

Efecto Audiencia

Formación de nuevos espectadores

Cuerpo B

- ▶ Nombre y Apellido del Autor | Emiliana di Pasquo
- ▶ Cuerpo B
- ▶ Fecha de presentación | 18/12/18
- ▶ Carrera de Pertenencia | Licenciatura en Dirección Teatral
- ▶ Categoría | Investigación
- ▶ Línea Temática | Medios y Estrategias de Comunicación

Agradecimientos

Dedico este Proyecto de Graduación a todos aquellos amigos, maestros y familiares que me impulsaron a ir en búsqueda de mis sueños y a seguir la carrera que amo.

Gracias a mi papá, Fernando di Pasquo, por ser mi sostén durante estos cuatro años y permitirme estudiar lo que tanto me apasiona.

Gracias a mi gran maestra y amiga, Cristina del Valle Tula, quien en Jujuy me dio grandes posibilidades para explorar y conocer este mundo mágico de las artes escénicas y musicales.

Gracias a Joaquín Cáceres por estar siempre a mi lado, acompañándome en cada paso.

A mi abuela, Noemí Colina, por ser siempre un pilar fundamental en mi vida.

Gracias a Ana Durán y Sonia Jaroslavsky quienes me brindaron la oportunidad de formar parte de los Jóvenes Periodistas del Teatro Nacional Cervantes, y así acercarme a la Gestión de Públicos, un área que me apasiona y de la cual me inspiré para realizar este proyecto.

Por último, quiero agradecer a todos mis compañeros de clase, sin ellos el aprendizaje nunca hubiera sido el mismo y, finalmente, a mi mamá, Teresita Granara, que siempre me inspiró a seguir mis más grandes sueños y hoy me cuida desde el cielo.

Índice

Introducción	4
Capítulo 1. El teatro y su público	12
1.1 El espectador teatral	12
1.2 Formación de espectadores como parte de la Cultura	18
1.3 Crear públicos en la era digital	22
1.4 El público Argentino	26
Capítulo 2. La importancia de formar jóvenes espectadores	30
2.1 Teatro y escuela	30
2.2 Teatro vs Matemática	33
2.3 La recepción de los jóvenes	35
2.4 Prejuicios en las artes escénicas	37
2.5 El espectador niño	41
Capítulo 3: Comunicación y artes escénicas	48
3.1 Comunicar teatro	48
3.2 Hacer prensa en teatro	51
3.3 Aspectos comunicativos dentro del espectáculo	54
3.4 El teatro como medio de comunicación	57
3.5 Efecto audiencia	61
Capítulo 4: Análisis de espectadores	65
4.1 Los perfiles y el teatro	65
4.2 Frecuencia y elecciones culturales	67
4.3 Difusión cultural y escénica	71
4.4 Los espectadores y el ambiente teatral	73
4.5 La cultura, el Estado, y su promoción	76
Capítulo 5: Formar nuevos públicos	81
5.1 Espacios invitadores	81
5.2 Nexos entre teatro y público	84
5.3 Lenguaje teatral accesible o críptico	86
5.4 Estudio de públicos y el tiempo libre	89
5.5 Un vínculo artesanal	93
Conclusiones	97
Lista de referencias bibliográficas	102
Bibliografía	104

Introducción

Reconocer al público como un elemento de vital importancia en las representaciones teatrales es el objetivo principal de este Proyecto de Graduación, titulado *Efecto Audiencia, Formación de nuevos espectadores*. Se analizarán distintos puntos y visiones sobre el público teatral, enfatizando su importancia en la creación artística. La problemática se centra en describir cómo es posible acercar público al teatro haciendo hincapié en la actualidad y la generación actual de artistas y espectadores.

La categoría en la cual se instala el siguiente Proyecto de Graduación es Investigación, ya que se plantea el análisis sobre el desarrollo de la labor de los artistas, específicamente del rubro teatral, para acercar público a sus respectivos espectáculos, como así también, en las distintas formas de repensar los públicos, teniendo como objetivo central formar nuevos espectadores.

En cuanto a la línea temática se posicionará en Medios y Estrategias de Comunicación, ya que de alguna manera se buscará enfatizar en la importancia del conocimiento del arte y la cultura desde edades tempranas, priorizando la formación cultural para posteriormente entender el teatro como parte de la educación y darle la importancia que requiere. Se enfatizará como el teatro en sí es un medio de comunicación.

Formar nuevos espectadores se convierte en una necesidad para los creadores teatrales y esto de alguna manera se traduce en buscar el modo de enseñar a las personas a nutrirse de cultura y ser conscientes que el arte forma parte de la sociedad. Por otro lugar, se analizará, mediante el uso de diferentes técnicas estrategias y metodologías, el fenómeno social que genera ser espectador de una obra teatral.

Con esto se apuesta a pensar el hecho teatral desde la butaca de un teatro. Entender el rol del artista desde otro enfoque, con la propuesta de dar la misma importancia a la puesta en escena como a las personas que ocuparán los asientos para completar la vivencia artística.

El acontecimiento teatral propone un espacio de interacción que ofrece la alternativa de una transformación vital del hombre: de su forma de pensar, de sentir, de mirar, de desear, de representarse el mundo. Una transformación, es decir, una mínima modificación significativa en su espectro vital, pero en el de ambos lados: en el del escenario y en el de la butaca. La significación real del arte pertenece a quienes pueden aplicarle sus propias vidas, generando su acontecimiento, e integrarlo a ellas suscitando su permanencia. Pero, de nuevo, de cada lado de la línea que divide el escenario y la platea. (Vivisekas, 2012, p.1).

