitana: Hacia una comprensión de la asistencia al teatro* (Chile) presenta como propósito principal, revisar las motivaciones e incentivos que mueven a las personas a asistir al teatro y cómo ellas pueden responder a un cierto orden (Mallol, 2009)

Mallol comenta que se requiere una participación activa por parte del público asistente, en el cual este pueda comprender e incorporar lo que observe (Mallol 2009, p.7). Este requisito se vuelve indispensable para el tipo de espacios artísticos que abordaremos, ya que estos cuentan con características dentro de su espacio que intensifican la interacción actor - espectador.

Mallol (2009) con su estudio *Los públicos del teatro en la región metropolitana: Hacia una comprensión de la asistencia al teatro* concluye que la mayor parte de los

encuestados ve al teatro como una actividad cultural, un 61% de los encuestados consideran que acudir a este tipo de actividad te permite apreciar la obra como tal, junto al conjunto de emociones y contenido que esta transmite. Mientras que un 32% espera posterior a la obra enriquecerse de forma personal y cultural, y sólo un 3% espera pasar un rato agradable y entretenerse (Mallol, 2009).

De esta forma, la perspectiva de Mallol de considerar al público como elemento clave para que se lleve a cabo una representación escénica, y dar relevancia al estudio del público en las investigaciones de consumo cultural. Puesto a que no podemos hablar de un espectáculo artístico solo desde la mirada de los actores que la comprenden, sino del que está "asistiendo y apreciando" (Mallol, 2009) del otro lado el producto cultural que se está llevando a cabo en ese momento.

El Centro de Investigaciones Sociales (2017) en su estudio *Qué consumos culturales prefieren los argentinos* se planteó como objetivo analizar el consumo cultural en Argentina, en lo que respecta a bienes y servicios culturales. El estudio se llevó a cabo a través de entrevistas personales hechas a 1002 personas de 16 años y más. Entre los resultados obtenidos: la preferencia de quedarse en casa frente a la opción de salir. En su mayoría mujeres. Existe una relación según nivel socioeconómico, en el cual un cuarto de las clases alta y media-alta prefieren quedarse en casa, caso contrario a la clase media y baja las cuales presentan un 40% y 57% de estadía en el hogar. Las actividades culturales de mayor preferencia son series y películas en casas, mientras que

6 de 10 argentinos nunca han acudido a un teatro, biblioteca, espectáculo de danza u ópera (Centro de Investigaciones Sociales, 2017, p.2).

Vicci (2014) en *Formación de públicos y artes escénicas: Una mirada hacia Montevideo* a través de una encuesta realizada a nivel nacional se presentan datos significativos sobre consumo en diferentes artes en este país, para entender cuál es la asistencia a espacios artísticos, y así determinar las políticas culturales a seguir. Contempló tres campos artísticos como lo son el teatro, la danza y la ópera, y comparó el nivel de asistencia a nivel país (Uruguay) y a nivel Montevideo. De esta forma se obtuvo que: en el caso del teatro el nivel de asistencia a este en Montevideo alcanza el 78,3%, que en relación al total del país es solo el 66,9% (Vicci, 2014, p. 4). En el campo de la danza, se ve un crecimiento porcentual representativo en las zonas del interior, con un 18% que asciende a un 27,8%. Lo mismo ocurre en Montevideo, donde la asistencia crece del 14% al 23%. Estas dos áreas crecen más que la asistencia total país, la cual es solo un 24,9% (Vicci, 2014, p. 4).

En lo que respecta al campo de la ópera, un 15,3% de la población total de Uruguay asistió alguna vez en la vida a la ópera. En el último año un 3,5% asistió, dato que al compararse con Montevideo resulta menor, puesto a que en esta ciudad la cifra asciende al 5% (Vicci, 2014, p. 4).

A partir de estos tres escenarios en tres artes distintas, queda evidenciado cómo la población tiene un resultado representativamente menor al de Montevideo, en temas de asistencia. El cual nos habla que según la ubicación del espacio artístico, el impacto de los espacios artísticos en relación con su audiencia varía. Teniendo en cuenta que siempre habrán "diferentes apropiaciones del hecho artístico y cultural" (Vicci, 2014) según la locación.

En lo que respecta a estudios a nivel local, la Universidad Casa Grande realizó un proyecto de investigación denominado *Estudio de consumos culturales del público asistente al Microteatro GYE (Guayaquil, Ecuador),* dentro del cual se trabajó a través de cinco investigadores con la finalidad de observar y describir el público asistente del espacio artístico Microteatro GYE.

Uno de los investigadores de este proyecto universitario es Castro (2016), quien en su estudio *Consumos Culturales en Microteatro GYE: Un estudio del público a partir de los niveles de escolaridad* buscó conocer cuáles eran las actitudes, comportamiento, motivaciones y hábitos de consumo de quienes concurrían al espacio artístico establecido. Esto se correlacionó con el nivel educacional del público asistente. Hecho a través de encuestas y entrevistas a profundidad. Al final del estudio, los resultados arrojaron que el público asistente, la mayor parte de él, tienen un nivel de educación superior y han ido por primera vez. La parte más significativa se encuentra en el público femenino, entre los 16 y 24 años. Son jóvenes universitarios que gustan del teatro y las

actividades con fines culturales. De este grupo se dividió según el nivel de escolaridad. Quienes cumplían con el básico, bachiller, superior y posgrado permanecían aproximadamente dos horas en el lugar, optaban por dos obras y aparte por consumir en el bar. El gasto por persona va desde los cinco a quince dólares, Del público con menor nivel de escolaridad (instrucción de tercer y cuarto nivel), ellos mencionaron su insatisfacción con el nivel de la sala y los precios del bar (Castro, 2016, p.85).

En términos generales, ambos grupos, tanto quienes cumplían con un nivel de escolaridad hasta postgrado como quienes llegaban a un nivel inferior a eso, asisten por recomendación de amigos, por ir previo a otros eventos y fiestas. Disfrutan de asistir los fines de semana, específicamente viernes y sábado, dentro del horario de siete a ocho y media de la noches. Es importante recalcar que a través de los vínculos familiares el asistente tiene conocimientos sobre el campo artístico y cultural que permite que este sepa o tenga una idea clara sobre lo que ofrece el espacio (Castro, 2016, p.85).

ESTUDIOS ETNOGRÁFICOS DE CONSUMO CULTURAL

Cuéllar, Hernández y González (2013) en su estudio *Análisis etnográfico sobre el Microteatro Itinerante en grupos vulnerables del estado de Colima, México* expresan su intención de comprender el impacto social y cultural del Microteatro itinerante en las ocho colonias que conforman el estado de Colima, realizando una etnografía de tipo reflexiva. Esta herramienta les permitió observar la forma en la que los habitantes de las

colonias recibían y experimentaban esta práctica cultural, para poder "comprender y reflexionar sobre el significado de esta experiencia en sus vidas". Se plantearon dos objetivos: el primero observar cómo se transformaba y se dinamizaba el espacio cotidiano, y el segundo, registrar la relación espectador con la puesta en escena (Cuéllar, Hernández y González, 2013, p. 108).

Dentro de la investigación, Cuéllar, Hernández y González (2013) consideraron un "sistema de clasificación de la realidad observada" que incluyó: espacios visitados, sujetos y las acciones de estos, las interacciones sociales de estos, así como también las emociones experimentadas por los sujetos. Este sistema de clasificación de resultados les permitió concluir que el microteatro itinerante aparte de ser un espectáculo inusual para los habitantes, le dio un giro diferente al teatro usando elementos tangibles. Que permiten a la audiencia entender los significados culturales en cuanto al cuidado del entorno (Cuéllar, Hernández y González, 2013, p. 103).

Morales (2013) en su estudio *Etnografía del Teatro Popular: Un estudio sobre la aproximación a los espacios comunitarios y la producción material mediante el teatro (Colombia)* señala que el objetivo de este es poder documentar los procesos sociales a través de la práctica de las artes integradas. Presentó una caracterización de los espacios comunitarios a través de la práctica teatral y su estrecha relación con la producción material y la dinámica social de una comunidad determinada.

Se llevó a cabo una investigación etnográfica mediante un estudio de caso que permitió establecer las relaciones planteadas entre la práctica artística, el espacio y la comunidad. La investigación obtuvo una serie de resultados clave: “las acciones de la comunidad en los espacios públicos son formas en que los ciudadanos tienen que participar y dar sentido a los lugares y a su realidad social” lo cual quiere decir que el público, en este caso los ciudadanos al estar consumiendo un producto cultural, como consecuencia van construyendo la percepción que tengan sobre su realidad y su entorno. Otra parte de los resultados fue que “el espacio de la comunidad es el espacio público utilizado y vivido por personas con objetivos comunes, que se unen mediante la práctica de una actividad que da sentido a la arquitectura, y en la que el espacio público sirvió como un medio para desarrollar proyectos colectivos” equivalente a un entorno compartido entre varios sujetos, en las que estos asocian signos en común al habitar en ellos. Por otra parte “el espacio público se transforma imaginariamente en escenario teatral, mediante las acciones de los actores en el mismo” puesto a que si consideramos que nuestros espectadores son habitantes del espacio donde estamos haciendo la puesta en escena, estos construyen una imagen mental del contenido en el que este se desarrolle. Esto va de la mano con el resultado anterior.

Por lo tanto como conclusiones de este estudio, encontramos que la investigación aportó con una nueva perspectiva de los estudios sociales, a través del análisis sobre la relación de la práctica comunitaria realizada en las condiciones de un espacio. Adicional, en temas de diseño urbano se puede considerar los resultados para desarrollar instalaciones

recreativas en los barrios y además menciona la autora, utilizar la investigación para reconocer e identificar situaciones en grupos específicos, que nos puedan ayudar a proponer posteriormente una solución al problema que se presente (Morales, 2013, p. 9 -10).

El Consejo Nacional de la cultura y las artes (2014) de Chile en su trabajo *Prácticas de consumo, participación y valoración de la cultura en Chile: etnografía de análisis de casos* se realizó una investigación con el objetivo de mostrar una aproximación a las dimensiones de participación y consumo cultural, abarcando a seis casos de personas y tres casos de espacios.

Lo interesante de este estudio es el detalle que se tiene para la metodología, el cual se presenta como minucioso debido al nivel de profundidad de datos a obtener al que se pretende llegar. Entre los factores a destacar está la selección diversa de perfiles, la categorización está basada en variables culturales y económicas que al final en las conclusiones se ubican en un recuadro al cual se lo completa con los diferentes hallazgos que salen de cada dimensión analizada. Este estudio evidencia que son los jóvenes de entre 15 y 29 años quienes representan la mayor parte de este consumo, siendo consumidores activos del sector cultural. Quienes junto al resto de la muestra se ven impactados con la oferta cultural a través del medio masivo de la televisión en un 95% (Consejo Nacional de la cultura y las artes, 2014, p. 86).

Las conclusiones que se obtienen de este estudio están: que en términos de consumo cultural este no es homogéneo sino depende de la edad, nivel de escolaridad, nivel socioeconómico, la ocupación que tengan y localidad donde habiten. A partir de estas variables se puede establecer programas según las diferencias obtenidas (Consejo Nacional de la cultura y las artes, 2014, p. 86).

En lo que respecta estudios etnográficos a nivel local tenemos a Pareja (2016) con *Estudio etnográfico de consumos culturales del público asistente al Microteatro GYE durante la temporada del 29 de junio – 23 julio 2016,* el cual también forma parte del proyecto de investigación de la Universidad Casa Grande (Guayaquil) mencionado anteriormente. En este, la autora tuvo como objetivo caracterizar al público asistente a través de una etnografía, técnica ideal para la recolección de datos socioculturales, en donde de la manera más detallada es posible describir las realidades de los sujetos a investigar.

El estudio contempló un trabajo de campo con una temporalidad de un mes, equivalente a una temporada de actividades completa. En cuanto a las conclusiones que se obtuvieron, existen diferentes factores por los cuales el público asistente opta por este espacio, entre algunos de ellos están: la difusión de las obras en medios, el elenco de actores que la conforma y los eventos deportivos que se den los días de las funciones. A partir de estos el consumidor decide si asiste o no al espectáculo puntual que se esté llevando a cabo. Otro punto que se identificó, es la importancia de mostrar la

programación de actividades a través de redes sociales, puesto a que público asistente lleva un consumo activo de los medios digitales para informarse sobre este tipo de consumo relacionado al ocio y el entretenimiento. Por otro lado este lugar se vuelve relevante para asistir previo a un evento nocturno, en el caso puntual de jóvenes asistentes, suelen ir con vestimenta "cómoda pero arreglada" ya que asisten a otros eventos posterior al teatro (fiestas, discotecas, bares). El público de este lugar valora la socialización que el lugar le permite tener, le gusta la innovación, comodidad y precios asequibles. Pareja termina comentando, que este espacio se diferencia por su "ambiente, cálido, bohemio, informal, espontáneo" (Pareja, 2016, p.55).

A partir de esta recopilación de estudios, podemos concluir que es evidente el despliegue de estudios de consumo cultural, a pesar de esto se carece de estudios enfocados en los públicos. Los estudios se comienzan a desarrollar a partir de transformaciones tecnológicas, ya no se observan los procesos de consumos culturales desde la comunicación sino a través de procesos socioculturales. Esto debido a que el público está en constante búsqueda de vivencias distintas que le aporten con nuevos lazos sociales. El motivo principal de asistencia según los estudio es el disfrute de la obra y enriquecimiento personal y cultural. El consumo comienza a depender de otras variables, entre ellas: rango etario, nivel de escolaridad y nivel socioeconómico. En cuanto a estudios etnográficos, los elementos a analizar son los sujetos, los espacios, las emociones y las interacciones, con el fin de entender los aspectos alrededor del consumo.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

- Observar y describir los comportamientos, actitudes, motivaciones y hábitos de consumo del público asistente a los espacios artísticos autogestionados de Guayaquil: Pop Up Teatro – Café, Microteatro GYE, Estudio N, El Altillo, La Fábrica, Casa Cino Fabiani y Teatro del Ángel, durante el período de 31 de Mayo al 8 de Julio del 2017.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar cuáles son las dinámicas de compra y factores de comportamiento dentro de los espacios artísticos autogestionados.
- Observar las interacciones sociales que se den entre el público asistente en los espacios artísticos autogestionados.
- Describir las reacciones del público asistente respecto al espectáculo en los espacios artísticos autogestionados.
- Identificar cuáles son las preferencias de consumo del público asistente en relación al programa de actividades ofrecidas en los espacios autogestionados.

METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

ENFOQUE Y TIPO DE INVESTIGACIÓN

En la presente investigación se utilizó un enfoque de tipo cualitativo debido a que tal como menciona Marshall y Rossman (1999) “la investigación cualitativa es pragmática, interpretativa y está asentada en la experiencia de las personas”. Los autores señalan que dentro del proceso investigativo cualitativo se incluye: una inmersión en la vida cotidiana de la situación escogida para el estudio, se da una valoración y se intenta descubrir perspectivas de los participantes sobre sus propios mundos, existe una interacción entre el investigador y los participantes, y al ser una investigación descriptiva y analítica, permite que las palabras y comportamientos observados en las personas se conviertan para el investigador en datos de fuente primaria. (Marshall y Rossman, 1999)

Este estudio fue de carácter transversal al llevarse a cabo en un periodo de tiempo seleccionado, que va desde el 31 de Mayo al 9 de Julio del 2017, en los ocho espacios artísticos escogidos. Y exploratorio, debido a que nos permitió

> “Aproximarnos a fenómenos desconocidos, con el fin de aumentar el grado de familiaridad y contribuir con ideas respecto a la forma correcta de abordar una investigación en particular.” (Grajales, 2000)

ENFOQUE ETNOGRÁFICO

El enfoque etnográfico le permite al investigador realizar la recolección de datos a partir de una constante interacción con los actores sociales a los que quiere estudiar, esto lo logra gracias a su metodología que establece una "práctica que se de in situ, observando cómo las interacciones se realizan de manera rutinaria" (Marshall y Rossman, 1999).

Yuni y Urbano (2006) señalan que la etnografía es un enfoque

> Apropiado y eficaz para describir e interpretar cómo las modalidades de interacción entre los seres humanos, situadas a un tiempo histórico determinado, practicadas en el marco de instituciones especializadas (la familia, la escuela, el asociacionismo, las formas de vincularse con la naturaleza, las formas de organización políticas, entre otras) y que utilizan determinadas herramientas culturales (signos, códigos, lenguajes, etc) (Yuni y Urbano, 2006, p. 111).

Por lo tanto la etnografía en este estudio posibilita un vínculo con los siete objetos de estudios desde su entorno, del cual se obtienen los datos. Vínculo que permite un nivel mayor de exactitud en la recolección de información y en poder comprender el consumo cultural en los lugares donde se desarrolla.

CATEGORÍAS DE ESTUDIO

- Dinámicas de compra / Factores de comportamiento
- Interacciones sociales

- Reacciones del público respecto al espectáculo
- Preferencias de consumo respecto al programa de actividades
- Caracterización del público asistente

UNIDAD DE ANÁLISIS

Público asistente a los siete espacios artísticos autogestionados (Pop Up Teatro – Café, Microteatro GYE, Estudio N, El Altillo, Casa Cino Fabiani, La Fábrica y Teatro del Ángel) en el periodo de tiempo del 31 de mayo al 8 de julio del 2017.

MUESTRA

Para este estudio la muestra es no probabilística de tipo conveniente, ya que la selección se hace en base a la accesibilidad para el investigador. Teniendo un universo poco definido en los ocho objetos de estudio.

El perfil de la muestra son todos los asistentes a los ocho espacios artísticos autogestionados (anteriormente mencionados) durante el periodo de tiempo del 31 de mayo al 8 de julio del 2017, dentro de los días y horas de atención al público.

Se consideraron estas fechas, puesto a que equivalen al programa de actividades que se plantean para un mes completo de cada espacio cultural.

