

TABLA DE CONTENIDOS

RESUMEN	8
1. INTRODUCCIÓN	9
1.1 Planteamiento del problema	9
1.2 Justificación del problema	12
1.3 Viabilidad de la Investigación	13
1.4 Hipótesis	13
1.5 Pregunta de investigación	14
1.6 Objetivos	14
1.6.1 Objetivo General	14
1.6.2 Objetivos Específicos	15
1.7 Metodología	15
2. MARCO TEÓRICO	17
2.1 Antecedentes conceptuales generales	17
2.2 Antecedentes conceptuales específicos	23
2.2.1 Programadores y programación cultural	24
2.2.2 Públicos	26
2.2.3 Consumo cultural	29
2.2.4 Recepción y mediación	32
3. EL TEATRO EN VALPARAÍSO:	

Programadores, Públicos y Consumo Cultural	35
3.1 Línea de Tiempo	35
3.2 Historia del teatro porteño	39
3.2 La dinámica del teatro porteño en la actualidad	45
3.3 Principales actores	50
3.3.1 Políticas y marco regulatorio del teatro	50
3.3.1.1 Gratuidad, acceso y participación	52
3.3.2 Salas de Teatro existentes	54
3.3.3 Formación y Profesionalización del Teatro en la Región	58
3.3.4 Festivales y compañías	59
3.4 Problemáticas actuales del teatro en Valparaíso	61
4. MARCO METODOLÓGICO	64
4.1 Enfoque	64
4.2 Principales variables consideradas en el estudio	65
4.3 Recolección de la información	66
4.4 Operalización de las variables: Indicadores Cuantitativos	68
4.4.1 Análisis de los datos oficiales	68
4.4.1.1 uarios de la Cultura y Tiempo Libre / INE	69
4.4.1.2 uestas de Participación y Consumo Cultural / CNCA	75
4.5 Estudio de Caso: Dinámica actual del Teatro en Valparaíso	80

4.5.1 Bitácora	80
4.5.2 Contexto y tiempo del estudio	81
4.5.3 Unidades de análisis	81
4.5.4 Recolección de los datos	82
4.5.5 Lógica que vincula los datos con las preguntas o proposiciones	83
4.5.6 Categorización	84
a. Estudio de las salas de teatro	84
b. Estudio de las compañías de teatro	86
c. Estudio de los festivales	88
4.5.7 Encuesta: Elaboración y aplicación del instrumento	89
4.5.7.1 Universo y muestra de la encuesta	93
5. DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS	96
5.1 Infraestructura y salas de teatro	96
5.2 Compañías de teatro	104
5.3 Festivales	113
5.4 Temáticas Transversales	118
5.4.1 Estrategias de difusión	119
5.4.2 Trabajo en Red	124
5.4.3 Gratuidad	126
5.4.4 Opinión sobre el teatro porteño	129
5.5 Encuesta a los públicos	132
5.5.1 Parte I: Resultados Cuantitativos	133
5.5.2 Parte II: Resultados Cualitativos	141
5.6 Cruce de información entre programadores y públicos.....	146
5.6.1 Públicos objetivos, rango etario y difusión	146
5.6.2 Temáticas de preferencia	150
5.6.3 Ocupación y asistencia	152
5.6.4 Participación: Gustos, intereses y asistencia	153
5.6.5 Salas conocidas: valor histórico y mediación	157
6. CONCLUSIONES	159
6.1 Consecuencias de la Investigación	159
6.2 Descripción general del fenómeno y principales falencias	159
6.3 Ampliación del termino Consumo cultural y de sus enfoques de estudio	161
6.4 Difusión y redes de trabajo	163
6.5 Creación y formación de audiencias	165
6.6 Entrada y gratuidad	165
6.7 Posibles cursos de acción	166
6.8 Propuestas y consejos para otras investigaciones	167
BIBLIOGRAFÍA	169
ANEXOS	173