En este Proyecto de Graduación se tomará el teatro como un lugar que provoca el encuentro; un diálogo vital entre el actor y el espectador que genera el fenómeno teatral. Esa es la relevancia que el tema puede aportarle al área en la cual se engloba, las artes escénicas, ya que es importante conocer a los públicos porque son las personas para las cuales los hacedores de teatro: tanto productores, directores, actores, como demás partícipes de un hecho teatral desempeñan su trabajo. Esta propensión al intercambio genera una percepción final del espectador que enriquecerá la experiencia que ofrece el acontecimiento teatral.

Por otro lugar, este proyecto también tomará como punto importante el público en el interior de Argentina, por lo que es relevante para la formación de espectadores como tal tener en cuenta a la comunidad artística de todo el país y observar las diferencias entre sus respectivos públicos teatrales. Cada provincia posee sus propios códigos y lenguajes artísticos, por lo que resulta imprescindible conocerlos para así determinar qué tipo de espectáculos son de su interés respectivamente.

En este punto es necesario destacar que los públicos en el interior presentan cierta diferencia con el público porteño al momento de acercarse a una sala teatral. *¿Por qué se produce este rechazo? ¿Cómo lograr formar nuevos espectadores en toda la Argentina?* Ésta será la pregunta problema que llevará adelante el Proyecto de Graduación. Son cuestiones que interesan a toda la comunidad artística y que son necesarias responder para continuar produciendo espectáculos que funcionen y logren una buena convocatoria artística en todo el país.

Los antecedentes institucionales que pueden encontrarse se vinculan con el análisis de los diferentes avances en la formación de nuevos públicos. Por ejemplo se encuentra el Proyecto de Graduación de Sanchez Quiros (2015), *Haz que un niño conozca la ópera: El caso de la compañía música en espera*, en donde se toma como base una necesidad personal de la autora de modificar ciertos aspectos culturales entre el público infantil para que surja interés de acercarse al teatro y a otras actividades tanto artísticas como culturales. Describe cómo se puede intervenir y tomar nuevas responsabilidades para con la sociedad en la importancia de conocer el arte local y apoyar y fomentar las representaciones teatrales, priorizando los espectáculos independientes.

Guzmán Aguirre (2013) *Análisis de autogestión en la obra La Pena de Shakespeare: Un nuevo perfil del director teatral*. Este ensayo se enfoca en el proceso de un director teatral. Busca incluir áreas que no son tan empleadas por el mismo, así como el desarrollo, la gestión y planificación del proyecto. Pretende ver al director también como autogestor. Esto es relevante para el proyecto a desarrollar ya que tiene que ver con conocer el público al que se pretende llegar.

Cruz Barón (2014) *Las coproducciones teatrales en Buenos Aires: El cambio en la gestión teatral desde los noventa hasta el presente*. Este Proyecto de Graduación analiza las variables que se producen entre teatro comercial, independiente y oficial. Es fundamental entender éstas diferencias para la formación de nuevos espectadores.

Moral Sosa (2008) *Puesta, Protesta y Propuesta*. Con este trabajo, se analizan las artes escénicas como posibilidades de transformación en la sociedad. También se trabaja sobre la premisa de lograr cambios sociales a través del teatro, lo cual resulta esencial a la hora de pensar cómo acercar a las personas a la contemplación de cualquier arte escénica.

Altarelli (2011) *Teatro sin telón. El surgimiento y la evolución de los grupos de teatro callejero en Argentina*. Este ensayo piensa al teatro como un espacio para la reflexión e introspección

de varios momentos críticos, tanto políticos como culturales y económicos que atravesó Argentina, marcando así la historia cultural del país. Este trabajo también puede ser utilizado como referencia ya que es importante conocer el contexto en el cual se desarrollará artísticamente la reflexión en este Proyecto de Grado.

Carballo (2014) *El arte como relato identitario*. Este trabajo analiza la identidad de un artista y cómo lo define el lugar de dónde viene. Será pertinente para el proyecto a realizar ya que se analizará el público del interior de Argentina, quienes poseen un fuerte arraigo hacia sus propias características culturales y locales.

Wejcman (2014) *Teatro y Empresa. Voluntariado a medida*. Este Proyecto de Graduación buscará las similitudes presentes entre un teatro y una empresa, a modo de beneficiar el desarrollo de un producto teatral. Es importante para el trabajo a realizar ya que es una forma de pensar la gestión y la comunicación de las artes escénicas como un negocio que beneficia a los artistas.

Pezzi (2011) *Teatro arte que genera incertidumbres: Pensamientos sobre el proceso creativo de la dirección teatral*, en este proyecto se analiza el rol del director teatral en cuanto a la creación de una obra. Se pone énfasis en la labor creativa del director y se plantean métodos para aprovechar las dificultades y obstáculos que puedan presentarse a lo largo de la creación. El trabajo resulta útil como referencia ya que se debe pensar la formación de espectadores desde el primer momento de una creación escénica.

Gusberti (2018) *Redes Sociales y Cultura: Instagram, un medio para promocionar artistas emergentes*. La autora propone el uso de las diferentes redes sociales para fomentar las actividades culturales y artísticas de las nuevas generaciones. Se seleccionó como antecedente ya que presenta una propuesta enriquecedora en tanto medios, redes sociales y expansión cultural y escénica.