CONCEPTUALIZACIÓN DE CATEGORÍAS

CATEGORÍA	CONCEPTO	PUNTOS A OBSERVAR	LUGARES A OBSERVAR	OPERATIVIZACIÓN
DINÁMICAS DE COMPRA	Hace referencia al proceso previo, durante y posterior a la compra	● Observación de cartelera ● Decisiones de compra ● Consultas realizadas al personal del espacios en taquilla y las demás áreas ● Tiempo promedio en que se decide el espectáculo a ver ● Tiempo que se da la compra ● Número de boletos comprados ● Ruta del público dentro del espacio	● Entrada al espacio ● Sala principal ● Bar ● Taquilla ● Fila previo a la compra ● Cartelera	● Observación
INTERACCIONES SOCIALES	Hace referencia a cualquier acción de socialización entre dos o más personas	● Temas de conversación ● Puntos de socialización ● Formas de interacción ● Lenguaje corporal y verbal ● Distancia física entre personas y grupos ● Comportamientos ● Actitudes	● Entrada al espacio ● Bar ● Sala principal ● Terraza ● Dentro de las salas	● Observación

		• Emociones		
REACCIONES PREVIO, DURANTE Y POSTERIOR AL PÚBLICO CON RESPECTO AL ESPECTÁCULO	Hace referencia a cualquier reacción generada por el público respecto al espectáculo	• Comentarios sobre el espectáculo • Emociones • Comportamientos • Actitudes • Lenguaje corporal y verbal	• Cartelera • Taquilla • Sala principal • Al salir de las salas	• Observación
PREFERENCIAS DE CONSUMO CON RESPECTO AL PROGRAMA DE ACTIVIDADES	Hace referencia al tipo de preferencias a la hora de seleccionar una actividad dentro del espacio	• Comentarios sobre el espectáculos • Emociones • Consultas en taquilla o al personal sobre género, sinopsis y cualquier detalle del espectáculo • Comportamiento	• Entrada • Sala Principal • Bar / Terraza • Dentro de sala	• Observación
CARACTERIZACIÓN DEL PÚBLICO ASISTENTE	Hace referencia a las características que describen al público que asiste al espacio cultural	• Rango Etario • Tipo de vestimenta • Sexo	• Entrada • Sala Principal • Bar / Terraza • Dentro de sala	• Observación

INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

OBSERVACIÓN PARTICIPANTE

En esta investigación se utilizó la observación participante, debido a que esta herramienta permite al investigador realizar descripciones del grupo social que estudie. Incluyendo así "las acciones, los discursos y la vida cotidiana" de estos. Yuni y Urbano (2006) mencionan que:

> El objetivo es obtener información directamente de los contextos en que se producen las interacciones sociales y los intercambios simbólicos. Esta información le permite conocer al investigador cómo actúan y cómo interpretan, cuáles son los valores, las creencias y el sentido que le otorgan a sus acciones los actores (Yuni y Urbano, 2006, p.185).

REGISTRO DE DATOS

La información obtenida se registró por medio de:

- Fotos / Videos
- Notas de campo digitales (realizadas en el mismo momento de recolección)

CRONOGRAMA DE INVESTIGACIÓN

Se aplicará la técnica de observación participante en los siete espacios artísticos en un total de 6 semanas partiendo del 31 de mayo al 8 de julio del 2017 dentro del horario en el que cada uno tiene programada sus actividades.

ESPACIO	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO
Semana 1	29	30	31	1	2	3	4
FÁBRICA			Cine francés - "Et maintenant, on va où" 19h00 y 20h40				
ALTILLO					Danza contemporánea 20H00		Celebtndo el día del niño de 11h00 am - 17h00 pm
POP UP			MicroTeatros Desde las 20h00 La Ultima Cita Ni Angelines Fernandez Hola Soy Tu Vagina Papa Te Ama	MicroTeatros Desde las 20h00 La Ultima Cita Ni Angelines Fernandez Hola Soy Tu Vagina Papa Te Ama			MicroTeatros Desde las 20h00 La Ultima Cita Ni Angelines Fernandez Hola Soy Tu Vagina Papa Te Ama
EL ANGEL					No te mueras macho 9pm /		

ESPACIOS	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO
Semana 2	5	6	7	8	9	10	11
FÁBRICA						Teatro - Números y letras - 20h00	Improlandia - misión clown "Un lugar que vive en ti"11h00
MICROTEATRO					Nueva temporada desde las 19h00	Nueva temporada desde las 19h00	
POP UP				MicroTeatros Desde las 20h00 La Ultima Cita Ni Angelines Fernandez Hola Soy Tu Vagina Papa Te Ama	MicroTeatros Desde las 20h00 La Ultima Cita Ni Angelines Fernandez Hola Soy Tu Vagina Papa Te Ama		
EL ANGEL							No te mueras macho 8pm
ESTUDIO N	TALLER Experimentacion Escenica en Gye 19h30 a 21h30	TALLER Experimentacion Escenica en Gye 19h30 a 21h30	TALLER Experimentacion Escenica en Gye 19h30 a 21h30				

ESPACIO	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO
Semana 3	12	13	14	15	16	17	18
FÁBRICA	Taller Internacional de Danza Contemporánea con Chevi Muraday (Losdedae) 09:00 - 12:00						
ALTILLO					Concierto por la fiesta de la		SUB 16 del cuento 11h00 am
MICROTEATRO			Nueva temporada desde las 19h00				
POP UP			MicroTeatros Desde las 20h00 La Ultima Cita Ni Angelines Fernandez Hola Soy Tu Vagina Papa Te Ama				
EL ANGEL						No te mueras macho 9pm	
CASA CINO FABIANI				DIGNIDAD 20H30			DIGNIDAD 20H30

ESPACIO	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO
Semana 4	19	20	21	22	23	24	25
FÁBRICA			Cine francés - "Brooklyn" 19h00 y 20h40				
MICROTEATRO						Nueva temporada desde las 19h00	
POP UP		STAND UP COMEDY DESDE LAS 20H30			MicroTeatros Desde las 20h00 La Ultima Cita Ni Angelines Fernandez Hola Soy Tu Vagina Papa Te Ama		
EL ANGEL					No te mueras macho 9pm		
ESTUDIO N							

ESPACIOS	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO
Semana 5	26	27	28	29	30	1	2
FÁBRICA			Taller danza - Reidencia Artística. Resonancias del Cuerpo 9h00 a 12h00 Cine francés - "Coup de chaud" 19h00 y 20h30		TEATRO: SOILOQUIO EPICO CORAL 8PM CORTOS LGBTI 9PM		
ALTILLO							sub 16 de cuentos 11h00
POP UP				OBRAS DE MICROTEATRO			
CASA CINO FABIANI							DIGNIDAD 20H30

ESPACIOS	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO
Semana 6	3	4	5	6	7	8	9
CASA CINO FABIANI						DIGNIDAD 20H30	

RESULTADOS

Para esta investigación se llevó a cabo una etnografía, con la intención de comprender y descubrir los consumos culturales de los espectadores en los siete espacios artísticos autogestionados que se seleccionaron (Pop Up Teatro – Café, Microteatro, Estudio N, El Altillo, Casa Cino Fabiani, La Fábrica y Teatro del Ángel). La etnografía se realizó a través de una observación participante, técnica investigativa que da paso hacia una interacción "in situ" con los actores sociales que se quieren observar, describir e interpretar. El estudio tiene como objetivo principal comprender cuáles son los comportamientos, actitudes, motivaciones y hábitos de consumo del público asistente de cada espacio previamente nombrado. De esta forma manifestar las características de consumo de los asistentes dentro de los siete espacios. Para este proyecto se contempló un trabajo de campo en el periodo comprendido entre el 31 de mayo y el 8 de julio del 2017.

Posterior al periodo de observación realizado en los siete espacios artísticos se identificaron características con respecto a las actividades y el público asistente. Estas características se han categorizado de la siguiente manera:

- Dinámicas de compra / Factores de comportamiento
- Interacciones sociales
- Reacciones del público respecto al espectáculo
- Preferencias de consumo respecto al programa de actividades
- Caracterización del público asistente

Previo a detallar los resultados según la categorización anteriormente mencionada, se presenta brevemente cada espacio artístico incluido en este estudio. Siendo así:

Pop Up Teatro Café

Pop Up Teatro Café es un espacio artístico que abre sus puertas en el año 2016. En este se pueden observar obras de teatro de corta duración y *stand up comedy.* El espacio brinda a sus asistentes el servicio de bar donde se puede consumir variadas opciones de bebidas así como también sánduches y piqueos. Ubicado en Urdesa, una de las zonas más comerciales de Guayaquil, funciona en una casa adecuada internamente para sus fines artísticos. El espacio se sitúa en una calle secundaria del sector muy transitada por vehículos, cuenta con cinco salas donde se llevan a cabo las obras de teatro, dos áreas con mesas y sillas, y un área abierta para *stand up comedy*. Las actividades de Pop Up Teatro Café se realizan en una temporada que dura un mes completo, de martes a domingo desde las 6 pm hasta las 2 am (a excepción de los martes y domingos que atienden hasta las 12 pm). El valor a obras de formato microteatro es de $5 y el *stand up comedy* $8. Esto debido a que la primera actividad dura de 15 a 20 minutos mientras que la segunda dura 45 minutos.

Microteatro GYE

Microteatro GYE es un espacio artístico que inició en el 2014. Recientemente trasladado al Malecón del Salado, en la zona céntrica de la ciudad de Guayaquil. Hace parte junto a otros dos espacios del complejo cultural *La Bota*. Dentro de este espacio se comparte una misma boletería para los tres espacios. Microteatro GYE se ubica del lado izquierdo del lugar. Este cuenta con un área abierta con mesas y sillas en su exterior, y al entrar cuenta con un área de mesas y sillas, un área de muebles, un bar con distintos tipos de bebidas y piqueos y seis mini salas donde se lleva a cabo el denominado microteatro o teatro de corta duración. El valor por obra es de $5, y su duración es de 15 a 20 minutos. Una temporada completa dura tres semanas.

Casa Cino Fabiani

Casa Cino Fabiani es un espacio artístico que inició en el año 2009, ubicado en una casa patrimonial del Barrio Las Peñas, barrio turístico y muy transitado del centro de la ciudad de Guayaquil, la cual externamente conserva su fachada original pero en el interior ha sido adecuada para poder funcionar como espacio cultural. Casa Cino Fabiani cuenta con tres pisos, en la parte de abajo funciona la boletería y al subir se encuentra su sala principal en donde se realizan las obras de teatro, que duran una hora aproximadamente. En el tercer piso es la oficina y vivienda del dueño del sitio. El espacio maneja una sola función por día, y durante la semana las obras se presentan de jueves a domingo a las 8 pm, con un valor desde diez a veinte dólares. Las obras de teatro en este espacio se realizan esporádicamente

con una temporalidad de un mes. Adicional Casa Cino Fabiani cuenta con una pequeña área de bar, donde se ofrecen diferentes bebidas al público asistente. Este espacio cuenta con una capacidad para cincuenta personas aproximadamente y el costo por entrada está entre diez a veinte dólares dependiendo la obra.

La Fábrica

La Fábrica es un centro cultural que se inauguró en el año 2010, en este se realizan actividades multidisciplinarias entre ellas: obras de teatro, talleres de danza y teatro, ciclo de cine y conciertos de música. La programación de estas actividades se planifica para fechas puntuales, y más no se desarrollan para un periodo de tiempo establecido mensualmente. El centro cultural está ubicado en Urdesa en la calle Guayacanes, la cual es una de las calles más comerciales de la zona por su diversidad de restaurantes que la rodean. El espacio se encuentra en un edificio de tres pisos, el primero es un área de espera abierta en el cual para ingresar se debe tocar el timbre de afuera para que se abra la puerta que da acceso al espacio, al subir se encuentra un área con mesas y sillas donde se llevan a cabo los ciclos de cine, y en el mismo piso se ubica el área del bar en el cual se ofrece piqueos y sanduches, y una variedad de bebidas. En el tercer piso es la sala principal, donde se realizan talleres, obras de teatro y conciertos de música.

Estudio N

Estudio N es un centro cultural que inició en el año 2016, en el que se ofrece diferentes actividades como: ciclo de cine, conciertos de música, exposiciones de arte y fotografía, talleres de danza, teatro y lectura, y adicionalmente se lo alquila para eventos culturales

varios. Las actividades que se realizan en Estudio N se manejan de manera esporádica, y sus costos dependen del tipo de actividad que sea. Este centro cultural está ubicado en el centro de la ciudad, en la planta alta de un edificio. Este ocupa dos departamentos que han sido adecuados para poder trabajar como centro cultural. No cuenta con el servicio de parqueo, pero cerca de él hay algunos parqueaderos disponibles.

El Altillo

El Altillo es un centro cultural que inició en el año 2016, en el cual se ofrecen actividades multidisciplinarias entre ellas: conciertos de música, espectáculos de danza contemporánea, magia e improvisación escénica, lectura de cuentos e historias de terror y obras de teatro. Al igual que La Fábrica y Estudio N, este espacio también es alquilado para eventos varios. Además, sus actividades al igual que los otros dos espacios son planificadas esporádicamente. El Altillo se encuentra en el centro de la ciudad a pocos paso una de las avenidas más transitadas de la ciudad, como lo es la nueve de octubre. El espacio se ubica en una calle trasversal en un piso alto. Durante todo el día y todo la noche se evidencia el sonido de los motores Este centro cultural está ubicado en el centro de la ciudad, en la planta alta de un edificio. Este ocupa dos departamentos que han sido adecuados para poder trabajar como centro cultural. No cuenta con el servicio de parqueo, pero cerca de él hay algunos parqueaderos disponibles.

Teatro Del Ángel

Teatro del ángel es un espacio artístico que se aperturó en el año 1994, y brinda desde entonces a sus asistentes obras de teatro con una duración de una hora aproximadamente, junto con el servicio de bar, en el cual se cuenta con *snacks* y sanduches, y de bebidas café, colas y agua. Ubicado en una casa residencial en una calle secundaria en la zona de Urdesa, la cual internamente está acondicionada como un teatro tradicional con boletería, sala de espera, zona del bar y una sala principal de dos pisos donde se llevan a cabo las obras de teatro. La temporalidad de sus actividades es de ocho semanas de viernes a domingo, en un horario de 8pm hasta las 11pm.

DINÁMICAS DE COMPRA Y FACTORES DE COMPORTAMIENTO

Pop Up Teatro Café

Durante la observación se tuvo en cartelera las obras: *Ni*, *La última cita*, *Papá Te ama*, *Angelines Fernández* y *Hola! Soy Tu Vagina*. En lo que respecta al *stand up comedy se* llevó a cabo *Don Pascual*, *Mi Primera Vez* y *Sexo con Susi Hidalgo*. La interpretación tanto de las obras de teatro como del *stand up comedy* estuvo a cargo de reconocidos actores entre ellos: Prisca Bustamante, Andrés Garzón, Pedro Ortiz, Michy Zelaya, Susana Hidalgo y Alex Vizuete.

Desde los exteriores del lugar se percibe un ambiente llamativo al visibilizar la cartelera iluminada junto a una alfombra roja que conduce a la entrada. La cartelera está

decorada con pequeños focos de luz amarilla que enmarcan los atractivos *banners* que llevan impresa la gráfica promocional de cada obra, correspondiente a la programación de la temporada con sus respectivos horarios. Esta se vuelve el primer punto de contacto con los asistentes, los cuales se toman un estimado de cinco minutos para ver las opciones de obras que el espacio ofrece. Durante este tiempo, los asistentes discuten entre sí qué obras escoger, y entre las obras que señalan las más mencionadas fueron *Hola soy tu vagina*, *Papá te ama* y *La última cita*.

Antes de entrar la mayoría de asistentes consulta con el guardia del lugar sobre las actividades del espacio. Comentarios como: "¿A cuál va más la gente?" o "La plena plena, cúal vale la pena entrar". El guardia ante este tipo de preguntas, más que un crítica que puede sonar subjetiva reforza comunicando el género y sinópsis de cada obra que brinda el espacio. Este, se ubica del lado derecho de la puerta del sitio y recibe a los asistentes abriendo y cerrando la puerta que da acceso al sitio. Pero este miembro del personal en la observación desempeña otras funciones claves para quienes todavía no han decidido por entrar al espacio: él es a quien se le consulta todo lo relacionado a las actividades del espacio, sinopsis, duración de la obra, funciones con disponibilidad en ese momento, formas de pago, obras más vistas, opciones de bebidas y alimentos en el bar. Por lo tanto podríamos ver a esta figura como persona que desempeña también el rol de un anfitrión y es clave para que los potenciales asistentes opten por ingresar a Pop Up Teatro Café. Este conocía todo el detalle de la programación, lo cual le permitió ser identificado por los asistentes como una fuente de información confiable.

Estas consultas sobre las actividades no solo se realizan en la entrada del lugar, sino desde la calle donde circulan lentamente los carros al ser atraídos por la iluminación del sitio, proveniente de la cartelera, el gran letrero con el logo del lugar, y la gran ventana que permite a los transeúntes y conductores ver el movimiento de gente que se halla en el interior del espacio.

Los asistentes que optan por ingresar se llevan una buena impresión del lugar. Viendo a grupos de personas sentadas en las coloridas sillas de madera color turquesa que conforman las diferentes mesas alrededor del lugar, en donde estos ubican sus copas y jarras de sangría mientras lucen sonrientes y amenos mientras entablan conversaciones entre ellos. Este ambiente se ve decorado por paredes blancas cubiertas por personajes del espectáculo como Bob Marley, Marilyn Monroe o Michael Jackson, hechos de piezas metálicas recicladas pertenecientes a la exposición temporal *Leyendas de Hierro* de Darío Suárez. Junto a la música *jazz* que da buen ambiente el sitio, Pop Up Teatro Café se percibe como un espacio donde el público puede entretenerse con todo lo que encuentra a su alrededor, y socializar con sus acompañantes e incluso con demás personas que estén dentro del espacio.

A pesar de esta primera impresión que deja el lugar, una vez adentro se percibió en algunos rostros de los asistentes cierta desorientación. El público no tenía claro cómo

era el proceso de compra de boletos. Esto se identificó especialmente los primeros días de la observación, días después ya se habían colocado dos carteles que aclaraban las dos filas que existían, una para la boletería de lado izquierdo y otra para el consumo de bar del lado derecho. Una vez dentro de las dos filas, se sintió cierta falta de comunicación sobre las opciones de consumo, tanto del bar como el programa de actividades del espacio. Por lo que se captó a personas que ya en las filas buscaban con desesperación un soporte físico que les indicara las opciones con las que contaban. Muchos de los espectadores solucionaron el inconveniente pidiendo a alguno de sus acompañantes que busquen los pequeños letreros colocados en cada mesa con la programación y el menú del bar para revisarlo y poder seleccionar las opciones de su preferencia. Incluso se vio gente saliendo de la fila para acercarse nuevamente a ver la cartelera de afuera, desde la gran ventana que daba al exterior. O como hacían los acompañantes, tomaban también los pequeños letreros informativos de las mesas.

La mayor parte de los días se contempló un espacio artístico que refleja una gran acogida, superando la capacidad de ciento veinte personas que posee el sitio. El guardia del lugar me comentó que se recibe de entre semana (de martes a jueves) un estimado de ciento cincuenta personas diarias, y durante los fines de semana (de viernes a sábado) se reciben hasta trescientas personas. Por consiguiente mientras más lleno se encontraba el lugar, la desorientación de los asistentes era más evidente. A pesar de esto, el personal que maneja el espacio conformado por los meseros, los dueños, el personal del bar y los encargados de las salas manejaban una sinergia de trabajo destacable. A falta de

soportes visuales internamente con la programación y hora de arranque de las funciones de sus espectáculos, el personal del sitio manejaba con mucho cuidado la logística de sus actividades. Estaban distribuidos por todo el lugar y circulaban constantemente para atender a cualquier persona o grupo con alguna situación puntual.

Algo peculiar del espacio, es que la promoción de cada obra lo hacían los mismos actores y directores, quienes invitaban al público a escoger la obra como parte de su consumo. En lo que respecta al bar, se comunicaba el ingreso a las salas a través de un megáfono con anticipación, mensaje que lo reforzaban los encargados de las salas haciendo señas a los asistentes para indicar dónde se debía hacer la fila minutos antes de ingresar a las funciones. El personal del espacio era reconocible, al ser jóvenes tanto hombres como mujeres que vestían ropa negra y blanca junto con la gorra con el logo del lugar. En la entrada de cada sala esta persona recogía las tarjetas tipo carnet que se entregaban en la boletería por la compra de cada entrada. Estas se diferencian por colores y por un número, ya que cada color correspondía a una sala del espacio, pero no detallan el nombre ni horario de la obra.