Zapiola (2018) *Estrategia de Comunicación Interdisciplinaria. Despertar de Primavera, un producto cultural y artístico*. El proyecto busca plantear una estrategia de comunicación integrada para una obra de teatro musical. Se analizan las diferentes estrategias de comunicación para llevar adelante el espectáculo. Es importante para el trabajo en realización ya que es necesario conocer técnicas de difusión y el ejemplo concreto de una puesta en escena.

En cuanto a los antecedentes por fuera de los trabajos de la universidad, se pueden encontrar diversas investigaciones sobre el tema, centradas específicamente en planes de gestión de públicos, teniendo en cuenta que la diversidad de los mismos es un hecho evidente. La variedad de intereses, gustos, y universos personales hace necesaria una relación personalizada con los públicos potenciales de un proyecto cultural para conocerlos mejor, proponerles prácticas culturales de acuerdo con sus expectativas, para generar confianza recíproca que permita su implicación proactiva en el proyecto en forma de comunidad de intereses.

Otro antecedente de suma importancia es el Programa de Formación de Espectadores de la ciudad de Buenos Aires. El gobierno de la ciudad acerca los espectáculos de excelencia estética que se exhiben en la actualidad en la cartelera e integra a los docentes como promotores necesarios de la propuesta artística que ofrece la capital porteña. El punto de sostén de dicho programa es la escuela (nivel medio) , ya que es de vital importancia en esta tarea y debe ayudar a los jóvenes a construir su propio Capital Cultural para desarrollarse emocional, estética e intelectualmente como individuos pensantes, independientes y afables. El hecho artístico puede considerarse un fenómeno socio cultural que se integra al patrimonio de la Ciudad y posibilita el conocimiento de los diferentes lenguajes del arte, en tanto códigos de expresión y comunicación humana.

A continuación, se presentará una breve descripción de cada capítulo a desarrollar.

El primer capítulo planteará la vinculación del teatro con su respectivo público, teniendo como principal punto de interés la importancia de generar espectadores. Se analizarán puntos importantes del origen del público teatral y cómo el mismo fue mutando hasta llegar a la actualidad, teniendo en cuenta qué factores determinantes fueron los que incidieron en tales cambios. Por otro lugar, se indagará en el público específicamente argentino y sus principales características. El hecho teatral se completa con la llegada de su público y es de vital importancia que los hacedores puedan reconocerlo, para así indagar en las formas de acercar personas a las plateas y que su trabajo sea recordado; porque no se debe olvidar que el teatro es el único arte que sucede en tiempo presente, y que es un momento efímero. A diferencia de otros actos comunicativos, el hecho teatral no existiría sin el otro. El teatro necesita la presencia del receptor para que el mensaje cobre vida, para que, al igual que los actores, el público lo haga suyo, lo interiorice y lo interprete. El espectador es el encargado de que esos instantes se recuerden y trasciendan, por lo que es un elemento trascendental para las artes escénicas. (De Marinis, 1996).

En el segundo capítulo se profundizará sobre la importancia de formar jóvenes espectadores, enfatizando principalmente en el valor que se le asigna a las artes escénicas en la escuela y en las capacidades de recepción que poseen los jóvenes al momento de ver una pieza teatral. También se pondrán en discusión los diferentes prejuicios que existen en torno a las artes del teatro y en cómo un espectador en edad escolar los percibe. La niñez es la etapa más importante en la vida de un ser humano, donde adquiere todo tipo de conocimientos tanto teóricos como prácticos, por ende si se les transmite la importancia de conocer la cultura y entender las artes como un conocimiento más, se beneficiarían ambas partes: espectadores y artistas.

El capítulo tres resaltará la importancia del rol de la comunicación en las artes escénicas, teniendo en cuenta las diferentes técnicas comunicativas que entran en juego al momento de

posicionar una obra teatral. Se hará hincapié en el rol del agente de prensa, analizando su función en el proceso creativo de un espectáculo. También se contemplará el lugar de la comunicación dentro de una puesta en escena, priorizando los diferentes componentes que conforman la escena teatral. Se analizará el rol del teatro como medio de comunicación y acceso a la cultura.

En el cuarto capítulo se analizarán los resultados de una encuesta realizada a diferentes personas de todo el país. Con estas premisas se indagará sobre el público en general, teniendo como principal objetivo establecer el rol del mismo en la sociedad. Además distinguirán puntos de identificación con obras de origen local y su importancia en la cultura. Por otro lado, se detallará sobre la incidencia que tiene el poder de la política sobre toda actividad que está contenida en su medio social, cultural y político, teniendo como eje principal la incógnita de si debe el estado financiar las artes escénicas en cada provincia respectivamente:

Si el Estado las estimula, es decir, si garantiza la completa libertad a todos aquellos que por su propio interés procuren sin escándalo ni indecencia entretener y divertir al público con pinturas, poesía, música, baile, con toda clase de representaciones y exhibiciones teatrales, entonces podría conseguir disipar fácilmente en la mayoría del pueblo ese humor melancólico y apagado que casi siempre es el caldo del cultivo de la superstición y el fanatismo (Smith, 1994, p.729).