Una vez recogidas las entradas, las personas se ubican en las sillas plásticas de las salas según van llegando. El encargado de las salas da las indicaciones de apagar celulares y hacer silencio, y el espectáculo arranca. Mientras tanto en la parte de afuera se encuentran personas que estando en el sitio, se dedican al consumo en el bar, ocupan las

mesas tanto de adentro como del área abierta. Estos son llamados por su nombre a través del megáfono para recoger su pedido en un mesón junto a la boletería. En este espacio la función de mesero es más de recoger que de llevar, puesto a que al ser un lugar con alta concurrencia la circulación es complicada. Con la complejidad que resulta desplazarse por el establecimiento por temas de espacio, en ciertos asistentes se ve inconformidad y disgusto, como también vemos a asistentes que transmiten sentirse a gusto rodeados de la gran ola de público y ruido que estos generan dentro del lugar.

La llegada con anticipación es un factor registrado en este espacio, en el cual los asistentes llegan al lugar de una a dos horas antes de entrar a algunas de las actividades que se brindan en Pop Up Teatro Café. Esto se debe a que antes de las 19h30 a 20h00 pm hay menos tráfico de gente dentro del lugar, lo cual permite a quienes lleguen ocupar las mesas antes de que sean tomadas. Asimismo, mientras llegan todos los integrantes de un grupo de personas, uno de ellos se encarga de hacer fila con tiempo hasta que llegue el resto del grupo y hasta eso el encargado ya ha realizado la compra por todos los integrantes de su grupo. Igual ocurre cuando se anuncia la apertura de una nueva función, el público inmediatamente se ubica cerca de la sala para empezar la fila de ingreso a la obra, guiándose por el número de la sala que está centrado en la puerta de cada sala. El promedio de horas que un asistente permanece en el espacio es de 3 horas, tiempo que se captó observando la entrada y salida de los asistentes.

Microteatro GYE

En el periodo de observación, la temporada de Microteatro GYE contó con las siguientes obras: *Pedro y el capitán*, *Un hombre muerto a puntapiés, Lo que callamos las mujeres, Mínimo impro, Harry y Sally, Pedida de mano, La pesadilla* y *Return.* Entre sus intérpretes están: Bárbara Fernández, Rocío Maruri, Fabricio Mantilla, Juan José Jaramillo, entre otros.

Las dinámicas de compra en este espacio coinciden en ciertos aspectos con Pop Up Teatro Café. Empezando por lo llamativo que se refleja el espacio desde sus exteriores. Al ser un complejo, los alrededores están ambientados con música clásica en un tono alto. Junto a pequeñas luces amarillas que decoran el área abierta entre el parqueadero y los tres espacios ubicados frente a este. En el centro se tiene un letrero gigante que dice boletería con los banners iluminados de las obras que se llevan a cabo en cada uno de los espacios artísticos que lo componen.

Al igual que en Pop Up Teatro Café, existe cierta desorientación de los asistentes al momento de llegar al lugar. Pasa en muchos casos que no identifican dónde está ubicado al espacio caminando ya sea desde el parqueadero o desde la calle de ingreso a *La Bota.* Lo mismo pasa con la boletería, no todos conocen la mecánica de compra de las entradas a las funciones.

Dentro de Microteatro GYE se suele ver gente que sale nuevamente a comprar sus pases en la boletería. A diferencia del Pop Up Teatro Café, este sí cuenta con una anfitriona. A quien se la identifica por el vestuario estilo charlestón, en el cual luce un vestido negro y un cintillo de plumas. Dado a que se maneja un movimiento de gente muy dinámico, a veces se ve a esta persona atendiendo a un grupo, mientras otro en ese mismo momento se encuentra desorientado. La anfitriona luce un vestido negro y un cintillo de plumas, haciendo referencia a la época de los veinte con estilo *charlestón.* Este vestuario permite que se la identifique como anfitriona, lo cual sirve de ayuda internamente para tener a quien acudir, tal como pasaba con el guardia de Pop Up Teatro Café.

Una vez adentro, al igual que en Pop Up Teatro Café los asistentes demuestran tener cierta confusión sobre dónde dirigirse. Esto pasa porque también se carece de señaléticas que indiquen dónde se encuentran las salas, el menú del bar y la caja de este e incluso los baños. Se percibe un ambiente interesante como primera impresión, pero segundos después se vuelve un poco común y estático. Esto se evidencia en las rostros de los asistentes, tanto de aquellos que se encuentran en el área del bar y mesas alrededor, como de quienes están sentados en la áreas de los muebles. Desde mi punto de vista esto tiene que ver con la estructura del lugar, al ser un solo espacio dividido en dos áreas, la ruta que puede realizar un asistente no sorprende, no es dinámica. Se vuelve monótona.

Previo a que se inicien las obras, vemos a la mayor parte de los asistentes apenas ingresa al lugar, lo primero que busca es un lugar donde sentarse. Microteatro GYE ofrece una variedad de muebles y decoración llamativa y colorida, esta es atractiva hasta tal punto que uno de los asistentes comentó "es como estar en *Central Perk* (cafetería de la serie *Friends*)". Estantes de libros con tonalidades variadas, lámparas tipo araña que cuelgan en el lugar con luz amarilla, y un detalle particular del espacio es que toda la pared que da hacia la calle está hecha netamente de vidrio. Lo cual permite que quienes pasen por el Malecón del Salado, se lleven una idea de lo que ocurre dentro del Microteatro GYE.

Casa Cino Fabiani

En este espacio dentro del tiempo de observación, se llevó a cabo la obra *Dignidad* del español Ignasi Vidal, obra que trata sobre dos políticos que más allá de sus roles dentro de un partido se encuentran en la disyuntiva sobre diferentes ideas sobre la política y la moral. Interpretada por los reconocidos actores Andrés Crespo y Alejandro Fajardo. Se llevó a cabo durante cuatro semanas dentro de los días de atención del espacio.

Al caminar hacia Casa Cino Fabiani por la calle Numa Pompilio Llona, se observa que ciertos asistentes que no ubican a primera vista dónde es el espacio. Desde los exteriores el único soporte físico que se tiene es un pequeño letrero junto a la puerta principal del espacio que tiene escrito "Casa Cino Fabiani" junto al logo del ministerio de cultura del país. El cual se llega a apreciar una vez frente al espacio y más no desde lejos. El espacio es una casa tradicional de color turquesa que en la parte de abajo en toda la pared izquierda interna

tiene un llamativo graffiti de una mujer con pelo rojo, que está junto a las escaleras para acceder a la sala principal en el segundo piso y frente a la mesa de la boletería. Se escucha a la gente que pasa cerca al espacio, preguntarse en tono de duda sobre qué es el lugar. Comentarios como: “Debe ser como un museo o teatro”, “entremos para ver qué es”. Lo que indica que existe cierto desconocimiento del espacio para quienes transitan por la zona, pero para quienes a menudo acuden, a diferencia de Microteatro GYE y Pop Up Teatro Café, la ruta de llegada es más clara.

Las dinámicas de compra que se manejan en este espacio a diferencia de Microteatro GYE, en muchos de los casos se vieron a asistentes llegando al lugar con sus boletos a la mano, las enseñaban a la persona encargada de la boletería y directamente accedían al segundo piso donde se desarrollan las obras. Esta mecánica de compra se desconoce en Microteatro GYE, pero en comparación con Pop Up Teatro Café el comportamiento de comprar anticipadamente las entradas es también evidente. En el caso de Casa Cino Fabiani, la persona de la boletería tenía un listado impreso con los nombres de aquellas personas que habían previamente pagado o incluso habían llamado a reservar. Otros asistentes al llegar, solicitaban sus entradas en la boletería, la cual era un papel impreso con el título de la obra, el número de entrada y valor pagado. Estas se adquirían a través de efectivo en el mayor de los casos, y algunos realizaban el pago a través de tarjetas de débito y crédito.

Sobre el personal que atiende en el espacio está el propio dueño, quien siempre está ubicado en la parte de abajo previo a que arranque la obra. Este viste ropa semiformal como cualquier asistente, pero en el caso puntual de Casa Cino Fabiani los asistentes que llegan al sitio sí lo conocen e incluso lo saludan y conversan con él previo y posterior a las funciones. Otro integrante del espacio es la encargada de la boletería, quien luce ropa informal y solo

se identifica como la encargada cuando está sentada en la mesa de la boletería. Fuera de ella no es reconocida como tal por su forma de informal de vestirse. A pesar de esta percepción la mayoría de gente que acude también la ubica a ella, y al igual que al dueño la saludan los asistentes y viceversa. Lo cual nos indica que la ubican quienes acuden con mayor frecuencia. Por otro lado una vez arriba, se cuenta con dos jóvenes con ropa informal que carecían de alguna identificación y se encargaban de funcionar como asistentes de producción y organizar a los asistentes en las sillas para la obra de *Dignidad.* Se los identificaba fácilmente debido a que ellos se acercaban a los asistentes apenas ingresaban a la sala.

La Fábrica

Durante la observación se llevaron a cabo distintos tipos de actividades, entre ellas: obras de teatro, ciclo de cine francés y un taller de danza contemporánea. En cuanto a las obras de teatro se puede mencionar a *Across de una versus*, *Números y letras*, *Ulrike Newton John en busca de la militancia perdida*, *Sintiéndolo mucho, Soliloquio épico coral* e *Improlandia*.

Obras teatrales que fueron creada por: Muégano Teatro, Grupo Lapapie y Fundación Narices Rojas.

En el caso de los ciclos de cine, cabe mencionar que el espacio tiene un convenio con la Alianza Francesa de Guayaquil que permite la proyección de cine francés. Las películas que se visualizaron son: *La cour de Babel, French Cancan* y *Brooklyn*. Por otra parte se efectuó el taller internacional de danza contemporánea con el director de danza español, Chevi Muraday.

Desde afuera de La Fábrica se ve una zona bastante transitada tanto por peatones como por autos. Al estar en la entrada al espacio está puesto un letrero con el nombre del lugar. Este en la noche no está iluminado. Lo que sí está iluminado es la sala de espera que se tiene al entrar. Sala en la que se visibiliza una cartelera en el lado izquierdo junto a la puerta, con afiches de distintas actividades que se darán durante el mes en fechas puntuales. Así como también actividades con fines culturales que se dan fuera del espacio.

Para ingresar a La Fábrica se debe tocar el timbre puesto en una puerta metálica de rejas que está en la entrada. El timbre es contestado aproximadamente en 3 minutos por el personal del lugar que está por lo general en el segundo y tercer piso. El personal responden con un "Hola", y los asistentes al tocar, comentan por ejemplo: "Hola ¿hoy hay cine francés?" o "Hola, venimos a la función". Posterior a esto no hay respuesta verbal por parte del personal, pero inmediatamente se abre la puerta. Al entrar en el techo están guindadas luces tipo navideñas de distintos colores. Más adelante hay paredes pintadas que le dan vida al lugar, algunas plantas puestas en una esquina, mesas de madera con ceniceros para quienes previo y posterior a las funciones deciden por fumar. Y adicional un *counter* de madera que tiene en su parte frontal, algunos afiches de los talleres de danza y teatro que el espacio ofrece. Encima de él, están algunas volantes con las mismas actividades puestas en la cartelera, y pasando esto unas escalinatas que conducen al segundo y tercer piso del espacio.

El público asistente que accede a La Fábrica ya conoce previamente el lugar, sabe a dónde debe ir y dónde sentarse. Esto se evidenció en actividades como Cine francés, programada para todo los días miércoles, en la cual se vio a un público que iba de manera permanente a las funciones que se tuvieron durante el periodo de observación. Esta actividad se llevaba a cabo en el segundo piso con un proyector y los muebles del área del bar. Los asistentes subían, saludaban al encargado del bar y se acomodaban en sus asientos. Con el pasar de las semanas, se identificaron comportamientos como: asistentes que ya tenían una forma exacta de ubicar sus sillas en dirección a la pantalla, o asistentes que llegaban y se sentaban siempre en el mismo lugar. Cuando finalizaba la función, tomaban sus cosas y se iban. Esta actividad no tenía un costo, durante el tiempo de observación fue la única de carácter gratuito.

En el caso de las actividades que sí son pagadas, como lo son las obras de teatro y los talleres de danza y teatro, de igual manera se evidenció un conocimiento del espacio en quienes asistían a estas actividades. Para las obras de teatro, efectuadas los fines de semana el espacio ubicaba una cartelera iluminada afuera del espacio, con hojas de papel que tenían impreso el nombre de la obra, el horario de la función y su valor. Las obras de teatro tienen un valor entre diez a quince dólares. Los transeúntes que pasaban por las afueras del espacio se veían atraídas por luces amarillas que tenían la cartelera. Así también las personas desde sus autos les llamaban la atención la cartelera, que en horas de alto tráfico durante el fin de semana captaba la atención, aunque desde la distancia del carro a la puerta no era muy legible la información.

Los asistentes de las obras de teatro tocaban el timbre, subían por las escalinatas que estaban cubiertas con afiches de actividades pasadas. Ya en el segundo piso se ve una pequeña área donde se ubica una mesa con diferentes volantes de actividades, tal cual se las tenían en el *counter* de abajo, junto a algunos libros que se vendían ahí y una caja chica que era manejada por la encargada de boletería. La encargada de la boletería viste ropa casual, no lleva ningún objeto que la identifique como parte del espacio. Pero aun así, el público la conoce. Esto identificado al ver asistentes que la saludan y le dicen por ejemplo: "Hola, que tal (sonrisas)". Para todas las actividades sólo se aceptaba efectivo como forma de pago, la cual durante los días de observación no se percibió como un inconveniente para ningún asistente.

Pasando la pequeña área, está un marco con unas cortinas que dan paso al área del bar en la cual los asistentes que llegan pasan directamente a esta. En su mayoría han comprado anticipadamente la entrada, como pasa en otros espacios como Casa Cino Fabiani y Pop Up Teatro Café. En esta área, hay diferentes mesas, algunas altas otras bajas para sentarse junto con cojines. Existe un segundo nivel de esta área, la cual al bajar unos escalones se encuentra con la barra del bar, en ella se brindan sanduches y piqueos y diferentes tipos de bebidas. Servicio con el que también cuentan los demás espacios a excepción de Estudio N.

Dentro de esta área, el único integrante del personal es el encargado del bar, quien viste cómodo e informal y se encarga de preparar y atender a quienes gusten de las opciones

del bar, así como también se encarga de dar inicio al cine francés los días miércoles y poner música que ambiente la sala mientras la gente espera a que arranque una función. El tipo de música que se escucha es *funk.* La cual gustó a los asistentes, quienes movían su cuerpo desde sus asientos al ritmo de la música mientras conversaban entre ellos. Es importante mencionar que, el encargado del bar es actor integrante del grupo teatral Arawa. Durante este estudio, el participó en la obra *Soliloquio épico coral*.
Durante el tiempo de espera, se ve un ambiente lleno de asistentes en cada rincón del segundo piso. La área del bar, la pequeña área de boletería e incluso a falta de espacio personas esperan desde el inicio de la zona de las escaleras hasta un poco antes de que inicie el tercer piso donde se llevan a cabo las obras. La encargada de la boletería entre cinco a diez minutos antes de que empiece la obra, se acerca al marco que da inicio a el área del bar y dice "buenas noches a todos, la función está por empezar. Les pedimos nos ayuden haciendo una fila para poder recoger las entradas". El público se acumula en la salida del área, y comienzan desde adentro a ponerse en fila. Los asistentes que decidieron esperar en las escaleras, avanzan hacia arriba y la persona de la boletería recoge las entradas en la puerta que da paso a la sala del tercer piso.

Al cabo de unos cinco a diez minutos ya los asistentes se ubican a su gusto en el graderío que el espacio arma exclusivamente para las obras de teatro de alta demanda. Como lo fueron las obras: *Across de una versus* y *Ulrike Newton John en busca de la militancia perdida.* Tuvieron aproximadamente entre cincuenta y sesenta personas. Dato obtenido a través de la encargada de la boletería.

Obras como *Números y letras* y *Soliloquio épico coral* por su parte usaron la estructura de sillas que se tiene normalmente para esta sala del lado derecho de esta. Estructura que tiene una capacidad para cincuenta personas. Sobre el resto de la sala, es un piso de madera con diferentes luces en el techo que se mueven según la escenografía planteada para la obra, junto con paredes cubiertas con telón negro. Importante mencionar que una vez que los asistentes suben al tercer piso, ya sea el personal del lugar como los dueños suelen apagar la luz y música del segundo piso. Todo se concentra en la parte de arriba, por lo que no suele haber nadie durante este tiempo en la parte de abajo (segundo piso y planta baja).

En cuanto al taller de danza contemporánea que se llevó a cabo durante cinco días entre semana en un horario matutino. Para este, los asistentes también conocían el lugar, ya que timbraban, saludaban a los dueños del lugar y pasaban directamente al segundo piso.
En el segundo piso por lo general esperaban aquellos que llegaban con media hora de anticipación, y la sala del tercer piso no estaba lista aún. Una vez que estaba preparada la sala los dueños avisaban y ellos pasaban con sus bolsos. Los asistentes en su mayoría se conocían y se desvestían con confianza en el área de las sillas de esta sala. El taller se daba a lo largo de toda la mañana. Los asistentes tomaban sus cosas, se despedían entre todos y se retiraban.
Sobre *Improlandia*, el cual era teatro improvisado para un público infantil, desarrollado por el grupo de *clowns* Narices Rojas. Llevado a cabo en dos domingos en el espacio. *Improlandia* recibió familias que conocían por primera vez el espacio, factor que se visibilizó cuando padres de familia preguntaban a otros asistentes en la planta baja

dónde se llevaría a cabo la función. Posterior a esto, los asistentes subían al segundo piso y esperaban ahí hasta ser anunciada la apertura de la sala. Una vez en el tercer piso, los asistentes se sentaban en las sillas de la sala, y dejaban a sus hijos en el piso delante del grupo de sillas de esta sala. Esto, con la intención de que se puede llevar a cabo las diferentes dinámicas que tendría el teatro de improvisación preparado para hijos de los asistentes. La dinámica de la función era muy participativa, tanto con los hijos como con los padres. Una vez acabada la función, los asistentes se despiden entre sí, y algunos con los actores intérpretes de las obras. Toman sus cosas y bajan hasta la salida del espacio. En este espacio no se visibiliza una permanencia posterior a las actividades como ocurre en Pop Up Teatro Café y Microteatro GYE.

Estudio N

En el tiempo de observación en Estudio N se llevaron a cabo dos actividades: taller de danza contemporánea y un taller de experimentación escénica. La primera actividad fue dictada por un profesor de danza chileno el cual diseñó un programa donde se llevó a cabo una rutina básica de danza contemporánea pensada para principiantes. Por otra parte en la segunda actividad fue dictada por el director del grupo escénico *La Mestiza*, Frank Martínez y en esta se trató sobre diversos temas, entre ellos: la música en escena, el mito y la sociedad contemporánea y la narrativa del territorio.