Por último, el capítulo cinco reunirá parte de lo expuesto en los capítulos anteriores pero enfatizando en la formación de espectadores como tal. Se expondrán, principalmente, algunas tácticas y estrategias para formar nuevos públicos. En una primera instancia se reflexionará sobre como producir interés en los espectadores por acercarse a las diferentes actividades y propuestas. En este sentido, se analizará la importancia del espacio teatral como tal, incentivando a que el mismo invite a los espectadores a participar. Por otro lugar, se evaluará qué tipo de público es el que asiste a dichas representaciones y si éste llega a ser el necesario para, por ejemplo, llenar un espacio o una sala teatral. También se indagará en los nexos necesarios para conectar a los hacedores teatrales con sus públicos y en si

resulta necesario establecer un estudio de espectadores. En este sentido, se examinará el lenguaje utilizado en las representaciones teatrales y si el mismo es crítico o accesible a todas las personas por igual.

Finalmente, se puede afirmar que el siguiente Proyecto de Graduación propone un análisis crítico de un camino a recorrer para descubrir e indagar sobre las personas que ocupan las plateas en un espectáculo teatral. Es una forma de visibilizar la parte que menos destaca en una representación escénica, teniendo en cuenta que se tiende a reflexionar sobre los espectáculos en sí, es decir, lo que ocurre arriba del escenario, y no abajo del mismo. En este sentido, es importante resaltar que en realidad ambas partes poseen la misma importancia en una pieza teatral.

Capítulo 1. El teatro y su público

En este capítulo se analizará el rol del público en el teatro. Se tomará como punto de partida la necesidad de enfatizar la importancia de los espectadores en el acontecimiento teatral, teniendo en cuenta el lugar que ocupa el teatro en la cultura y su relación con otras formas de entretenimiento masivas.

1.1 El espectador teatral

Desde sus orígenes, el teatro siempre necesitó de un público que lo acompañe para poder existir. Resulta difícil pensar una propuesta escénica sin personas que contemplen el resultado, es por esto que resulta evidente que sin un receptor no se produciría el fenómeno teatral.

De esta manera se piensa el teatro como un acto comunicativo que posee un emisor, que lo conforman las distintas personas que conforman una compañía teatral, y necesita de un receptor, es decir, personas que interpreten el mensaje producido por los artistas.

De Marinis expone que el hecho teatral recién se completa cuando existe cierta interacción entre la obra y su público. Los espectadores hacen que el hecho teatral suceda y por lo tanto es de vital importancia darle el valor que estos requieren. El papel del espectador puede estar predefinido según la voluntad del autor, sin embargo el sujeto que percibe la obra puede no ajustarse a lo que el dramaturgo o equipo creativo esperaba. (De Marinis, 1996).

Para esto, es importante tener en cuenta la historia del teatro y su perspectiva y evolución sobre el rol del espectador:

La historia del teatro nos ha enseñado que, a través de sus grandes etapas el público asistió a distintos espacios a presenciar del acto ritual, al culto o de la ceremonia a formas investidas de creación artística que la más de las veces llamamos espectáculos. Inequívocamente esta situación generó un elemento paradójico: convocar. Desde esos espacios, convocante y convocado, constituido por un número "n" de espectadores, asistían por diversos motivos pero unos y otros estaban tocados por la conciencia de la

participación en una actividad superior dentro de las fuerzas de lo social. (Herrera, 2014, p.1).

Anteriormente, al ser el teatro considerado un ritual de culto, las personas acudían con un fin íntegramente social, inclinado más por el lado de lo religioso. Las representaciones se hacían en iglesias, pasando después a las plazas y lugares públicos, por lo que era completamente normal que muchas personas se acercaran y que la convocatoria siempre fuera extraordinaria.

Desde el origen del teatro se pueden nombrar antiguos ritos de origen prehistórico, donde el ser humano empezó a ser consciente de la importancia de la comunicación para las relaciones sociales. En los ritos de caza, el hombre primitivo imitaba a animales: del rito se pasó al mito, del brujo al actor. En África, los ritos religiosos mezclaban el movimiento y la comunicación gestual con la música y la danza, y objetos que proporcionaban cierta noción de identidad como las máscaras, que servían para expresar roles o estados de ánimo. Estos ritos reforzaban la identidad y la cohesión social. En la América precolombina se desarrolló una forma de teatro en las culturas maya, inca y azteca: el maya estaba relacionado con fiestas agrícolas, el azteca desarrolló notablemente la mímica, y tenía dos vertientes, una religiosa y otra burlesca; el inca, escrito en quechua, servía a intereses del estado. (Oliva, 2012)

El público en estos ritos y prácticas, que eran propias de un grupo característico, poseía un rol inevitable, las personas no eran conscientes de estar desarrollando un rol de espectador, sino que era una actividad completamente cotidiana y normal. Ésta no suponía de una convocatoria de parte del creador o hacedor, ya que todos formaban parte de la creación como grupo que conforma una comunidad determinada.

En la actualidad, la lucha constante de los artistas y hacedores de teatro por convocar público a sus representaciones teatrales demuestra el cambio rotundo que generación tras

generación fue sucediendo para desplazar al público de estos grandes rituales sociales a lo que hoy en día se puede reconocer en las diferentes piezas escénicas.

Resulta de trascendental importancia entender qué fue lo que generó este cambio. En otras épocas, los públicos teatrales se asemejaban más a lo que hoy en día puede verse en un concierto: multitudes amontonadas durante horas, jornadas largas y agotadoras que podían durar varios días. Principalmente, junto con el avance de la sociedad, tanto tecnológico como en todos los aspectos, las personas fueron cambiando, y con ellas, su modo de actuar y pensar. Hoy en día existen diversas formas, tanto de entretenimiento como de actividades sociales, que fueron desplazando el foco de atención y las preferencias de los seres humanos.

El teatro también se vio afectado por estos cambios. Con la aparición del cine, la imagen empezó a predominar y modificar la forma de pensamiento y arte en todo el mundo. Las personas empezaron a optar por ir al cine y dejar de lado el vivo y efímero arte del teatro; como así también la posterior aparición de series de televisión, internet, redes sociales, entre otras formas de entretenimiento masivas.

Durán (2016) analiza que muchas personas que antes asistían al teatro como parte de sus actividades culturales o de entretenimiento, empezaron a reemplazarlo por películas, series, videojuegos e Internet.

Es por esta razón que en estos últimos años, tanto directores como actores y todos los profesionales que conforman equipos creativos de los diferentes espectáculos, están prácticamente obligados a repensar el rol del espectador y darle el peso necesario para llevar adelante las obras teatrales.

Brook (2001), afirma que el espectador es una de las tres cuerdas que el actor debe siempre mantener equilibradas. Inclinarsse a favor del espectador hace preponderante el aspecto de exhibición de la representación teatral mientras una escasa atención al destinatario de la

representación puede llegar a hacerla débil y privada de sentido, si no en la elaboración privada de quien lo ejecuta. El público termina de completar la interpretación para que la obra suceda, sin él la representación carecería completamente de su carácter de teatralidad y no cumpliría su principal fin: ser contemplado, entendido, formar parte de la cultura y el arte de la humanidad.

El teatro del siglo 20 ha modificado profundamente la concepción clásica del espectador. Visto en el pasado como un elemento pasivo, importante solo porque era necesario para una representación (de la que constituye el destinatario), varios directores y autores han subrayado en cambio la importancia del mismo como elemento activo. Muchas obras empezaron a gestarse pensando en el público como principal elemento teatral, partiendo de los espectadores para la posterior escritura y producción de un espectáculo.

La actividad del espectador es grande, sobre todo en aquellas obras teatrales en donde la escenografía no existe (recurso que es considerado una tendencia en las últimas generaciones de artistas), o en donde los espacios están fuera de todo lugar considerado escénico y debe construirlos con su propia imaginación, es decir, sería un creador más en ese caso. Esto sucede generalmente en las obras infantiles, en donde se estimula la capacidad creativa de los niños para imaginar elementos que no están físicamente en el escenario, pero que pueden estar presentes en sus imaginarios y así fomentar la capacidad de contemplar, entender y crear nuevos espacios.

La percepción del espectador no es un elemento ajeno en su acto de creación. Para esto, es necesario preguntarse para qué las personas acuden al teatro. El espectador es un sujeto que asiste a las representaciones por distintas motivaciones, muy diferentes a las de un espectador de cine que quiere ver efectos especiales. El espectador teatral, quiere ver a los actores muy cerca suyo, casi como si le contaran una historia sencilla o compleja en sus oídos, quiere vivir una historia, sentirla propia. No se trata de instruir al espectador, si no por

el contrario, crear y estimular su placer, sus capacidades imaginarias. Este espectador es un estupendo receptor de imágenes y discursos que se combinan con las textualidades que intervienen en el espectáculo. No cualquier persona posee la capacidad de entender y disfrutar de un acontecimiento teatral, es por eso que la cuestión de convocar públicos es un problema hoy en día.

Las personas que acuden al teatro tienen, quizás, un motivo. Desean ver algo que en otras manifestaciones artísticas no encuentran, disfrutan del vivo, del aquí y del ahora. Existe una razón por la cual continúan eligiendo el teatro y no se quedan en sus hogares a ver una película, o van al cine o recurren al resto de ofertas de entretenimiento masivas disponibles en la actualidad. Algo las mueve a ir hasta allí (al teatro como lugar edilicio) en vez de quedarse en la comodidad de su hogar realizando otro tipo de actividad.

El espectador ya es un ser pensado desde el dramaturgo, que concibe una obra teatral, para su destinatario más próximo que es aquel quien será testigo de su creación. La preparación del espectador para ir al teatro es interesante, es como tener una predisposición a ingresar a una historia sin estar en una butaca comiendo palomitas de maíz:

El trabajo en el teatro es una recepción abierta hecha por el espectador, que en ausencia de este, no podría haber teatro alguno. El espectador siempre debe estar invitado a participar no solo desde las actividades explícitas de animación por parte de los actores en conversación con este, si no en cuanto a los diversos elementos de producción de sentido. Si bien las imágenes están impuestas por el director o el escenógrafo, el gesto también conduce al ojo del espectador, los sonidos y todos los signos en la escena preparan esa ambientación casi perfecta para que el espectador caiga en la trampa de saber que no está en una sala si no en el espacio en donde el director lo ha querido llevar. (Zabala, 2018, s/p).

Como analiza el autor, se debe considerar al teatro como un espacio pensado para el espectador. En este sentido, el mismo contempla un escenario, pero mediante las diferentes técnicas escénicas (escenografía, vestuario, diálogos y actores) se pueden crear imaginarios que resulten efectivos para comprender el espectáculo.