Como se ha mencionado Estudio N se desarrolla en dos departamentos que han sido acondicionados para funcionar como centro cultural. Estos se identifican con un cartel pequeño que está a la entrada de los dos departamentos, los cuales dicen: “sala 1” y “sala 2” junto con el logo “Estudio N”. Para ingresar a este, el portero del edificio pide una identificación a todos los asistentes. Te indica que está en el piso 10, y se sube. Cabe mencionar que el portero no cuenta con información sobre las actividades del espacio, lo que sí sabe es que el espacio queda dentro del edificio y tiene una idea de qué tipo de actividades se llevan a cabo ahí. Esto se evidenció, ya que al ingresar se preguntó por el taller de danza contemporánea, y el rostro del portero transmitía desconocimiento. Lo que sí decía es “Ok, es piso 10 lado derecho al fondo”.

Al subir por el ascensor y llegar al piso donde se encuentra el espacio, no hay ningún soporte físico que te indique los departamentos que se usan para las actividades de Estudio N. La única señal que te guía es justamente los dos departamentos mantienen sus puertas abiertas previo a arrancar cualquier actividad. En caso puntual de danza contemporánea la puerta estuvo abierta todo el tiempo. Desde afuera de las dos salas, se perciben dos ambientes que varían un poco entre ellos. Mientras que en la sala se visualiza más puntos de luz en el techo que alumbran diferentes puntos del departamento, ya sea el piso, la pared o incluso un pilar. Es mucho má grande en relación con la sala dos, y el borde que da hacia el exterior del edificio está cubierta con vidrio. En la sala se encuentra un mueble de tres puestos junto a la puerta principal, unos posters de eventos pasados que dicen por ejemplo: *Sofar Sounds Guayaquil* decoran una de las paredes. Cerca de las ventanas de vidrio, se encuentra un estéreo antiguo puesto sobre un banquito bajo de madera. Junto a ellos unos

pequeños maceteros y unos almohadones apilados junto a un pilar. Estos elementos se perciben como cotidianos y propios de un departamento habitado por jóvenes.

En el caso de la sala 2 esta es un poco más pequeña. En ella el espacio de la pared de vidrio que da hacia el exterior es la tercera parte en tamaño que la de la sala 1. Esta se encuentra vacía, solo del lado izquierdo se encuentra una mesa de madera con unos veinte libros en español e inglés, y junto a estos una bicicleta. En esta sala se poseen dos baños. Las dueñas indican que cuando hay una exposición o espectáculo en particular se usa el baño junto a la puerta principal a esta sala, y en cuanto a la cocina está ubicada junto a la bicicleta. En caso de que sea un taller de cualquier tipo al ser menos asistentes, se permite usar el baño que queda dentro de la habitación de una de las dueñas. Ella es la única que habita ahí. Ambas salas tienen paredes blancas y piso madereado que le da un toque moderno, y que imita a una galería de arte contemporáneo.

Sobre las dinámicas de compra esto se maneja de manera informal, tal como sucede en La Fábrica y El Altillo. Se paga en ese momento, en este espacio en particular se da directamente a quien imparte la actividad. Caso contrario de lo que ocurre en los demás espacios que este estudio incluye. Las dueñas de Estudio N comenta que este es un espacio que se alquila para diversas actividades culturales, otro motivo por el cual la logística de pago, recepción de entradas y mecánica del evento.

Durante la observación, como se comentó previamente se tuvo dos actividades. En el caso del taller de danza contemporánea, el cual estuvo activo durante todas las semanas de observación, los asistentes llegaban al lugar y tenían claro en qué sala se daba el taller, dónde dejar sus cosas y dónde cambiarse. El taller se llevó a cabo en la sala 2 todos los lunes y martes de cada semana desde las seis y media de la tarde hasta las siete y media de la noche. Tuvo un total de dos asistentes, las dos mujeres, una de aproximadamente 23 a 25 años y la otra entre 25 a 35 años. El profesor por su parte era un hombre entre 30 a 35 años. Para la actividad ambas usaban ropa deportiva, lo suficientemente cómoda para poder estirarse y moverse por toda la sala. El profesor usaba también ropa cómoda y recomendó a sus asistentes utilizar medias para facilitar deslizarse por el piso.

Es importante mencionar que el taller ya había arrancado cuando se inició la observación. En cuanto a las clases, estas duraban por día una hora. En el transcurso de este tiempo la dinámica se manejaba de la siguiente manera: primero las alumnas llegaban, dejaban sus cosas, después esperaban a que el profesor avise cuando iniciaba y posterior a eso comenzaba un calentamiento. Este se hacía sin música. El enfrente de ellas, y ellas lo seguían en cada paso que el profesor mostraba. Durante el desarrollo del taller surgían muchas preguntas sobre cómo realizar correctamente el paso a paso del taller. El profesor de manera individual veía el avance de cada una, corregía o comentaba sobre lo que las asistentes desarrollaban y continuaban. Al final de la clase se hacía la rutina completa y se tenía una pequeña retroalimentación, en donde se

hablaba de cualquier observación que las asistentes tuvieran sobre la clase y alguna recomendación que estas hagan para la próxima clase.

En cuanto al taller de experimentación escénica, se desarrolló en cinco días. Con un valor de $60 dólares por el total de días. El primer y segundo día se llevó a cabo el taller en la sala uno, ya que se esperaba un estimado de quince asistentes pero solo se recibió a una asistente los dos primeros días. A partir del tercer día se movió el taller a la sala dos, sala más pequeña del espacio. El taller arrancaba a las siete y media de la noche hasta las nueve y media. La primera asistente llegó a las seis en punto, tenía 56 años de edad. Vestía ropa de oficina, específicamente una falda y una camisa manga larga. En cuanto al instructor del taller, hombre entre 30 a 35 años a diferencia de la mujer vestía una pantaloneta y camisa de algodón ligera y estaba descalzo. En el primer día, el taller empezó quince minutos después esperando por otros asistentes a inscribirse. La única asistente por atender el taller esperó pacientemente en el sofá durante este tiempo, mientras sostenía un recorte del periódico por el cual se había enterado del taller. Para el tercer día se contó con una asistente adicional traída por la primera asistente. Ambas se quedaron hasta culminar el taller.

El taller se dió a puerta cerrada, a diferencia del taller de danza contemporánea que todo el tiempo mantuvo la puerta de la sala abierta. Previo a empezar el instructor comentó que “la idea del taller es que todos aportemos con ideas. El fin de este es poder construir

algo y poder hacer una muestra en la última clase". El instructor llevó a cabo una introducción extensa del taller, lo cual se llevó todo el tiempo que se tenía para el primer día. Situación que ocurrió debido a que la asistente comentó que no estaba al tanto de las temáticas que se iban a tratar y que solo le causó interés por el nombre del taller ("taller de experimentación escénica").

Al igual que en el taller de danza, se identificó que ambos talleres manejaron formatos donde al final de estos los asistentes debían de no solo demostrar los conocimientos adquiridos sino llevar a cabo una muestra de lo aprendido en los talleres. En el caso de el taller de danza contemporánea, a la rutina explicada por el profesor sus asistentes debían aportar con pasos creados por ellas. En el taller de experimentación escénica, las asistentes debían al final pulir una narrativa personal y contarla a través de los consejos y direccionamiento dado por el instructor.

Durante el taller de experimentación escénica se manejaron diferentes tipos de actividades entre ellas: yoga nivel básico, ejercicios de narración oral y escrita, desenvolvimiento corpóreo por toda la sala, que era acompañado con el sonido de un tambor que utilizó el instructor para esta parte del taller.

El Altillo

Durante el tiempo de observación se tuvo diferentes actividades entre ellas: espectáculo de danza contemporánea, funciones de magia e improvisación teatral, sesiones de

cuentos tanto para niños como para adultos, presentación de un libro y un taller de canto. E incluso el festival de actividades artísticas llamado *Fragmentos de junio*.

Al caminar en las afueras del espacio la calle se ve un número representativo de automóviles que se dirigen desde esa calle a la avenida principal. La calle tiene pocos peatones, y cuando es de noche la iluminación del sector es mínima, se ve un edificio de dos plantas con dos entrada frontales. La primera de lado derecho, es una puerta alta de madera que se abre hacia los lados. Encima de esta, está un letrero tallado a mano que dice *El Altillo café cultural*. En la segunda entrada del lado izquierdo, vemos una puerta de hierro que se parece a la de un garaje en su ancho. De estas dos, la primera siempre pasó cerrada, y la segunda siempre se mantuvo abierta desde las ocho de la mañana hasta diez de la noche desde el jueves hasta el sábado. En caso del domingo, se cerraba aproximadamente a las siete de la noche.

Desde los exteriores, aparte del letrero tallado en el lado derecho de la fachada frontal del espacio no hay nada más que de una señal de que es un espacio cultural. Días puntuales durante la observación se tuvo una un cartel impreso colgado en la puerta principal. En este se promocionaba *La Granja Loca*, el cual es un grupo de niños contando cuentos para un público infantil los domingos en horario matutino y vespertino, en dos bloques: uno de diez a once de la mañana y el otro de tres a cuatro de la tarde.

Desde la puerta principal al mirar hacia la parte interna del lugar, llama la atención una rayuela pintada en el suelo con colores vivos. En la pared del lado izquierdo se observa un mural pintado con los mismos colores y trazos de la rayuela. Los transeúntes que caminan por la zona, les llama la atención y se ve uno que otro entrar para ver qué hay adentro.

Una vez adentro, se debe subir una escalera en el costado derecho. Arriba se encuentra una terraza que en este espacio es la sala de espera previo a entrar a la sala principal. Área del lugar que gusta por el silencio que la rodea. En esta se observan paredes llenas de afiches de actividades que ya han pasado, recortes de periódico, fotos grupales de asistentes junto a actores de varias obras e incluso una pared pintada con *graffitti*. Guindan helechos desde el techo, y algunos pedazos de vidrios de colores. Los muebles son rústicos y en una mesa pequeña en la esquina derecha se ubican volantes de distintas actividades que van a darse en otros espacios.

Quienes se encargan de recibir a los asistentes son la dueña del lugar, quien viste ropa casual y con estilo bohemio; familiares de la dueña, quienes usan ropa informal y se encargan específicamente del área del bar. Y por la noche, suele haber una persona adicional para atender el bar. Este personal saluda a sus asistentes de manera cordial y los invita a tomar asiento antes de que se aperture la sala. Mientras tanto se ofrecen piqueos de mariscos y pollo, junto con bebidas como: agua, cola y cervezas.

El Altillo, en la mayoría de sus actividades comienza a tiempo las funciones. Caso puntual de los domingos, día en el que se tiene en horario matutino cuentos para un público infantil durante la observación no se tuvo público para esta actividad. Por lo que el personal decidió esperar de veinte a media hora si llegaban asistentes, pero no llegó nadie. En las demás de sus actividades, el personal le comenta al público que pueden ingresar y de forma informal recogen el dinero de los asistentes, y lo guardan en sus bolsillos o lo dejan sobre la mesa. Dentro de la sala principal donde se llevan casi en su totalidad todas las obras están ubicadas sillas de tipo comedor, junto a piezas de un juego de muebles divididas en partes. Un escenario angosto de unos 20 metros cuadrados, con luces de colores que cambian al segundo y ayudan a ambientar los diferentes espectáculos que se llevan a cabo.

Teatro del Ángel

Dentro del tiempo de observación en este espacio se efectuaron las obras: *No te mueras macho* y *Humor sin fronteras*. La primera obra es una comedia que a través de una analogía cuenta sobre la actual situación socioeconómica del Ecuador. Interpretada por los conocidos actores ecuatorianos Oswaldo Segura y Héctor Garzón, y José Luis Mancilla de origen argentino. La segunda obra por su parte trajo una propuesta que incluía un sinnúmero de personajes acompañados por diferentes historias contadas a través de juegos musicales, esta fue realizada por el grupo teatral argentino Despelucados. En el caso puntual de esta segunda obra ya había arrancado semanas atrás previo a iniciar la observación, por lo cual solo se contempló la última función.

Desde la parte exterior del espacio, se observa un cartel de aproximadamente dos metros que cuelga en la parte superior del lugar. En su fachada no se visualiza el nombre del lugar, únicamente el cartel con la gráfica de la obra *No te mueras macho* junto con la foto de los actores que la interpretan. En la fachada frontal de la casa se ve una puerta pequeña junto con unas escalinatas, las cuales carecen de iluminación ni de señaléticas que indiquen si es la entrada al espacio. Al caminar unos pasos hacia la derecha nos encontramos con un estrecho pasillo adoquinado, que se encuentra iluminado con luces blancas. Al entrar por este pasillo, de lado izquierdo se encuentra la entrada principal al teatro. El cual se identifica por una pequeña ventana de vidrio como el de una boletería, seguido por una puerta grande que abre hacia ambos lados y por un pequeño letrero que dice oficina del teatro.

Los asistentes desde que se estacionan en el borde de la calle donde se ubica el espacio o incluso la que da frente al Teatro del ángel tienen clara la ubicación y la mecánica de compra de boletos para acceder a las obras en el espacio. Esto se evidencia porque apenas se bajan, los asistentes caminan con seguridad ya sea a la boletería a comprar sus entradas así como también directamente dentro del lugar donde enseñan sus entradas que previamente ha comprado. Caso que volvemos a evidenciar en: Pop Up Teatro Café, Microteatro GYE, Casa Cino Fabiani y La Fábrica.

Las personas que se encontraban comprando sus entradas lo hacen en su mayoría en efectivo. Tal como pasa en los espacios anteriormente nombrados, el efectivo se

evidencia como método de pago más común entre los asistentes. Las entradas que se entregan en la boletería son un papel que impreso lleva el nombre de la obra y valor a pagar por la obra. Una vez dentro del espacio, en la sala de espera se encuentra un espejo que ocupa toda la pared que da frente a la puerta principal. En esta pared recién podemos visualizar en grandes letras *Teatro del ángel*, las cuales han sido grabadas en el espejo. Seguidamente los asistentes una vez adentro son recibidos por el encargado de la sala, que a primera vista no se identifica al ser un adulto que luce ropa informal y físicamente podría parecer un asistente más del lugar, pero una vez que te saluda dándote la bienvenida al espacio y te indica el ingreso a la sala principal ubicada del lado izquierdo del lugar la cual se identifica por las cortinas que la dividen de la sala de espera.

Es importante mencionar que una parte de los asistentes llegan aproximadamente una media hora antes de que inicie la función. Durante este tiempo algunos asistentes deciden esperar dentro de la sala principal donde se desarrollará la función, otros prefieren permanecer en la sala de espera o ir hacia el bar, que queda del lado derecho desde la entrada bajando unos escalones. Este posee un mueble de cinco asientos, y previo a la función una parte significativa de asistentes optan por esperar en esta área. Otra parte de asistentes suele llegar cinco minutos antes, esto debido a que viven cerca del lugar. Según el personal del lugar, es común ver a personas que viven dentro de la zona donde se ubica el espacio venir con mucha frecuencia. Muchos de estos, son

adultos mayores quienes aprovechan la corta distancia y el descuento que maneja el lugar por ser tercera edad.

Una vez que el encargado de la sala anuncia a la gente que está por comenzar la obra a quienes están en sala de espera o área del bar. Él se ubica junto a la puerta a la sala principal para recoger las entradas y él mismo indica dónde es la ubicación que el boleto le asigna a cada asistente. De todas formas existe flexibilidad para seleccionar los asientos, lo cual se percibió al momento en que los asistentes solicitaban otro asiento y el encargado de la sala lo permitía. Mientras esto ocurre el portero del espacio cierra la puerta principal del teatro. El comentó que se lo hace por seguridad, considerando que la calle en la que están no está muy bien iluminada.

En el caso puntual de la obra *No te mueras macho*, esta se dividió en dos partes. Por lo cual los asistentes tenían un receso de 10 minutos en el tiempo intermedio de la obra. Este era anunciado por el audio de la sala al cerrar el telón cuando culmina la primera parte. Posterior al anuncio, los asistentes se levantan y al salir de la sala se dirigían hacia dos puntos, uno el baño y el otro el bar.

En el bar se visibilizan dos únicas opciones de comida: *snacks* y sanduches. En cuanto a opciones de bebidas estaban: agua, gaseosas y café. Al momento de pedirlas, las más seleccionadas eran los sanduches que iban acompañados con un café. Seguidos por los *snacks* que asimismo se comían junto a una botella de agua. La primera opción era

preferida por el público adulto y la segunda era escogida por los asistentes que iban en familia o jóvenes. Los asistentes en su mayoría compraban y regresaban a la sala principal, para conversar entre ellos y compartir los refrigerios comprados en el bar. Durante este receso en la sala principal se reproducían baladas musicales algunas instrumentales y otras con música de Ricardo Arjona. Posterior a este tiempo, el encargado de la sala comienza a llamar a la gente que decidió por quedarse cerca al bar. Se observó que principalmente quienes deciden permanecer el receso fuera de la sala es el público de adultos mayores. Estos, deciden por comer y tomar su café con mucha calma. En ellos se nota serenidad, por la expresión corporal que transmite tanto su rostro como su cuerpo, los cuales lucen relajados. Muy pocos fueron los casos donde se vieron asistentes impacientes y apurados. Solo el caso puntual de un adulto mayor, el cual mientras estaba relajado tomando su café se disgustó con el encargado de la sala cuando lo invitaba a regresar a su asiento. Esto debido a que la función se había retrasado y había comenzado veinte minutos después, y el asistente comentó: "algo que deben mejorar es la puntualidad, la obra debió comenzar a las 9. No después para que uno no lo tengan apurando".

El encargado de la sala ante esta situación se mostró muy paciente, como lo hacía el resto del tiempo con lo que respecta a ubicar al público en la sala y atender diferentes consultas sobre las funciones (duración, sinópsis, entre otras preguntas del público). Pero esta persona no era la única en atender al público, considero que en Teatro del ángel, todo el personal conformado por: la persona de la boletería, el encargado de la

sala y el portero cumplían por igual la función de informar a los asistentes, en todo lo que respecta las obras del espacio, su valor y su horario. Se sentía una sinergia de trabajo, al igual que en los espacios: Pop Up Teatro Café, La Fábrica y El Altillo.

Posterior a las obras los asistentes agradecen al personal del lugar y se retiran fuera del espacio. Muchos de los asistentes se despedían del personal, y ellos en respuesta responden por ejemplo: “buenas noches, pase bien Juan Carlos”. Lo cual indica cierta confianza y conocimiento entre asistentes y el personal. Caso que ya hemos visto también en espacios como La Fábrica, El Altillo y Casa Cino Fabiani. No solo significa que existe cierto nivel de conocimiento, sino también que los asistentes son fieles a los programas de actividades y acuden con mucha frecuencia. Otro caso identificado fue el de un adulto de 50 años con ropa informal que llegó cinco minutos antes de arrancar con la obra, se acercó a la boletería y comentó “que tal deme un asiento en la parte de arriba como me gusta” mientras la mujer de la boletería sonreía y entregaba la entrada. Cabe mencionar que el espacio en sus funciones llenaba por lo general las primeras cuatro filas, teniendo así un total aproximado de cincuenta a sesenta personas por función.