La historiadora de teatro francesa Ubersfeld, al hablar de las funciones del espectador, afirma:

Dentro de ese proceso que es la representación teatral [...] hay un personaje clave que no aparece sobre el escenario que, aparentemente no produce nada: el espectador. El espectador es el destinatario del discurso verbal y escénico, el receptor del proceso de comunicación, el rey de la fiesta; pero también el sujeto de un hacer, el artesano de una práctica que se articula perpetuamente con las prácticas escénicas. (Ubersfeld, 1997, s/p).

Con esto se apela a deducir el hecho teatral como un acto comunicativo donde el último receptor es el espectador, quien recibe el mensaje que el grupo creador de la obra quiere transmitir. Sin embargo, el espectador puede percibir otro mensaje distinto del que tenía como objetivo el emisor (directores, dramaturgos, equipo creativo en general). Esto puede generar que cambie el sentido y se re interprete el mensaje. Esta idea de intercambio es lo que hace interesante al teatro en sí y es por ello que se debe tener en cuenta al espectador como un integrante más del equipo a la hora de analizar si la obra realmente cumple con el objetivo y si el mensaje que el espectador interpreta es el mismo que el equipo creativo quiso transmitir.

Existen representaciones teatrales en donde el objetivo de mensaje de parte del equipo creativo era uno y el espectador comprende otro completamente distinto, cambiando el sentido de la obra y captando cuestiones que quizás el mismo director o dramaturgo no tomó en cuenta a la hora de armar la puesta en escena. Esto a veces puede jugar a favor, ya que el público percibe elementos que suman a la representación y que se pueden explotar al máximo para completar y enriquecer la creación artística. En estos casos, el papel del espectador es sumamente enriquecedor ya que al percibir aspectos que el equipo creativo no había tomado en cuenta, se convierte en un ser activo y parte del grupo que conforma la obra teatral como tal; un elemento de vital importancia para la creación artística.

1.2. Formación de espectadores como parte de la Cultura

Para empezar, es necesario plantear la incógnita de qué significa formar espectadores y porqué son tan necesarios en la vivencia teatral. Estos interrogantes pueden analizarse en torno a la responsabilidad colectiva de pensar y generar lazos con la cultura y el arte.

Para formar espectadores resulta fundamental examinar el papel del aprendizaje mutuo en el campo de la cultura. Si bien tal transmisión y educación puede ser parte integral del proceso de desarrollo, se menosprecia con frecuencia su papel. Uno de los objetivos más importantes que posee la cultura es la posibilidad de generar un aprendizaje colectivo entre los miembros de una comunidad.

Sen (2004) afirma que una de las funciones más importantes de la cultura radica en la posibilidad de aprender unos de otros. La posibilidad de pensar la cultura como una construcción colectiva es lo que permite que se le asigne al teatro aquel valor que sus productores y hacedores buscan. Sin embargo, el poder común a los espectadores no reside en su calidad de miembros de un grupo colectivo o en alguna forma específica de la interactividad. Es el dominio que tiene cada uno de traducir a su manera aquello que se percibe, de ligarlo a la aventura intelectual singular que los vuelve semejantes a cualquier otro aun cuando esa aventura no se parece a ninguna otra. Esta idea remite al hecho de que para que el conocimiento y aprendizaje pueda suceder debe asociarse a otros conocimientos previos.

Esa facultad común de la igualdad de las inteligencias liga individuos, los hace intercambiar sus aventuras intelectuales, aun cuando los mantiene separados los unos de los otros, son igualmente capaces de utilizar el poder de todos para trazar su propio camino. En esa capacidad de asociar y de disociar reside la emancipación del espectador, es decir, la emancipación de cada uno de los seres humanos como espectadores teatrales. (Ranciere, 2010, p 20).

Para que eso exista, para que se genere ese intercambio intelectual entre las personas, se debe pensar la cultura como parte fundamental de la formación y el desarrollo de la sociedad. Se debe entender el teatro como parte de un imaginario colectivo que necesita de una base de formación cultural sólida para poder ser comprendido y que los públicos puedan sentirse parte de lo que se ve y se cuenta en un escenario. No se puede formar parte de algo que no se conoce. Para ello es fundamental el conocimiento que la cultura conlleva para entender y conocer nuevas posibilidades, entender otros aspectos de la vida y la sociedad como tal.

La formación cultural promete ciudadanos comprometidos con la construcción de relaciones sociales y en atención con respecto a los modos de pensar y actuar, como diría Saborit (2004) sujetos concentrados en identificar el pensamiento subyacente en los actos. Una formación cultural sólida permite, a la par de la ganancia representada en las cualidades anteriores, mejorar la autoestima y la valoración de lo colectivo, de lo que representa a una comunidad como tal.

Tener una formación cultural sólida facilita al ciudadano a comprender lo que sucede a su alrededor, a vislumbrar cuál es la historia que define a la humanidad y cómo son las personas hoy en día gracias a las dimensiones culturales que así lo permitieron.

Esto invita a pensar la formación cultural como la memoria de la colectividad; un beneficio ligado a la posibilidad de evocación de todo lo acontecido en la cultura que se habita, de su identidad, de las transformaciones que ha experimentado, resaltando los cambios en las formas de pensar, ratificando con ello la génesis de la cultura como resultado de este proceso cognitivo visto desde lo colectivo. (Díaz y Quiroz, 2012).

Con esto se intenta analizar cómo el teatro es una forma comunitaria ejemplar. Conlleva una idea de la comunidad como presencia en sí, opuesta a la distancia de la representación. A partir del romanticismo alemán, el pensamiento del teatro ha estado asociado a esta idea de

la comunidad viviente. El teatro apareció como una forma de la constitución estética-de la constitución sensible- de la colectividad. Se entiende a la comunidad como manera de ocupar un lugar y un tiempo; un conjunto de percepciones, de gestos, y de actitudes.

La cultura conlleva una idea de grupo, de vivencia colectiva. El teatro en sí es una construcción compuesta por artistas y espectadores y por este motivo resulta importante preguntarse cómo se puede lograr que la sociedad se interese por contemplar una obra de teatro.

Por otro lugar, también es significativo pensar qué clase de aprendizaje o enriquecimiento puede llevarse un espectador de una obra teatral. La formación de espectadores no es más que indicar un nuevo camino a personas que carecen de interés o no consideran el teatro como un aspecto esencial en sus vidas. Consiste en acompañar, enseñar, mostrar las distintas posibilidades y oportunidades que el teatro, como parte de la cultura, pueden ofrecer como objeto de estudio y de conocimiento cultural.

El teatro se acusa a sí mismo de volver pasivos a los espectadores y de traicionar así a su esencia de acción comunitaria. La formación de públicos se propone de alguna manera enseñar a sus espectadores los medios para cesar de ser espectadores y convertirse en agentes de una práctica colectiva. Esto parte de la idea de que existe cierta distancia necesaria entre el artista y el público que de alguna manera se debe intentar reducir. Se debe entender el teatro como un diálogo, una pregunta y respuesta constante entre creador y espectador.

Ranciere (2010) expone que la distancia no es un mal a abolir, sino que es la condición normal de toda comunicación. El teatro como acto comunicativo responde al esquema de emisor-receptor. La distancia que hoy en día existe entre el teatro y su público es necesaria para que tal comunicación suceda.

En este punto, no debe considerarse como un aspecto negativo el hecho de que todavía resulte difícil convocar audiencia para las obras teatrales. Es una condición necesaria de toda comunicación, una distancia que es posible disminuir poco a poco, con diferentes recursos y entendiendo la cultura como parte fundamental de la sociedad.

El objetivo principal de la formación de espectadores reside en generar un vínculo de pertenencia con lo que se ve arriba de un escenario. Se centra en realizar un aporte en tanto herramienta de aprendizaje sobre la apropiación cultural de una ciudad. Consiste, también, en ayudar a las personas a poseer otras capacidades interpretativas, perceptuales y narrativas.

El arte permite crear mundos que ayudan, favorecen y fortifican la formación intelectual y emocional de los individuos. El desafío tiene que ver con la posibilidad de crear una cierta familiaridad con la experiencia teatral, lograr que todos puedan llevarse algo, ya sea un aprendizaje, un momento, una sensación, de aquello que se aprecia en el momento que se levanta el telón y empieza una nueva aventura teatral. (Durán y Jaroslavsky, 2012).

El teatro en sí es el lugar donde la acción es presentada, hecha realidad actual, por cuerpos vivos frente a cuerpos vivos. Lo que se debe buscar e intentar modificar es la imagen del espectador; se debe perseguir un teatro en el que los espectadores sean liberados de la pasividad del testigo, en el que aprendan cosas nuevas en lugar de verse cautivados por las imágenes y se conviertan en participantes activos.

En esta línea, los espectadores deben ser arrancados de sus dominios ilusorios, arrastrados hacia los poderes mágicos de la acción teatral, en la que intercambiará el privilegio de tomar el papel del espectador racional por la experiencia de poseer- o ser poseído- por la energía vital y primordial del teatro. (Ranciere, 2010, p 16).

Con esto se instala la idea de que el teatro sigue siendo el único sitio donde tiene lugar la confrontación directa de una audiencia consigo misma. Con esto se puede también pensar

que el teatro es aun el nombre de la idea de una comunidad como cuerpo vivo. Sugiere la idea de la colectividad como una auto-presencia en oposición a la distancia de la representación. Formar espectadores en este sentido es formar una audiencia que se permita pensar el hecho teatral como un paso más allá que una mera representación; como un dialogo constante entre hacedores y espectadores, como un todo que conforma a la comunidad, tanto artística como culturalmente.

1.3. Crear públicos en la era Digital

Resulta trascendental en estos tiempos (año 2018) preguntarse sobre cómo es posible formar espectadores en una generación meramente tecnológica y colmada de formas de entretenimiento masivas. Continúa siendo una incógnita el hecho de que el teatro siga subsistiendo entre tanta vorágine digital.

En este punto resulta importante considerar que los nuevos públicos a los cuales el teatro se pretende acercar, forman parte de una generación distinta a las anteriores, signada por las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) y sus dispositivos, tales como Internet de banda ancha, teléfonos inteligentes, televisión satelital, cámaras digitales, Netflix, o el mismo cine, considerándolo como forma de entretenimiento digital y masiva. (Durán y Jaroslavsky, 2012).

Isola (2017) afirma que el teatro es uno de los pocos espacios en los que aún los seres humanos pueden mirarse cara a cara. El cambio en las formas de comunicación que resultan evidentes hoy en día afectó no solo al teatro, sino a la forma de relacionarse que tienen las personas. Whatsapp, Facebook, Instagram, Twitter, entre otras redes sociales de diferente índole, llegaron para conectar a la humanidad, o quizás, desde otros puntos de vista, para desconectarla. La respuesta puede ser positiva o negativa desde el lugar desde donde se la observe.