CARACTERIZACIÓN DEL PÚBLICO ASISTENTE

Pop Up Teatro Café

Sobre el público asistente en este espacio, se han encontrado diferentes perfiles de público según el día de la semana. En el caso del martes, como anteriormente se mencionó, se maneja una actividad por semana diferente. Esto parece atraer a oficinistas, los cuales son adultos entre 30 a 35 años que llegan uniformados al espacio. Este grupo se distingue porque vienen en grupos de dos a cinco personas. En su mayoría son mujeres, que entrar al lugar con una actitud alegre y con predisposición a pasar un buen rato. Se han soltado el cabello y resaltando sus rostros con maquillaje con colores vivos, que transmiten intención de divertirse. Los martes es uno de los días que mayormente han llenado funciones de *stand up comedy*. La comedia en un género que agrada mucho a los asistentes los días martes. Se percibe un público que se siente relajado, desconectado de sus obligaciones y está plácidamente viendo y escuchando a los intérpretes. Muchas risas y mucho contacto corporal entre los asistentes es lo que se visibiliza el martes, a diferencia de los otros días donde se percibe esa buena energía que genera el sitio, se siente en particular un público más relajado. Mesas del área abiertas llenas de copas, *snacks* y cigarrillos. El *stand up* más visto de la temporada fue *Sexo con Susi Hidalgo*, el cual en su primer martes tuvo sala llena y se decidió programarlo nuevamente para el martes de la semana siguiente, teniendo nuevamente buena acogida por el público.

Para los días miércoles y jueves, los jóvenes adultos entre 25 a 30 años junto con adultos entre 45 a 50 años se apoderan de todo el lugar. Vemos a estos dos tipos de público llegando con ropa semiformal, pelo arreglado y perfumados. Tanto en lo que respecta a mujeres, quienes son la mayoría, y los hombres. Estos llegan en parejas conformados por una mujer y un hombre, como también parejas de hombres. Los grupos conformados por tres a cuatros asistentes también son los más vistos en estos dos días de la semana. La actitud enérgica y llena de entusiasmo es la que caracteriza a estos grupos. Desde que llegan salen ciertas risas o comentarios como "¿a cuál entramos?" o "¿qué les gusta?", momento en el cual el grupo discute y comenta sobre sus preferencias. Estos señalan a *Hola! soy tu vagina* o *Papá te ama.* Siguen riendo y señalan también a los actores los cuáles parecen identificar. En el caso de parejas adultas, suelen ocupar las mesas que llenan con copas de vino y piqueos, su distancia entre ellos es mínima. Se ve un público que disfruta un momento más íntimo, a través de conversaciones que duran un tiempo estimado de una hora, previo a ingresar a alguna función de microteatro. En el grupo de jóvenes adultos, ellos prefieren las áreas abiertas en las cuales ocupan las mesas entre 6 a 8 personas aproximadamente. En la mesa se observan bebidas alcohólicas como cervezas, copas de vino y cócteles. Los temas de conversación que se tratan, son situaciones de su día a día y anécdotas personales. Cabe recalcar que dentro del espacio cuando está lleno, los asistentes elevan si tono de voz para poder escucharse por la cantidad de ruido que invade el lugar. Esto ocurre en fin de semana. Entre semana en cambio, se puede llevar una conversación en un tono moderado.

Para el fin de semana, el público predominante sigue siendo el de adultos entre 35 a 50 años, asistentes que llegan al lugar con ropa semiformal un poco más elegante. Las mujeres llegan con tacos altos, los hombres con zapatos de vestir, y en general el público se visualiza más arreglado que el resto de días. La presencia de parejas se intensifica, se ven ingresar al espacio grupos de tres parejas, de hombres y mujeres. Tanto el viernes como el sábado son días de alto movimiento en el espacio, las parejas ocupan en su mayoría las mesas, por lo cual las unen para poder integrarse. Al momento de entrar a una sala, estos llevan sus copas dentro de la sala y todo el grupo ingresa a la misma función. Los jóvenes entre 21 a 25 años también aparecen durante el fin de semana en Pop Up Teatro Café. Estos asisten en parejas, hombre y mujer, se visten de manera más casual en comparación al grupo de adultos. Pero se percibe un tipo de vestimenta para un plan después de salir del espacio. Actividades como fiestas, reuniones o salidas a comer. Este comportamiento se identifica tanto en el grupo de adultos como el de jóvenes. Ambos al salir mencionan comentarios como "¿a dónde vamos ahora?" o "¿Pedimos pizza o vamos a mi casa?".

Otros grupos identificados pero vistos con menor frecuencia son familias conformadas por adultos entre 45 a 50 años junto a sus hijos adolescentes entre 15 a 17 años. Así como también, familias compuestas por dos adultos entre 25 a 35 años y niños entre 5 a 8 años. Estos grupos aparecen en el espacio los fines de semana, en especial el día

sábado desde las siete de la noche en adelante. Los padres de familia parecen llevar a todos sus integrantes como actividad familiar. Estos grupos entran a obras como *Papá te ama, La última cita* o *Ni,* considerando que estas obras manejan temáticas aptas para menores de edad.

Microteatro GYE

Sobre el público asistente se identifican los diferentes grupos que iban por primera vez a este espacio. Razón por la cual al momento de identificar el espacio, no tenían claro la ruta de llegada a este. Entre los grupos se tiene: el primero y uno de los más relevantes durante la observación fue el de mujeres adultas entre 45 a 55 años. Las mujeres llegaban en grandes grupos de seis a siete personas. El consumo de piqueos de sal junto con bebidas alcohólicas fue el más registrado en el caso de este grupo. El otro grupo que también se captó en gran cantidad fueron los jóvenes adultos entre 21 a 35 años, quienes acudían al lugar en grupo de cuatro a cinco personas, así como también en parejas de hombre y mujer. El tercer grupo, está compuesto por familias de adultos entre 35 a 45 años junto con niños de 8 a 12 años, estas acuden a Microteatro GYE con un número integrantes entre cinco a seis personas.

Casa Cino Fabiani

El público asistente en Casa Cino Fabiani identificado, se puede distinguir en dos grupos. El primer grupo conformado por adultos entre 45 a 55 años, hombres y mujeres,

quienes lucían ropa semiformal y formal caracterizada por ser telas finas, zapatos de vestir, accesorios de cuero y relojes con brillo. Tanto hombres como mujeres estaban perfumados y con el pelo arreglado. Las mujeres tenían un maquillaje que parecía profesional, como hecho en un salón de belleza. Este grupo llegaba al espacio, en parejas de hombres y mujeres. La mayoría usaba su sortija de matrimonio. LLegaban sonrientes y saludaban de manera cordial al dueño, la encargada de la boletería y quienes estuvieran a su paso mientras ingresaban al lugar.

El segundo grupo lo conforman los jóvenes adultos entre 25 a 35 años, este grupo está compuesto en su totalidad por mujeres. Las cuales llegaban en grupos de 5 a 6 personas. Pocos eran los casos donde se veían hombres dentro de este. Las jóvenes usaban ropa semiformal, un poco extravagante. A través de las texturas exóticas de sus atuendos, calzado y carteras.

La Fábrica

Sobre el público asistente, en La Fábrica se identificaron tres grupos de asistentes. En términos generales el tipo de público depende de la actividad. Por ejemplo en el caso de las obras de teatro, el grupo predominante son los jóvenes adultos entre 21 a 30 años, quienes visten ropa casual y llegan en grupos de cuatro a seis integrantes. Estos en su mayoría son estudiantes universitarios. Se escuchó a la encargada de la boletería decir que vienen de la Universidad de las artes a ver a su profesor actuar. (Refiriéndose a uno

de los actores de la obra *Soliloquio épico coral*). En cuanto al segundo grupo de asistentes, están los adultos entre 35 a 45 años, quienes vienen en parejas de hombre y mujer, o grupos de personas de tres a cuatro integrantes. Este grupo acude al espacio con ropa de oficina o ropa casual, dependiendo del día.

De estos dos grupos, se identificó que la gran mayoría acudía con frecuencia al espacio. Al ser vistos en más de una ocasión en La Fábrica, tanto para obras, ciclos de cine francés y talleres. Además tenían conocimiento sobre los tipos de contenidos que maneja este espacio, y en términos generales conocimiento sobre el teatro y demás temas del campo artístico. Esto se evidenció por los temas de conversación que se escuchaban previo y posterior a las actividades que se han mencionado. Entre los comentarios se decía: "Me gustó volverla a ver, *Soliloquio* (refiriéndose a la obra *Soliloquio épico coral*) es un clásico", "El cine francés no tiene nada que ver con las películas gringas" o "¿Esta ya la habían hecho en El Altillo verdad?".

Por otro lado, el tercer grupo de asistentes lo conforman las familias que acudieron a las funciones de *Improlandia.* Estas llegaban al espacio entre cuatro a cinco integrantes, conformadas por dos adultos hombre y mujer entre 30 a 40 años junto con dos a tres niños edades entre los seis y diez años. Familias vestían ropa casual y cómoda. Lo cual permitía a muchos de ellos sentarse junto a sus hijos en el suelo para participar en las funciones que se tuvo de la obra. En el caso de los niños, estos llegaban al lugar junto a

peluches y juguetes de colores. Los cuales llevaban, y eran quitados por sus padres una vez iniciada la función.

Estudio N

En Estudio N durante los dos talleres que se llevaron a cabo se identificaron dos perfiles de asistentes. En el caso del taller de experimentación escénica se tuvo dos mujeres adultas una de 35 años y la otra de 56 años. Los primeros días las dos lucían ropa de oficina, no apropiada para las actividades físicas que implicaba el taller. Para los siguientes días a solicitud del profesor, las dos mujeres vistieron con ropa cómoda. La mujer de 56 años comentó que había sido bibliotecaria, tenía conocimientos de literatura y algún momento tomó un taller de actuación. En el caso de la mujer de 35 años, ella por su parte trabaja junto a la otra mujer en una empresa comercial. A diferencia de la primera ella carecía de ningún conocimiento ligado al taller.

Por otro lado, en el taller de danza contemporánea las dos mujeres asistentes, una entre 23 a 25 años y la segunda entre 25 y 35 años. Ambas lucían ropa deportiva cómoda, la cual era apropiada para el contenido del taller. Las dos mujeres se percibieron como principiantes en danza, esto reflejado en la dificultad con la que se ejecutaban los pasos que el profesor enseñaba. Las asistentes a pesar de esto, al igual que las otras dos mujeres del taller escénico mostraron durante todo el desarrollo del taller predisposición por aprender.

El Altillo

En El Altillo su público al igual que en La Fábrica y Estudio N, este depende de la actividad que se ofrezca. En el caso puntual del espectáculo de danza contemporánea, los asistentes que acudieron se dividen en dos grupos. El primer grupo compuesto por tres mujeres adultas entre 40 a 55 años, vestidas semiformal, y el segundo grupo conformado por adultos mayores, que llegaron en parejas de hombre y mujer cada uno, ambas parejas entre 60 a 70 años.

En el caso de las mujeres adultas, dos de tres comentaron trabajar en el campo educativo. Al conversar con la dueña del espacio en las pausas del espectáculo, las mujeres realizaron diferentes críticas del espectáculo, lo cual evidenció que este grupo de asistentes sí tiene un conocimiento sobre el contenido de la actividad. El comentario que hicieron estaba enfocado sobre los tipos de danzas que iban a ver y sus características.

El segundo grupo de adultos mayores, por su parte también tenían conocimiento en lo que respecta el campo cultural. Mencionaron otros espacios artísticos que tenían actividad los días de esa semana. Uno de lo comentarios fue: “Yela Loffredo (artista plástica guayaquileña) está organizando ya desde hace rato un evento en la ESPOL”. A lo a que acotaron el primer grupo de mujeres adultas con “Es cierto, sí lo he escuchado. Incluso creo que sacan un anuncio en el periódico”.

En el caso de las sesiones de cuentos para niños, el público es el mismo que el de *Improlandia* (teatro infantil que se tuvo en La Fábrica, los domingos en la mañana). Esta actividad se llevó a cabo en horario matutino los días domingos. Durante el tiempo de observación solo el primer domingo se registró público, ya que el resto de días nadie acudió.

El público de las sesiones de cuentos para niños son familias jóvenes, compuestas por un padre de familia, tanto madre o padre entre 35 a 40 años junto con un niño o niña entre los 8 a 11 años. La familia viste ropa casual, y por la interacción con la dueña las familias acuden con frecuencia. Interacción que se evidencia, cuando se hacen comentarios como por ejemplo: "Angela (dueña del espacio) hoy sí vine...la semana pasada se me complicó pero esta vez sí te la traigo (risas)".

Para el resto de actividades, entre ellas: funciones de magia e improvisación teatral, sesiones de cuentos para adultos, presentación de un libro, un taller de canto y el festival *Fragmentos de junio* el público estaba conformado por tres grupos marcados. El primero jóvenes (hombres y mujeres) universitarios entre los 21 a 25 años de edad, y el segundo por parejas (hombres y mujeres) de adultos entre 40 a 55 años y el tercer grupo por parejas (hombre y mujer) de adultos mayores entre los 60 a 70 años.
Los jóvenes universitarios llegan a El Altillo en grupos de hombres y mujeres entre 3 a 4 integrantes. Estos visten ropa casual, y cuando es jueves o viernes asisten junto con

bolsos y mochilas. En el caso de los adultos y adultos mayores tienen la particularidad de vivir cerca al espacio, el cual se vuelve un motivo por el cual frecuentemente asisten. Esto evidenciado cuando hablan con la dueña y comentan por ejemplo: " El otro día si venía pero no tenía como dejar la bebé y no me cruzé". La otra razón por la que asisten, al igual que en La Fábrica, Pop Up Teatro Café, Microteatro GYE y Casa Cino Fabiani es porque conocen a los dueños. Esto pasa en especial con el público asistente adulto.

Teatro del Ángel

Sobre los asistentes del Teatro del ángel, se identificó tres tipos de asistentes. El primero lo conforman los adultos mayores entre 70 a 80 años, tanto hombres como mujeres. Estos visten ropa semiformal en su mayoría y llegan al lugar en parejas de hombre y mujer. El segundo grupo lo conforman las familias, de las cuales se han podido distinguir dos tipos. El primer tipo de familia conformado por adultos de 45 a 50 años junto con jóvenes adultos entre 25 a 30 años. Y el segundo tipo de familia, compuesto por adultos entre 35 a 40 años con niños entre 6 a 10 años. Ambas familias visten ropa informal. Las familias asisten en grupos de entre 4 a 5 personas. Por otro lado el tercer grupo de asistentes está integrado por parejas de jóvenes adultos entre 25 a 30 años, hombre y mujer específicamente. Estos visten de manera informal, *jeans* y ropa de tela sencilla y zapatos deportivos.

INTERACCIONES SOCIALES

Pop Up Teatro Café

En este espacio las interacciones son constantemente identificadas en el público. En la mayor parte de rincones del lugar se percibe esta facilidad de socializar ya sea entre los mismos grupos o entre desconocidos, a causa de la falta de espacio en el sitio para la capacidad de personas que se reciben durante los días de atención. La corta distancia entre asistentes, es un factor relevante en Pop Up Teatro Café. Esta permite que asistentes que se encuentren en filas de boletería o bar, filas afuera de las salas, o incluso filas para ingresar a los baños sean lugares comunes donde se entablen cortas conversaciones entre desconocidos. Las mesas en el interior al ser limitadas se comparten entre diferentes grupos. Asimismo pasa en la entrada del lugar, donde muchos de los asistentes salen a fumar haciendo de esta área un lugar donde las conversaciones entre asistentes pueden llegar a los 40 minutos. Durante este tiempo se escuchan conversaciones de vivencias personales, situaciones en el trabajo e incluso sobre obras teatrales antes vistas. Tiempo que se puede ver justificado porque no hay música en el ambiente, como pasa en el interior del espacio.

Con el personal del local, las interacciones se dan de manera coloquial. Se refleja confianza y comodidad cuando asistentes interactúan con los miembros del espacio. Hay muchos casos en que los asistentes saludan a los actores, y entablan conversaciones con ellos. Indicando que hay un conocimiento entre ellos. Factor que puede influir en

optar por ir a Pop Up Teatro Café. La familiaridad no sólo se percibe entre actores y los asistentes, sino también entre asistentes. Muchos grupos al toparse se saludan e intercambian unas cuantas palabras y se dispersan.

Entre los temas de conversación que se registran en Pop Up Teatro Café están las vivencias cotidianas de los asistentes, se habla de qué comer o hacer después y entre una de las temáticas que más se habla es sobre el espacio en sí. Comentarios sobre lo innovador del lugar, sobre obras de anteriores temporadas que recordaban los asistentes, sobre los actores e incluso sobre los dueños. Se observa a partir de esto, una buena acogida e impacto positivo en el público guayaquileño que consume en este espacio. Un público que parece estar probando formatos nuevos de consumo en la ciudad como el microteatro y el *stand up comedy*.

Microteatro GYE

En cuanto a las interacciones sociales registradas en Microteatro GYE, se identifican los mismos grupos sociales que en Pop Up Teatro Café. El primer grupo conformado por asistentes interactuando con otros asistentes. A pesar de que se sintió con menos intensidad que en el espacio anterior, pasaba que entre distintos grupos de asistentes se conocían y se saludaban de manera muy personal. A través de abrazos y rostros sonrientes. No se decían mucho, frases como: “Hola qué fue!”. Esto se visibilizó en los grupos de asistentes jóvenes, que detallaremos más adelante. Por otro lado están

aquellos asistentes que conocían a los actores y personal del lugar, quienes se comportaban con mucha confianza con ellos, dando gestos de cariño, camaradería, entre otros. En muchos casos acudían al lugar a ver las obras que estos interpretaban. Lo mismo ocurría con el dueño. Misma situación visibilizada en otros dos espacios: Pop Up Teatro Café y Casa Cino Fabiani.

Casa Cino Fabiani

En cuanto a las interacciones sociales identificadas en Casa Cino Fabiani, se han dividido en tres momentos. El primero es previo a la obra, la cual se registra saludos entre los asistentes, con mucho contacto corporal a través de abrazos. Lo cual indica existe cierto conocimiento y familiaridad entre ellos. En la sala, los asistentes se ubican según su agrado, preferencialmente en la parte del centro y atrás. En donde una vez sentados se observa a los diferentes grupos con sus copas de gin en la mano virándose para entablar conversaciones entre ellos y otros grupos de asistentes que parecen ser conocidos. Este comportamiento de conversar dentro de la sala previo a dar arranque a la obra parece ser un comportamiento particular que no se registra en los dos espacios anteriormente nombrados.

Durante el transcurso de la obra, los asistentes estaban muy atentos al desarrollo de la obra. Un nivel alto de atención hacia el contenido de la obra se percibió en este espacio, que se confirma mediante el silencio e inmovilidad de los asistentes. Estos apenas se movían, y cuando lo hacían era para comentar sigilosamente con otros asistentes sobre

partes del diálogo que los actores expresaban. Esto se evidencia a través de asistentes que afirmaban lo que los actores mencionaban, cuando estos expresaban por ejemplo: “todos en este país practicamos la corrupción” o “este es un país de rateros”. Por lo cual, existía cierta discusión sobre el contenido que en los dos espacios anteriormente mencionados no ocurría. Adicionalmente, se ve un público que durante la función se siente identificado con la temática y la trama. Se escuchan susurros entre los asistentes, los cuales comentaban: “igual que Glas (haciendo referencia a Jorge Glas, actual vicepresidente del Ecuador)”, “uuu los de AP (Alianza País)… (risas) ”. Frases que explican que a Casa Cino Fabiani, va un público que está informado sobre la política del país, y más allá de eso le interesa este tema.

Posterior a la obra es el momento donde se registra mayor interacción. Interacciones que se daban de distintas formas. La primera, entre asistentes, en la cual como se menciona anteriormente se sintió a un público que ya se conocía desde antes. Esto se percibió previo a la función, y cuando la obra terminaba los asistentes se buscaban entre sí para poder entablar conversaciones. Algunos de los temas que trataban eran matrimonios, viajes personales y en algunos casos sobre trabajo.

La segunda forma observada es asistentes con los actores. Una vez que acabó *Dignidad,* se vio a una parte de los asistentes pararse frente a la puerta donde saldrían los actores, y seguidamente estos se acercaron, se abrazaron con estos y los felicitaban. Los actores

sonreían y decían por ejemplo “hola qué fue loco, gracias por venir hermano” o “¿qué les pareció?”. Este tipo de comportamientos se evidenció tanto en Casa Cino Fabiani como los otros dos espacios que conforman el grupo de ocio y entretenimiento. La diferencia en este caso, es que la interacción que se tenía actores con asistentes se percibió menos lejana y de cierta forma muy familiar. Algunos asistentes tenían cercanía social con los actores y esto se sintió cuando entre asistentes decían “vamos, vamos a saludar a Andrés” o “Alejo, espectacular”.

En cuanto a la tercera forma de interactuar, se tiene a los asistentes hablando con el dueño. Dentro de este espacio el dueño de lugar trataba a los asistentes de manera muy personal, esto se evidenció cuando acompañaba a los asistentes desde la planta baja hacia el segundo piso para acomodarlos en sus puestos, se quedaban conversando sobre temas como familiares y amigos en común. Cuando se acabó la obra, los temas de conversaciones que comentaban entre ellos estaban enfocados en la obra como tal. Se hablaba sobre la trama de la historia, y en especial sobre el trasfondo político – social que manejó la obra. Se escuchaban comentarios de los asistentes hacia el dueño como: “loco deberías invitar a los de AP (haciendo referencia al partido político Alianza País)”, “Te felicito *brother* (término coloquial para referirse a un amigo cercano) *Dignidad* es tal cual nuestra triste realidad (risas)”.

La Fábrica

Sobre las interacciones sociales captadas en La Fábrica se han dividido según el tipo de actividad que lleva a cabo en este espacio. En el caso del ciclo de cine francés se identificó interacciones entre asistentes, los cuales previo y posterior a la obra entablaron conversaciones sobre temas relacionados a los campos del teatro y el cine. Comentarios como: “el corto de este tipo cambiaba tu punto de vista loco, era otro nivel” o “ siempre utilizan negros en películas francesas”. Al terminar las películas se percibió que a pesar de que durante la proyección de las películas los grupos mantiene cierta distancia entre ellos, al finalizar los grupos interactúan con comentarios como: “estuvo buena ah” o “qué risa dios mio”. Algunas sonrisas captadas entre ellos y posteriormente se despiden con frases como “chao”o “nos vemos”.

En el caso de las obras de teatro, los jóvenes adultos y adultos previo a ingresar a la sala donde se llevará a cabo la función conversan entre ellos en la área del bar. Los grupos ocupan las mesas que tiene esta área, y a poca distancia entre ellos comparten sus vivencias del día a día. Se escuchó conversaciones relacionadas a la política ecuatoriana, temas familiares y laborales. Durante y posterior a las obras, los asistentes interactúan con menor intensidad. La concentración va hacia las obras, y esto se percibe desde el silencio completo de la sala y el escaso movimiento de los asistentes. Indicando que hay un alto interés por el contenido de las obras.

Por otra parte, en el taller de danza contemporánea durante tres días entre semana en horario matutino, los jóvenes adultos asistentes tenían un alto nivel de conocimiento entre ellos, donde se reflejaba una actitud de confianza y trabajo en equipo. Entre los

asistentes se visualizó mucho contacto corporal, el cual no parecía forzado sino al contrario se percibió una conexión física entre estos al momento de realizar los ejercicios corporales que indicaba el profesor. Durante el taller, comentarios entre asistentes iban y venían, todos enfocados a vivencias personales y trabajos artísticos antes realizados por estos. Por lo cual, se entiende que estos jóvenes adultos son un público que ya tiene conocimiento de danza, algunos de teatro e incluso de literatura. Características que se evidencian cuando por ejemplo uno de los asistentes comentaba al profesor "estamos por estrenar la obra en micro, todavía estamos en ensayos". Incluso por parte del profesor, quien paralelamente al taller, era actor de la obra *Return* de Microteatro GYE.

Un comportamiento propio de este espacio se percibió cuando los asistentes compartían movimientos de danza junto al profesor y con los demás asistentes. Un ejercicio en particular se trataba de verse frente a frente y juntar las manos a la altura de los hombros. En ese momento uno de los asistentes leía el libro *Agua Viva* de Clarice Lispector y las lágrimas caían, los asistentes se abrazaban y al mismo tiempo sonreían. Al finalizar con los ejercicios del taller y una corta muestra de improvisación que incluía un arduo contacto corporal y diálogos del libro que un asistente expresaba al otro, se tuvo un momento de retroalimentación de sus vivencias.

En el caso de *Improlandia*, la mecánica de la actividad permitió una interacción por parte de los actores junto con el público infantil y sus respectivos padres de familia.

A pesar de que dentro del público infantil había una minoría de niños entre 5 a 7 años. Estos estaban cautivados, sus cuerpos casi inmóviles con la mirada fija hacia los actores. Lo mismo ocurrió con los más grandes, niños entre 8 a 10 años contestaban a lo que los actores preguntaban a los niños para darle continuidad a la historia. Un público infantil muy participativo y atento. Caso puntual de uno o dos niños de este último rango etario, estuvieron distraídos, desplazándose por todo el piso de madera de la sala sin importar la puesta en escena de ese momento. El público adulto se percibió contento y relajado, pasaron con sus teléfonos inteligentes en varias partes de la función, que los usaban para grabar o tomar fotos de sus hijos participando en la obra. Incluso ellos también aportaron con palabras para el desarrollo de las pequeñas historias que iban narrando los actores.

En ese momento se sintió un ambiente de tranquilidad, seguridad, satisfacción y amabilidad. Los asistentes uno a uno expresaron sus sentimientos y comentaban por ejemplo: “ te juro que no aguanté!, simplemente me dió por llorar”, “Me sentí relajado...dejé que todo fluyera”, “ Estaba todo bien, escuché las dos últimas líneas y me fuia la mierda” y “Cuando Peter me abrazó fue chistosísimo porque casi me caigo pero se sintió genial, pensé que todo estuvo super sincronizado”. Frases que justifican un nivel de familiaridad entre los asistentes.

Estudio N

Sobre las interacciones que se llevaron a cabo en Estudio N, se captó durante los talleres a asistentes que al pasar de los días pasaban de un lenguaje formal y lejano, a uno con

más confianza con sus instructores. Vemos a los asistentes comentar por ejemplo: “Bieeen, lo hice! Viste?” o “Frank usted me quiere matar, ya no siento mis piernas (risas)”. No solo comenzó a mejorar la comunicación entre instructor y asistente en ambos talleres, sino se veía una actitud de alta predisposición en las asistentes. Quienes empeñosas intentaban un sinnúmero de veces los ejercicios que instructores señalaban. Esto viene también por la actitud motivadora y alentadora de ambos profesores. Que con frases como: “Vamos vamos!, siga intentando, una más y acabamos” o “Dale de nuevo, guíate conmigo”.

La actitud de los instructores se visualiza como particular del espacio. Lograda a través de la intimidad y cercanía que se tiene junto a los asistentes del taller. En espacios de tipo multidisciplinario, es donde más se evidencia este factor, el cual el espacio de ocio y entretenimiento tal vez se dificulta más por la capacidad de personas que se reciben a diario.

Aparte de este factor, en el caso puntual del taller de experimentación escénica se notó un alto grado de desenvolvimiento por parte de los asistentes. Parte del taller contenía la ejecución de una narrativa oral y escrita, y previo a enseñar la muestra el instructor había pedido a las dos asistentes traer escritos de ellas. Solicitó que de ser posible sean personales para poder entender el estilo, formato en el que escriben, entre otros puntos. Cada asistente trajo algunas de sus anotaciones, y es durante el cuarto día donde se

sintió un taller que fluía. Gracias al material con el que se contaba, el instructor buscaba comprender el escrito y el trasfondo de este, para después guiar a las asistentes. Ellas al inicio sonreían tímidamente previo a contar sus historias, pero minutos después todo se daba de manera continua.

Otra de las interacciones registradas a lo largo de los talleres, fue ver cruzar a las dueñas del lugar en la cual ellas consultaban tanto a instructores como asistentes si todo estaba en orden y necesitaban algo. A esto, instructores y asistentes respondían cordialmente que todo estaba bien y la clase seguía.

El Altillo

En El Altillo se registran dos tipos de interacciones, la primera se realiza entre asistentes los cuales desde el momento que llegan entablan conversaciones en la terraza antes de que sean llamados a entrar a la sala principal. Entre los temas de los que se habla, en su mayoría están enfocados a las situaciones del día a día, salen comentarios como: “ayer estábamos en el Sánchez (haciendo referencia al teatro Sánchez Aguilar) con todos los niños, y no te imaginas la locura que era”, “un día terrible con mis alumnos, me tenían estresado” o “hace tiempo en la Católica (referencia a la Universidad Católica de Guayaquil) ya no hay esa clase, creo que fue hace dos semestres que la quitaron”.

Durante este tiempo, suele estar parte del personal del lugar incluyendo a la dueña. Los cuales platican con los asistentes. Siendo este el segundo tipo de interacción presentada. Los temas que se registran se enfocan en eventos pasados realizados en el espacio, así como otras actividades que se realizan en otros espacios. Incluso se habla de futuras actividades para traerlas al espacio.

Una vez dentro de la sala principal, las conversaciones entre asistentes son notorias pero a menor grado. Estas se realizan en las pausas que se tienen durante la función. Un ejemplo de esto, se evidenció puntualmente en el espectáculo de danza contemporánea en el que se tuvo tres pausas de cinco a ocho minutos cada una. En este tiempo los dos tipos de interacciones se hacían presentes. Entre asistentes para comentar sobre el contenido que estaban viendo, se comentaba por ejemplo: " creo que a la chica le faltó más, el otro bailarín se desenvuelve mejor", "esperemos ver el siguiente, creo que Angela dijo que también bailarán un poco de flamenco". Sobre el otro tipo de interacción, el cual se da entre asistentes con el personal del lugar, se vio cuando la dueña del lugar avisaba que había terminado una parte de la función. Durante esta pausa, la dueña aprovechaba para escuchar comentarios sobre el contenido que asistentes estaban viendo en ese momento, así como también comentarios sobre las futuras actividades que estos quisieran tener en El Altillo. Los asistentes comentaban: "Justamente te iba a comentar, este tipo de baile es muy característico de Manabí. Aquí no se ve este tipo de baile", "¿qué otros tipos de danza interpretarán los chicos?" o "Me parece que vi saliendo a una pareja, querían ver teatro".

Posterior a las actividades, el público sale a las afueras de la sala. Algunos hacen un parada en la barra del bar y otros se sientan por un rato en la terraza. En este tiempo, suelen salir los intérpretes de las actividades y se reciben comentarios por parte de los asistentes a estos. Los asistentes dan su agradecimiento a la dueña, el personal del lugar y los intérpretes. Una vez hecho esto se despiden y se van.

Algunos asistentes aprovechan y se fuman un cigarrillo, otros usan sus teléfonos inteligentes por un momento mientras esperan que los recojan. Pasan unos diez a quince minutos, y asimismo se despiden y agradecen con un "gracias, lindas historias", "chao, vengo para la próxima sesión" o "Chao Angélica (refiriéndose a la dueña), muy bonito todo".

Teatro del Ángel

En cuanto a las interacciones sociales vistas en este espacio, se identificaron dos tipos de interacciones. La primera efectuada entre los asistentes y el personal del lugar. Este personal del espacio, está conformado por el encargado de la sala, el portero del espacio, la encargada de la boletería y el personal del bar. Hay que tener en cuenta que la mayor parte del personal son personas adultas entre 30 a 50 años. Quienes llevan trabajando en Teatro del ángel más de cinco años. Entre los asistentes y el personal, se maneja un lenguaje donde prima la educación. Ellos al pertenecer a un rango etario adulto, se percibió al interactuar con el público de Teatro del ángel, un lenguaje un poco

formal pero con cierta confianza. El personal saludaba a los asistentes con frases como: “Cómo le va”, “Un gusto verlo por aquí”, “Ya no lo veíamos hace ya un tiempo”, “Buenas noches, ¿cómo está?”. Es importante mencionar que el lugar donde mayor se registraron interacciones en este grupo fue en la sala de espera, a la entrada del lugar y la zona del bar. Esto puede deberse a que ellos permanecían fuera de la sala la mayor parte del tiempo. Por lo cual previo a la obra, era un momento donde se veían estas interacciones en los puntos de encuentro mencionados. En el receso y posterior a la obra de igual manera en los mismos puntos.

El segundo grupo que interactúa dentro del espacio son los integrantes de un mismo grupo de personas. Esto se visibiliza tanto en: los dos tipos de familia y adultos mayores que anteriormente se mencionan. El que más se destaca en términos de contacto físico y creación de conversaciones son las familias. Ya sea previo, durante y posterior a la función se visibilizó un diálogo constante. Venía específicamente por los hijos de la familia, ya sean jóvenes o niños, el diálogo era activo. Estos comentaban por partes de la obra, por lo actores e incluso por consumo de alimentos y bebidas en el lugar. Se captaron comentarios como: “Mami ¿hasta qué hora es?”, “¿Y ese, como se llama?”, ¿“¡Me puedes comprar algo de comer ya mismo?”.

REACCIONES DEL PÚBLICO CON RESPECTO AL ESPECTÁCULO

Pop Up Teatro Café

En cuanto a las reacciones que se identificaron en el público asistente sobre las actividades, se encuentran las que se han dado previo al espectáculo. Entre ellas se ven asistentes con altas expectativas sobre las funciones. Un público emocionado es el que se percibe en las filas de ingreso a las salas. Entre las conversaciones que se escuchan, salen comentarios como: “Es la primera vez y está lindo”, “aquí si pega que sea un lugar más grande”. Una vez dentro de las salas, el silencio se apodera del lugar. El público se vuelve atento al espectáculo y todos los celulares quedan guardados. Dentro de las salas se percibe felicidad, conexión con el espectáculo y comodidad en los asistentes.

Una vez terminada la función, los asistentes sacan sus teléfonos y logran sacar fotos del espectáculo. Fotos que también capturan junto a los actores a través de *selfies*. Los asistentes apenas van saliendo emiten sus comentarios sobre el espectáculo. Las conversaciones se amplifican, los comentarios en su mayoría son positivos. Donde más se captan comentarios es a la salida, debido a que comentamos anteriormente existe menos ruido lo que permite que asistentes se explayen. Entre los comentarios sobre el sitio y sus actividades se registran algunos como: “Oye mis respetos”, “me alegra que le esté yendo bien a Pop Up”, “¿Cuándo venimos de nuevo?”. Pero también existen algunos comentarios negativos, que en general se relacionan a la capacidad del lugar, entre estos: “Por fin salimos ya no aguantaba más”, “uuu no creo que lo vayamos a lograr”, “Es mejor venir entre semana”, “ no sé, y si mejor vamos a comer?”.

Microteatro GYE

En cuanto a las reacciones sobre el espectáculo, se ha dividido en tres momentos. Previo a la función se siente emoción sobre lo que está a punto de ver en especial a lo que se comienza a hacer la fila, previo a entrar a la sala se percibió caras de sorpresas de la gente desde que comienza a hacer la fila hasta que se dan indicaciones antes del arranque (como si nunca hubieran asistido a un tipo de teatro de corta duración).
Se evidencia es un público que por primera vez asiste a este espacio. Una vez dentro de la sala, siguen las indicaciones del encargado de la sala. No hay uso de teléfonos inteligentes, puesto a que se ve a un público que colabora y apaga los celulares. La atención se concentra en la interpretación de los actores.

Una vez terminada las obras los asistentes reflejan en sus rostros su satisfacción, la mayoría de estos no comentan nada verbalmente pero decide buscar una mesa para quedarse en el espacio después de la obra. La otra parte del público decide retirarse y se dirige hacia el parqueo. Se escucharon comentarios como: "¿A dónde vamos a comer?", "Vamos por unos tacos o quieren pizza?".

Casa Cino Fabiani

En cuanto a las reacciones del público se vio previo a la función un público animado, al observar a los asistentes que al llegar a pesar de que llegaban con mucho tiempo de anticipación esperaban sentados con mirada hacia al escenario, o sino algunos asistentes

como hemos mencionado anteriormente conversaban entre sí pero nunca dejaban de regresar la mirada hacia el escenario, como estando pendientes del arranque.

Durante la función en cambio la actitud que tomaban los asistentes iba hacia prestar total atención, esto evidenciado a través del lenguaje corporal. Su cuerpo inmóvil y su mirada hacia los actores. Sonrisas iban y venían y junto con risas cuando actores mencionaban frases como: "¡Alejandro ven! tómate un trago hermano" o "Es que mi plan desde el inicio fue hacer eso con el dinero". Frases que reflejan cierta cotidianidad eran aquellas que hacían mostrar ciertos rasgos faciales que denotaban empatía y conexión con el diálogo.

Cuando estaba a punto de terminar la obra, los actores salieron de la escena pero la obra todavía seguía a través de un audio. El público pensó que había acabado y la sala se llenó de aplausos. El dueño desde atrás con sus manos hacía señales de espera, y el público en silencio escuchaba el audio que seguía sonando. Al final, cuando realmente acabó se veía un público que mostraba cierta sorpresa en su rostro, un desenlace inesperado cautivó los cautivó. La sala se llenó de aplausos nuevamente, y aún más cuando los actores salían para agradecer al público. Dignidad tuvo en términos generales una buena acogida por el público.

La Fábrica

En La Fábrica se registraron diferentes reacciones según las actividades que se tuvieron durante el periodo de observación. En el caso de los ciclos de cine, se observó un público que en la mayoría de funciones se registró una buena acogida del contenido, esto captado desde el inicio de las obras hasta el final de ellas. Acogida que se sintió a través de sus rostros que mostraban placer e interés. Muchas risas y sonrisas en el transcurso de las funciones. Los asistentes preparaban sus teléfonos para tenerlos en silencio o apagados, y así estos no los interrumpan durante las proyecciones.

La única excepción fue la función de *Brooklyn,* en la cual se observó a tres asistentes salirse a la mitad de la proyección. Algo que en el resto de películas nunca se registró. El contenido de esta película en comparación con las demás, no manejaba cierto humor o romance sino era en su totalidad una película de drama y con cierto suspenso. Esta película no tuve un clímax evidente, por lo cual se sintió un poco monótona y aburrida. Quienes decidieron quedarse, en comparación con las otras películas que estos mismos asistentes habían visto anteriormente, sus rostros no tenían el mismo nivel de interés y atención.

Al terminar la proyección de la película, los asistentes comentaban entre ellos: “Estuvo buena”, “Qué cague de risa esta mujer”, “Es otra cosa estas películas, nada que ver con lo que vez en cines” o “así vengo siempre”. Tomaban sus cosas, y salían sonrientes o con rostros satisfechos y se despedían del encargado del bar. Al igual que en El Altillo,

existe cierto conocimiento con el personal del espacio que al momento de despedirse se hacía con un tono de confianza, entre algunos comentarios por ejemplo: “Juan nos vemos, estuvo buena la de hoy”, “Nos vemos próximo miércoles” o “Gracias bro, avisas cuál es la siguiente”.

Sobre las obras de teatro, las reacciones previas a las funciones se hacen notorias en el área del bar, en la cual se ve un público ansioso por entrar. Comentarios como: “Ya cuánto falta, ya deberíamos entrar”, “Todavía no dicen nada, en teoría ya mismo entramos”. Una vez adentro, el público apenas apagan las luces para dar inicio a la obra apagan sus teléfonos inteligentes. Dejan de hablar con los asistentes con los que llegaron y su atención se centra en los actores. Durante las funciones, al igual que en Casa Cino Fabiani o Teatro del Ángel cada vez que los actores mencionaban algo relacionado a la política nacional, palabras coloquiales o referentes culturales, estos reían o sonreían. Al igual que los demás espacios el nivel de atención al contenido de los espectáculos es alto.

Una vez terminada la obra, las personas mostraban satisfacción a través de rostros lúcidos y sonrientes. Se acercaban a felicitar a los actores con abrazos y palabras como “estuvo genial hermano”, “te felicito, lo máximo tu obra”. A diferencia de espacios como Casa Cino Fabiani, en la que la mayoría de asistentes conocía a los actores. En La Fábrica, no necesariamente se conocían e igual existía este agradecimiento verbal con

ellos. Lo mismo que pasaba en Pop Up Teatro Café, cuando los asistentes se acercaban a los actores a felicitarlos y tomarse fotos con sus teléfonos inteligentes.

En lo que respecta al taller de danza contemporáneo, las reacciones se registran durante el desarrollo de este. Los asistentes ya se conocían entre ellos, incluyendo al profesor. La mayoría de estos ya había asistido al mismo taller en años anteriores, junto al mismo profesor. Esto se observó, cuando el profesor daba la bienvenida al taller y comentó "veo las mismas caras, parece que nos conocemos todos aquí (risas)". Durante el taller, la dueña del espacio quien también se especializa en danza, formó parte del taller. Todos los asistentes del taller se mostraron desde el inicio del taller con una actitud de predisposición a trabajar los diferentes ejercicios corporales. Esto se sintió, cuando el profesor comentó el contenido del taller y a esto los asistentes respondían asentando la cabeza y estirando su cuerpo como parte de su previo calentamiento.

A lo largo del taller, se sintió una conexión emocional entre los asistentes. Estos al ya conocerse de talleres anteriores, sabían cómo trabajar entre ellos. Se expresaban con libertad en momentos del taller, entre uno de esos está la pequeña muestra improvisada que se hizo el primer y segundo día del taller. La familiaridad con la que se trabaja incluso se vio entre asistentes y el profesor. Las reacciones posterior a los ejercicios que se realizaron fueron de satisfacción, alegría y tranquilidad. Emociones que se percibieron a través del lenguaje corporal de los asistentes. Sus rostros lucían relajados, al igual que sus cuerpos. Muchos de ellos se acostaban en el piso y suspiraban. Al

finalizar se despedían con un beso y abrazo y decían “chao chicos, chao Chevi, ¡nos vemos mañana!”.

Estudio N

En cuanto a las reacciones del taller registradas en ambos talleres, vemos en lo que respecta el taller de danza contemporánea a una de las asistentes rendirse con uno de los ejercicios solicitados por el profesor. Ella comentaba: “no puedo, me duele la espalda” y a esto el profesor respondía “un segundo más y terminamos”. Posterior a esto la asistente quedaba muda y seguía tratando.

En el taller de experimentación escénica en cambio, hubo varios momentos registrados previos, durante y después del taller. Con lo que respecta a previo al taller, se vio al instructor con un rostro de sorpresa al ver a la mujer adulta de más de 55 años inscrita en el taller. Otro momento observado fue el primer día de taller, en el cual la primera asistente del taller se notó incómoda al no contar con la ropa apropiada cuando instructor le solicitó bajar del mueble en el que estaba esperando, a sentarse en los cojines en el suelo que él había preparado para usar el taller. Durante todo el taller se destaca la predisposición registrada por las dos asistentes, la actitud paciente del profesor hacia ellas, quienes ambas eran nulas en las diversas actitudes que se enseñaron en este.

El Altillo

En El Altillo se registraron diferentes reacciones según la actividad a la que asistió. En lo que respecta a el espectáculo de danza, la expectativa fue alta previo a entrar a la sala. Esto gracias a la dueña quien comentó a sus asistentes: “Hola buenas noches, el día de hoy tenemos a una pareja de jóvenes bailarines de Manabí que nos traen una variedad de danzas que han preparado especialmente para nosotros”. Posterior a este comentario, los asistentes sonreían a la dueña. Una vez dentro de la sala e iniciada la actividad, los asistentes, tanto adultos como adultos mayores sacaron sus teléfonos inteligentes para sacaron fotos y videos de los diferentes bailes que se tuvieron. Al terminar la función, el grupo de asistentes adultos se acercó a los jóvenes bailarines y agradecieron. Por parte del público de adultos mayores agradecieron a la dueña y se retiraron.

Se tuvo un caso puntual previo al espectáculo de danza contemporánea, en el cual llegaron dos parejas de adultos mayores quienes preguntaban “Hola buenas noches, qué hay hoy?”, la dueña comentó “Hoy tenemos danza contemporánea con una jóvenes talentosos que vienen desde Manta”. La reacción de estas parejas fue de desinterés al comentar “mmm, pensaba que había teatro. Gracias” y se retiraron.

En cuanto al festival *Fragmentos de junio,* el cual contó con actividades como: espectáculo de canto, espectáculo de danza contemporánea y sesiones de cuentos para adultos. Se evidenció un público que iba puntualmente por las actividades que estaban

planificadas, ya que una vez que estas terminaban el público agradece a los dueños y se retiraba.

Teatro del Ángel

Sobre las reacciones en el público con respecto a la obra *No te mueras macho* se las dividió en tres momentos: previo, durante y posterior a la obra. Previo a la obra se sintió a los adultos mayores con cierta tranquilidad mientras esperaba dentro de la sala a que inicie la obra. Estos no hablaban mucho y enfocaban su mirada en el telón cerrado del escenario en la expectativa de que arranque la función. Durante la función los adultos mayores se ven enfocados en el desarrollo de la obra, en ciertos momentos se escucharon risas cuando actores dentro del diálogo hacían referencia a algunos políticos del Ecuador, o utilizaban palabras obscenas. Esto se vio a lo largo de toda la función. Al terminar los asistentes salían con un rostro alegre y emocionado.

Por otro lado en el caso de las familias, entre algunas de las reacciones que se llevaron a cabo previo a la obra tenemos a los padres preguntando a sus hijos jóvenes de qué trataba la obra, a qué hora entraban e incluso si Oswaldo Segura iba a estar dentro del elenco de *No te mueras macho.* Comentarios que indican que uno de los motivos de ir al espacio tiene que ver con invitar a la familia a ver una obra. También que se asocia al espacio a través del actor Oswaldo Segura, hecho que podemos afirmar a través de comentarios del personal del sitio, que manifiestan como una de las razones principales

por los que la gente acude al sitio es a ver al actor en escena. Durante el tiempo de observación se tuvo el caso de que este no pudo asistir a una función y se tuvo que suspender la actividad ese día. Otro factor que se observó fue el uso de teléfonos inteligentes por parte de los integrantes más jóvenes de las familias. El público adulto en su mayoría contaba con celulares más sencillos que el de sus hijos, y estos lo usaban puntualmente por corto tiempo y lo guardaban.

Durante la obra, las familias concuerdan con los adultos mayores en reírse cuando actores utilizaban palabras obscenas y de la jerga popular como: "maricón", "no me jodas", "tú me quieres ver la cara a mí". A diferencia del público de adultos mayores, las familias comentaban entre ellos en tono de goce: "es cierto", "pobre viejo". Comportamiento que se asemeja al que veíamos en Casa Cino Fabiani cuando se trataba de una situación cotidiana o de carácter social o político.

Por otra parte, en la última y única función de *Humor sin fronteras* observada, hay que tener en cuenta un detalle. La función arrancó aproximadamente diez y media, minutos después de finalizada *No te mueras macho.* La duración era de una hora y en el caso puntual de esta obra, los actores vestidos en base a la trama de la obra salieron a la sala de espera a invitar a la gente a pagar por la función, factor observado en los espacios Pop Up Teatro Café y Microteatro GYE. Los actores comentaban que venían de Argentina y la oportunidad de ver su obra era única e irrepetible (considerando que era la última). El público que salía de la obra anterior en términos generales se mostraba

con una actitud de indecisión, donde a los actores responden: “suena interesante, pero es muy tarde” o “mmm…y hasta que hora es”. Los actores siguieron insistiendo y lograron tener un aproximado de 20 personas.

En el desarrollo de la obra, hubieron escenas que se percibieron como “crudas” y un poco censuradas para menores de edad. Entre las escenas más impactantes, uno de los actores hacía de madre y este era golpeado por su hijo de aproximadamente 2 a 3 años hasta tumbarse en el suelo, o por ejemplo saltaban fuera del escenario y caían sobre las piernas de un hombre adulto. Las reacciones a partir de este sinnúmero de escenas que iban y venían durante la obra causaba en los asistentes jóvenes un nivel intermedio de risa. En el caso de los adultos que estaban acompañados junto a sus familias, la expresión de sus rostros mostraban cierta incomodidad e incomprensión sobre el contenido de la obra. Pocos eran quienes reían o por lo menos sonreían. Considerando que la obra manejaba un tipo de comedia, que tal vez no estaba diseñado para un público ecuatoriano. Donde no se pensó en una adaptación a elementos en los cuales sí se identificara con el público ecuatoriano. Al final de la obra, los jóvenes aplaudían fuertemente. Obra que empezó siendo no tan comprendida, logró que parte del público joven y adulto capté el humor tan atípico que contenía la obra.

PREFERENCIAS DE CONSUMO CON RESPECTO AL PROGRAMA DE ACTIVIDADES

Pop Up Teatro Café

En temas de preferencias sobre las actividades que se ofrecen en el espacio, los asistentes se deciden por un estimado de dos obras de microteatro. Entre las opciones escogidas curiosamente escogen una obra de género comedia como lo es *Hola! soy tu vagina*, la cual trata sobre una mujer soltera de 30 años que entabla una conversación irónica con la personificación de su vagina, combinándola con obras de otros géneros como es el caso de *La última cita*, perteneciente al género dramático y que trata de un encuentro inesperado entre dos personas que no se han visto en mucho tiempo y la vida los reúne nuevamente. Ambas fueron las más observadas por el público asistente del Pop Up Teatro Café según lo comentado por el guardia del lugar que acotó que "estos días nos ha tocado abrir más funciones a último momento", refiriéndose a las obras previamente mencionadas.

A diferencia del resto de días, el martes se programa una actividad diferente cada semana. Se tiene por lo general: *stand up comedy*, show de magia, monólogos, y cualquier propuesta que se le presente al dueño del lugar. El *stand up comedy* es una de las actividades que constantemente se establece para este día. *Stand ups* como el de *Mi Primera Vez* y *Sexo con Susi Hidalgo* son los que mayor acogida tuvieron durante la temporada. En el caso del primero, trataba sobre la primera vez en varios aspectos de la

vida del personaje, y el segundo en cambio contaba anécdotas y vivencias de la sexóloga Susana Hidalgo. Temáticas cercanas a la vida cotidiana de los asistentes son las que se visualizan como las de mayor preferencia, tanto en el caso de obras de microteatro como en el *stand up comedy*.

Un comportamiento propio del lugar es que cuando los asistentes retiran sus copas de vino (en su mayoría) y bebidas alcohólicas en general, las llevan a las salas donde se realizan las funciones. Una vez dentro de las salas se ve un público a gusto por la facilidad que el espacio les da a ellos de poder ingresar con sus bebidas. Es algo que se percibe como muy valorado por los asistentes, que en teatros tradicionales es imposible de realizar por temas de reglamentos y formalidad de estos lugares. Se escuchaban comentarios como: "Trae tu copa que sí se puede (dicho por mujer que sonríe a otra)". Por otra parte, en temas de consumo es evidente que el público que asiste al lugar y no decide entrar a las funciones sino quedarse en la mesas del espacio, repite su consumo de bebidas en un estimado de dos veces.

Dentro del espacio se evidencia mucho el uso de teléfonos inteligentes, que en su mayoría se poseen por parte de los asistentes del lugar. Hombres y mujeres lo usan para tomarse fotos entre los asistentes, hacer videos y fotos de las diferentes actividades que se ofrecen en el sitio o con los actores intérpretes de las obras al finalizar las funciones, y adicional para capturar imágenes de las bebidas y comida que estos consumen. Otro

uso que se evidencia es mientras se espera en la fila ya sea la del bar o boletería, o previo a ingresar a las diferentes salas del espacio e incluso cuando los asistentes esperan a alguien en la entrada.

Microteatro GYE

En cuanto a las preferencias sobre la programación de actividades, las personas elegían las obras de Microteatro GYE basados en los siguientes factores: el primero, si reconocía a los actores del elenco o por lo menos uno. Caso puntual que se evidenció fue cuando una asistente en el área de la cartelera veía el cartel de la obra *Return*, e identificó el nombre de Chevi Muraday. Por lo cual lo motivó a elegirla. El segundo, lo llamativo del nombre de la obra. Obras como *Pedida de mano*, *Pedro el capitán* y *Harry y Sally,* fueron las más atractivas en cartelera, y además las obras con mayor número de asistentes. En las cuales se captó largas filas fuera de las salas donde se llevaban a cabo. Los asistentes comentaban que estas sonaban interesantes con tan solo leer el nombre de la obra, e incluso en la boletería preguntaban al personal de la boletería cuál era la sinopsis. El tercer factor fue la recomendación personal del espacio, recordando que Microteatro GYE recién se aperturó en el complejo "La Bota" lo cual generaba que asistentes una vez en la boletería llamaran o comentaran por ejemplo "Creo que esta fue la que se vinieron a ver ayer los chicos" o "Me parece que se llamaba *Pedida de mano*".

Casa Cino Fabiani

Sobre las preferencias de consumo dentro del espacio, se identificó previo a empezar la obra que los asistentes se ubican en los asientos de su preferencia a excepción de las primeras dos filas, las cuales tenían puesto un papel con el texto "reservado". Estas eran guardadas para personas conocidas por el dueño del espacio o personas que solicitaban con tiempo estas ubicaciones. Para quienes decidían dónde sentarse, uno o dos integrantes del grupo escogían los asientos para su grupo, mientras que una parte de los integrantes se encargaban de acercarse al bar a comprar bebidas. Se visibilizó que la de mayor elección fue las copas de ginebra, puesto a que es la opción más promocionada por los encargados del bar. Después de esta, una minoría pide cervezas, y se escuchan comentarios de asistentes hacia el dueño sobre tener opciones de comida dentro del espacio, frases como: "Ya es hora de que tengas unos sanduchitos o unos piqueos". Opciones de comida que en Pop Up Teatro Café y Microteatro GYE sí se observan. En cuanto al día de preferencia para asistir a *Dignidad* se captó que de la capacidad de sillas que eran cincuenta, el fin de semana (en especial viernes y sábado) se aumentaban dos filas de cinco sillas cada una. Al empezar ya se visualizaban ocupadas.

Es relevante mencionar que en ciertas funciones de la obra, en lo que respecta al montaje para *Dignidad,* no se utilizan aires acondicionados durante las funciones. Por esta razón se tuvo en todas las funciones las puertas que daban al balcón abierto que no tuvieron ningún inconveniente con el público y más bien ventilaban el espacio por dentro. Pero en el segundo fin de semana de la obra, se tuvo un evento de música electrónica al frente de este espacio, lo que ocasionó ruido y caso puntual de un grupo

de asistentes al ubicarse atrás cerca al balcón, decidieron irse porque no escuchaban el diálogo de los actores. El resto de días, los actores hablaban en un tono más elevado para no repetir este incidente, y según cómo se llevaba a cabo la obra los dos asistentes de producción decidían si dejar abiertas o cerradas las puertas del balcón.

La Fábrica

En cuanto a las preferencias de los asistentes sobre la programación de actividades, el público asistente a las obras de teatro gusta por acudir en parejas, esto específicamente observado en el público adulto. Comportamiento que también se evidencia en: Pop Up Teatro Café, Microteatro GYE, Casa Cino Fabiani y Teatro del ángel. La asistencia a este tipo de actividades se hace por motivos de conocer a los intérpretes de la obra, así como también al grupo de teatro a cargo del desarrollo de la obra. Característica identificada a través de comentarios del público previo a ingresar a la sala principal, en la cual mencionan: "Las obras de Muégano (haciendo referencia a Muégano teatro, grupo de teatro) siempre son de este tipo", "¿Aníbal (dueño de La Fábrica, y actor de la obra *Soliloquio épico coral*) sí actuará?". Este factor se refleja nuevamente en los espacios familiares y de ocio y entretenimiento.

Los días de mayor asistencia son los fines de semana, contando desde el viernes hasta el sábado. En un horario de siete a nueve de la noche. En La Fábrica, todas las actividades reciben a un público frecuente. Esto evidenciado al ver en diferentes semanas, a una parte de los asistentes más de una vez.

En La Fábrica, el público asistente ingresa al espacio específicamente para acudir a la actividad por la cual está interesado. Una vez acabada la actividad se retira. No hay permanencia posterior a la obra como en los espacios de ocio y entretenimientos, en los cuales el público dedica tiempo antes y después de la funciones para consumir alimentos y bebidas del bar.

Estudio N

En los talleres desarrollados en este espacio, se percibió en los asistentes agrado por la cercanía que se tiene con los instructores. Cercanía que permitió a los asistentes aparte de poder preguntar con confianza cualquier duda que surgió sobre el taller, les permitió abrirse personalmente con ellos. Se escuchaban muchas vivencias del día día ser contadas entre asistentes e instructores. Un ejemplo de esto, se vió en una de las integrantes del taller de experimentación escénica, en el cual comentaba al profesor "cuando yo era directora de la biblioteca pública teníamos acceso a muchos libros, y creo que por eso siempre me llamó la atención el teatro y la literatura".

Otro aspecto en este espacio es la constante aparición de las dueñas durante los talleres, las cuales suelen pasar y preguntar tanto a instructores como asistentes si todo está bien, si necesitan algo. Previo a arrancar con los talleres ofrecen a los asistentes algún café o té, el cual sacan de la cocina del departamento ubicada en la sala dos. Cuando ellas

interactúan con los asistentes, en ellos se reflejan rostros que transmiten agrado, comodidad y satisfacción.

El Altillo

El público asistente en El Altillo al igual que en espacios como Pop Up Teatro Café y Microteatro GYE llega aproximadamente veinte a treinta minutos antes, en la mayoría de caso después de clases o del trabajo. Durante el tiempo de espera los asistentes se acomodan en los muebles de la terraza, sueltan sus maletines y bolsos y se relajan, algunos fuman un cigarrillo, otros piden una cerveza. El personal del lugar incluyendo a la dueña se acercan cordialmente y los saludan, factor que tal como se identificó en Estudio N ocurre de la misma forma aquí. La cercanía y el trato de los dueños hacia los asistentes es lo que se percibe como altamente valorado por el público. Factor que se evidencia a través de los rostros sonrientes y la tranquilidad con la que se comportan los asistentes.

En cuanto a las actividades de mayor acogida en este espacio fueron las sesiones de cuentos para adultos, caso puntual la actividad *Té Cuento*. En la cual los asistentes tenían la opción de seleccionar diferentes historias, y una narradora las contaba. Mientras esto pasaba los asistentes podían degustar de variedades de infusiones cargadas en teteras coloridas llevadas por la narradora. Esta actividad se percibió como una de las más participativas durante el tiempo de observación. Los asistentes gustaron comentar vivencias personales o experiencias relacionadas a las historias en la transición de un cuento a otro. Nuevamente el factor de cotidianidad que manejaban las

historias es el que gusta. Factor que vimos también en Teatro del ángel y Casa Cino Fabiani.

El Altillo es un lugar al cual se acude para: ver puntualmente una obra, o elegir una actividad en ese momento y posteriormente retirarse a su hogar. El público adulto y adultos mayores es el que en su mayoría realiza este comportamiento de no tener un plan posterior a las actividades.

Teatro del Ángel

En cuanto a las preferencias sobre la programación de actividades, como se ha mencionado antes uno de los factores predilectos por el público asistente de Teatro del Ángel es que el acto Oswaldo Segura actúe dentro de las obras teatrales que ofrece este espacio. Otra de las preferencias que se evidencia en este, es que dentro de los diálogos de la obra se maneje un lenguaje cotidiano, el cual como se ha detallado causa un efecto agradable en la audiencia del espectáculo. Este teatro al ser un espacio de carácter familiar exige de alguna manera un horario que esté dentro de una franja horaria no tan nocturna, considerando que una gran parte de los asistentes son familias con menores de edad y jóvenes, y que no en todos los casos viven cerca del sitio. Claro ejemplo de esto es lo que pasó en el caso de elegir si asistir a *Humor sin fronteras,* por el tema de una función al final de la noche. Sobre temas de mecánica de las actividades, los adultos mayores exigen puntualidad en las obras, que por el mismo tema de no querer salir más tarde de la función y tengan que encontrar una calle desolada y oscura.

CONCLUSIONES

- El público asistente acude a estos espacios por distintos motivos: la infraestructura de los espacios es llamativa y acogedora, por recomendación de algún conocido o amigo, porque conocen a los dueños o intérpretes de las actividades, por el contenido del espectáculo, por el servicio de bar del que disponen y porque es una opción de salida después de la oficina y previo a un plan o evento social en particular.
- El público de jóvenes adultos es el predominante en estos espacios, dentro del rango entre 25 a 35 años, quienes acuden tanto en grupos de personas de 4 a 6 integrantes o en parejas de hombre y mujer. Utilizan ropa semiformal en el caso de espacios como Pop Up Teatro Café, Microteatro GYE y Casa Cino Fabiani, puesto a que se espera acudir a otros eventos posterior a las actividades. A diferencia de Estudio N, La Fábrica, El Altillo y Teatro del Ángel donde a pesar de que este grupo de jóvenes adultos sigue siendo el más visto, se asiste en grupos más pequeños, entre 3 a 4 asistentes o en parejas de hombre y mujer también. El vestuario es más casual, más cómodo. El motivo de acudir es distinto. Se asiste por el interés que se tiene por el espectáculo como tal. El público espera llevarse un aprendizaje de la actividad. Las familias con jóvenes y adultos mayores son los otros dos grupos que aparecen con bastante frecuencia después del grupo de jóvenes adultos. Estos usan ropa semiformal, y acuden como actividad familiar del fin de semana. Posterior a las actividades en su mayoría deciden por ir a sus hogares, y en casos puntuales por salir a comer.

- El horario de preferencia en Pop Up Teatro Café, Microteatro GYE y Casa Cino Fabiani es de ocho a diez de la noche de viernes a sábado, y en el caso de Teatro del ángel, Estudio N, El Altillo y La Fábrica se opta por un horario de siete a nueve de la noche los viernes, sábados y domingos.
- El pago anticipado de las actividades es una característica en común de los diferentes públicos, estos pagan en su mayoría en efectivo.
- Los tipos de contenido que se prefieren, en el caso de las obras de teatro mezclar el género comedia con otro género que llame la atención del público. La cotidianidad de los diálogos, los temas cercanos al público como lo son la política nacional, las expresiones coloquiales y palabras obscenas del día a día, son características de las obras de teatro que causan una actitud de empatía, familiaridad y realidad con la vida de los asistentes.
- La estructura física de los espacios al ser reducida en relación con la capacidad de asistentes que reciben, permite que en cada rincón del lugar se da con facilidad la socialización
- La figura de un anfitrión es clave para la atención de los asistentes en los espacios. En cada uno se encontró una persona integrante del personal del lugar con las características de: guiar a los asistentes con cualquier servicio del espacio, conocer todo sobre la programación y dar recomendaciones para elección de actividades.

RECOMENDACIONES PARA MEJORAR

Posterior a las observaciones realizadas en el tiempo planteado en este estudio se recomienda lo siguiente:

• Mejorar la señalética externa e interna de los espacios, en el caso de los espacios: Pop Up Teatro Café, Microteatro GYE, Casa Cino Fabiani, El Altillo y La Fábrica necesitan mejor visibilidad de la programación de actividades, así como también de sus salas y menú que ofrecen en el bar. Esto para poder guiar a los asistentes dentro del espacio, y puedan dar uso correcto de servicios que se brindan en estos.

• Ampliar las opciones de comida que se ofrecen en los espacios, como Casa Cino Fabiani y Teatro del ángel, por ejemplo en el primero existe la necesidad por parte de los asistentes de tener esta opción puesto a que solo cuenta con la opción de bebidas. En el caso del segundo espacio las opciones de su menú se limitan a un solo tipo de sándwiches y *snacks.*

• Procurar usar un tono adecuado de la música, en espacios como Pop Up Teatro Café y Microteatro GYE se debe cuidar que el volumen de la música no exceda el tono medio, puesto a que al tener la capacidad de asistentes al tope puede causar molestias a los estos. Por otro lado en espacios como El Altillo, en cambio se tiene un volumen muy bajo de la música en la zona de la terraza, que apenas se aprecia por los asistentes.

• Procurar tener atención permanente del servicio del bar durante el horario regular del espacio. Quienes deben tener en consideración esto son: La Fábrica y El Altillo. Ambos tienen en ciertos momentos previo y posterior a la obra activo el bar, mientras que una vez iniciadas las actividades queda sin nadie a cargo esta área del espacio. Por lo cual,

no permite que un asistente que acude al espacio, y no necesariamente entra a ver una actividad en particular pueda disfrutar de este servicio con el que estos cuentan. Posible motivo por el que no amerite una estancia más larga por parte de los asistentes posterior a las actividades.

• Mejorar la forma de cobro de entradas, en espacios donde se recepta el dinero de manera informal previo a entrar a las salas de espacios. Puesto a que genera una mejor impresión en los asistentes sobre la organización y seriedad del espacio.

• Crear más interacciones entre actores y asistentes previo y posterior a la obra, ya que vemos en Pop Up Teatro Café, Microteatro GYE y Casa Cino Fabiani cómo esto gusta mucho al público y es un factor motivante para decidir por entrar a una obra.

BIBLIOGRAFÍA

Adorno, T. W., & Horkheimer, M. (2007). *Dialéctica de la Ilustración* (Vol. 63). Ediciones Akal.

A, Parra, Comunicación personal, 22 de mayo del 2017. Entrevista realizada en espacio artístico El Altillo.

Baudrillard, J. (1970). *La sociedad de consumo: sus mitos, sus estructuras*. Siglo Veintiuno. Recuperado el 10 de agosto de: https://ganexa.edu.pa/wp-content/uploads/2014/11/ARTGBaudrillardJeanLaSociedadDeConsumoSusMitosSusEstructuras.pdf

Benjamin, W. (2003). *La obra de arte en la época de su responsabilidad técnica*. México: Itaca. Recuperado el 15 de agosto de: https://monoskop.org/images/9/99/Benjamin_Walter_La_obra_de_arte_en_la_epoca_de_su_reproductibilidad_tecnica.pdf

Bourdieu, P., & Gutiérrez, A. B. (2010). *El sentido social del gusto: elementos para una sociología de la cultura*. Siglo Veintiuno. Recuperado 5 de agosto de: http://www.sigloxxieditores.com.ar/pdfs/bourdieu_sentido_social_del_gusto.pdf

Bourdieu, P. (2005). *Capital cultural, escuela y espacio social*. Siglo Veintiuno editores. Recuperado el 10 de agosto de: https://detemasytemas.files.wordpress.com/2012/05/capital-cultural-escuela-y-espacio-social.pdf

Canclini, N. G. (1985). Cultura y Sociedad. Una introducción necesaria. Secretaría de Educación Pública. México.

Canclini, N. G. (1999). *El consumo cultural: una propuesta teórica.* El consumo Cultural en América Latina. Construcción teórica y líneas de investigación.

Castro, D (2016). *Consumos Culturales En Microteatro Gye: Un estudio del público a partir de los niveles de escolaridad.* Trabajo de Investigación Formativa previo a la obtención del Título de: Licenciado en Comunicación Escénica. Universidad Casa Grande. Facultad de Comunicación Mónica Herrera, Guayaquil.

Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (2014). *Prácticas de consumo, participación y valoración de la cultura en Chile: etnografía de análisis de casos.* Recuperado el 12 de agosto de: http://www.observatoriocultural.gob.cl/wp-content/uploads/2015/05/estudio-etnografico-participacion.pdf.

Centro de Investigaciones Sociales (2017). *Informe Qué consumos culturales prefieren los argentinos.* Recuperado el 2 de noviembre de: https://www.uade.edu.ar/upload/Informe%20CIS%20-%20Qu%20%20consumos%20culturales%20prefieren%20los%20argentinos%20(Voices%20-%20UADE)%20-%20Ene%202017.pdf

Cuéllar, Hernández y González (2013). *Análisis etnográfico sobre el Microteatro Itinerante en grupos vulnerables del estado de Colima, México.*

Douglas, M., e Isherwood, B. (1979) *El Mundo de los Bienes. Hacia una antropología del consumo*. México: Editorial Grijalbo.

El Comercio (2015). *Nuevas propuestas teatrales surgen en casas de Guayaquil.* Recuperado el 19 de agosto de:http://www.elcomercio.com/tendencias/teatro-guayaquil-microteatro-casafantoche-casateatro.html

El Comercio (2017). *El complejo teatral de La Bota redefine la oferta escénica de Guayaquil.* Recuperado de**:**http://www.elcomercio.com/tendencias/labota-teatro-artesescenicas-guayaquil-malecondelsalado.html.

El Telégrafo (2012). *El Juglar revive la obra Guayaquil Superstar 32 años después*.

Recuperado el 19 de agosto
de:http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/espectaculos/22/el-juglar-revive-la-obraguayaquil-superstar-32-anos-despues

El Telégrafo (2013). *La marquesina en ruinas sobre los cines de barrio en Guayaquil.*

Recuperado el 19 de agosto de:http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/carton-piedra/34/la-marquesina-en-ruinas-sobre-los-cines-de-barrio-en-guayaquil

El Telégrafo (2015). *Los cines se transformaron en leyenda.* Recuperado el 19 de agosto de:http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/guayaquil/10/los-cines-se-transformaron-en-leyenda

El Telégrafo (2016). El teatro: Juego-tensión de formas-fuerzas
Recuperado el 17 de agosto de: http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/carton-piedra/34/el-teatro-juego-tension-de-formas-fuerzas

El Universo (2010). *Grupo Muégano Teatro, una labor a largo plazo.* Recuperado el 19 de agosto de: http://www.eluniverso.com/2010/08/31/1/1380/grupo-muegano-teatro-labor-largo-plazo.html

El Universo (2016). *El Plan: comedia negra en la Casa Cino Fabiani* . Recuperado el 2 de noviembre de:http://www.eluniverso.com/vida-estilo/2016/10/25/nota/5873227/plan-comedia-negra-casa-cino-fabiani

Expreso (2017). *La revolución de lo "micro".* Recuperado el 15 de agosto de: http://www.expreso.ec/guayaquil/la-revolucion-de-lo-micro-XB1012761

Getino, O. (1994). *Las industrias culturales en la Argentina*: *Dimensión económica y políticas públicas*. Colihue: Argentina.

Grajales, T. (2000). *Tipos de investigación*. Revista de Educación on. Recuperado el 19 de Agosto de: http://tgrajales.net/investipos.pdf

Guambo, K. (2016). *Estudio de consumos culturales del público asistente al Microteatro* GYE entre 15 y 30 años. Trabajo de Investigación Formativa previo a la obtención del Título de: Licenciado en Comunicación Social, con mención en redacción y creatividad estratégica. Facultad de Comunicación Mónica Herrera, Guayaquil.

J. Tamariz, comunicación personal, 10 de mayo 2017. Entrevista realizada en oficinas DAEMON.

K, Freire, comunicación personal, 15 de mayo 2017. Entrevista realizada en espacio artístico Estudio N.

La Revista. (2012). *Por sus 35 años*. Recuperado el 19 de agosto de: http://www.larevista.ec/cultura/arte/por-sus-35-anos

La Revista. (2012). *La Mueca, 18 años en el Teatro del Ángel*. Recuperado el 19 de agosto de: http://www.larevista.ec/cultura/arte/muecas-compartidas

La Revista (2013). *25 años del TCA: La celebración de un sueño*. Recuperado el 19 de agosto de: http://www.larevista.ec/cultura/arte/25-anos-del-teatro-centro-de-arte-lacelebracion-de-un-sueno

La Revista. (2014). *Casa Cino Fabiani: Nuevas puertas para la cultura*. Recuperado el 20 de agosto de: http://www.larevista.ec/cultura/personaje/casa-cino-fabiani-nuevas-puertas-para-la-cultura

La Revista (2016). Nueva sala: Teatro Martenot. Recuperado el 23 de agosto de: http://www.larevista.ec/piqueo/nueva-sala-teatro-martenot-23-09-2016

Luzuriaga, G. (1980). *La generación del 60 y el teatro*. Cahiers du monde hispanique et luso-brésilien.

Marshall, C y Rossman, G.B. (1999). *Designing Qualitive Research*. Thousand Oaks, California, Sage

Mallol, A. (2009). *Los Públicos de Teatro en la Región Metropolitana: Hacia una comprensión de la asistencia al teatro*. Recuperado de: http://repositorio.uchile.cl/tesis/uchile/2009/cs-mallol_a/pdfAmont/cs-mallol_a.pdf

N, Elghoul, Comunicación personal, 13 de mayo del 2017. Entrevista realizada en espacio artístico La Fábrica.

Pareja, M (2016) *Estudio etnográfico de consumos culturales del público asistente al Microteatro GYE durante la temporada del 29 de junio – 23 julio 2016.* Trabajo de Investigación Formativa previo a la obtención del Título de: Licenciado en Comunicación Social, con mención en Relaciones
Públicas Universidad Casa Grande. Facultad de Comunicación Mónica Herrera, Guayaquil.

R, Velástegui, Comunicación personal, 11 de mayo del 2017. Entrevista realizada en espacio artístico Pop Up Teatro Café.

Rodríguez, F. (1995) *Tres Décadas de Teatro Ecuatoriano*. Recuperado el 19 de agosto de: https://es.scribd.com/doc/73856364/Tres-Decadas-de-Teatro-Ecuatoriano

Rosas Mantecón, A. (2012). *Los estudios sobre consumo cultural en México*. En libro: *Estudios y otras prácticas intelectuales latinoamericanas en cultura y poder*. Daniel Mato (compilador). CLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales Recuperado de http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/cultura/mantecon.doc

Revista Exitosa (2013). *Entrevista a Ramiro Arias.* Recuperado el 20 de agosto de: http://www.revistaexitosa.com/entrevista-a-ramon-arias/

Szpilbarg, D, Saferstein, E. (2014). De la industria cultural a las industrias creativas: un análisis de la transformación del término y sus usos contemporáneos. Estudios De Filosofía Práctica E Historia De Las Ideas. Recuperado dehttp://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851949020140002000 07

Sunkel, G. (2004). *El consumo cultural en la investigación en comunicaciones en América Latina*. Signo y Pensamiento 45. Chile: Contornos.

T. Interllige, comunicación personal, 12 de mayo de 2017. Entrevista realizada en Teatro del ángel.

Teatro Sánchez Aguilar (2014). *Centro cultural Sarao* Confluencias, 1, 62 - 63.

Teatro Sánchez Aguilar (2014). *Teatro Centro de Arte*. Confluencias, 1, 44-45.

Teatro Sánchez Aguilar (2014). *Teatro Sánchez Aguilar*. Confluencias, 1, 60-61.

Trujillo, M., & Soledad, A. (2011). *Aproximación a la producción cultural del teatro en Quito a fines del siglo XX* (Bachelor's thesis, QUITO/PUCE/2011).

Tylor, Edward B (1975). *La ciencia de la cultura*. Kahn. J.D. Comp., España, Anagrama edition.

UNESCO (2008) Informe sobre la economía creativa. Portal.unesco.org. Recuperado 20 de octubre de http://www.unesco.org/culture/pdf/creative-economy-report-2013-es.pdf

UNESCO (1982) Definición de cultura. Recuperado el 3 de noviembre de http://www.unesco.org/new/es/mexico/work-areas/culture/

Vicci, G (2014). *Formación de públicos y artes escénicas: Una mirada hacia Montevideo.* Congreso Iberoamericano de Ciencia, Tecnología, Innovación y Educacción. Buenos Aires, Argetina.

Wortman. A. (2015). *Impacto de los Centros culturales autogestionados en la escena cultural independiente de Buenos Aires*. XI Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.

Yuni, J; Urbano, C (2006) *Mapas y Herramientas para conocer la escuela: Investigación Etnográfica: Investigación – Acción*. Córdoba: Brujas

Zambrano Plaza, María José (2016) Consumos culturales del público asistente a Microteatro Gye, de edad entre 50 a 70 años. Tesis de Licenciatura. Universidad Casa Grande. Facultad de Comunicación Mónica Herrera.