Desde la perspectiva del teatro, el lugar del encuentro y el diálogo entre actor y espectador, todavía existe una incógnita con respecto a su función. La intriga reside en por qué la gente sigue concurriendo al teatro si puede quedarse en la comodidad de su hogar apreciando una serie o película de Netflix? Claro está que existe un número de aficionados y fieles seguidores teatrales, como los hay en cualquier disciplina, pero si hay algo que distancia al teatro del resto de las formas de entretenimiento es su poder de encuentro, de aquí y ahora, de cara a cara.

Urresti (2008) enfatiza que hay que romper esa dinámica vinculada al consumo televisivo clásico de la gente de quedarse en su casa. Ese es uno de los objetivos primordiales de la formación de espectadores de hoy en día, ya que constantemente se enfrenta al conflicto del consumo masivo existente en la generación actual.

Para que se pueda llevar gente al teatro se debe repensar la idea de entretenimiento, teniendo en cuenta las formas masivas de comunicación que atrapan a las generaciones actuales. Hay que sacar a las personas de su casa, llevarlas al lugar del encuentro, conectarlas con arte vivo, con presente y aprendizaje en tiempo real.

Ver una obra de teatro filmada es muy diferente a atravesar una experiencia teatral en vivo, por ejemplo. Esa es una ventaja con la cual cuenta el teatro, que se encuentra en su más primitivo origen; para poder apreciarlo hay que ir hasta allí, ir en busca del espectáculo.

El hecho teatral está dotado de experiencias, momentos que se pueden percibir una vez, en el presente. No hay una impresora o grabadora que logre revivir esos instantes, por eso es un arte efímero y vivo. Otra característica a destacar es que en una serie en Netflix, por ejemplo, se puede poner la opción pausa para continuar más tarde, mientras que una obra de teatro no posee tal función. Requiere de mucha atención de parte de sus espectadores para lograr seguir y comprender la historia en su totalidad.

La posibilidad de poner pausa en las series o películas permite al espectador realizar otras actividades mientras está contemplando una pieza audiovisual. Esto difiere en las piezas escénicas, donde las obras suceden en un tiempo determinado (una hora o dos, por ejemplo) y durante todo ese lapso el espectador necesita estar concentrado en el espectáculo y no tiene la posibilidad de manipular el tiempo como puede hacerlo en Netflix o viendo una película en su hogar.

El teatro es el único espacio artístico que mantiene a un grupo de personas concentradas en un solo punto (el escenario) durante horas. Eso es algo difícil de lograr en estas generaciones, donde, sobre todo en las grandes ciudades, la ansiedad y el estrés predominan en el mundo.

Una obra se cuenta en un tiempo determinado, luego de eso no existe una reproducción exacta de lo que se vivenció en una sala teatral. Asistir a dos funciones de una misma obra no garantiza que todo será exactamente igual a lo que se percibió la primera. El teatro es en presente, es ahora, por lo que una función depende de muchas cuestiones; el estado anímico o físico de los actores, si hay alguna falla técnica en sonido o iluminación, si falta un actor y debe reemplazarse por otro, etc. Nunca una función será exactamente igual a otra:

Más que la literatura, más que el cine, el teatro –que exige la presencia de unos seres humanos ante otros seres humanos-- es maravillosamente apto para la tarea de salvarnos de volvernos algoritmos. Puras abstracciones. Quitémosle al teatro todo lo superfluo. Desnudémoslo. Porque mientras más sencillo el teatro, más apto para recordarnos lo único innegable: somos mientras somos en el tiempo, somos mientras somos carne y huesos y un corazón latiendo en nuestros pechos. Somos aquí y ahora solamente. Viva el teatro. El arte más antiguo. El arte más presente. El arte más asombroso. (Berman, 2018, p.4).

En este punto es importante entender que el teatro es un arte antiguo. Al tratarse de dos cuestiones tan distintas entre sí, existe una dificultad para comparar el teatro y Netflix, por ejemplo. El cine y las series de televisión son sucesiones de imágenes, puestas unas tras otras para que el cerebro humano las una y comprenda una determinada historia. El teatro es mucho más que eso, son infinitas sensaciones, ilusiones, textualidades, percepciones;

puestas todas juntas para contar un todo que solamente se vivencia cara a cara. Mirando a los ojos. Un arte en el que no se permiten las pausas ni las repeticiones. Un arte que es un regalo en presente, que jamás podrá ser reemplazado, porque el teatro es aquí y ahora. Es uno de los pocos espacios en donde un ser humano tiene contacto con otro sin necesidad de la mediación de una pantalla. Es el contacto más puro y sincero que existe con el tiempo real y con el otro.

La generación que atraviesa estos tiempos prácticamente nació con un teléfono celular en la mano. En este contexto se puede considerar como un público privilegiado para los espectáculos porque captan muchas sutilezas gracias a su alta capacidad de atención múltiple. No exigen un sentido narrativo porque están acostumbrados a armar significados en la superposición de imágenes y porque la presencia del cuerpo vivo en el espacio es verdaderamente una novedad para estas generaciones acostumbradas al contacto virtual. (Durán, 2012, p. 26).

En este punto, es importante mencionar la difícil relación que posee el teatro con los teléfonos celulares:

Una de las críticas reiteradas al mundo de los espectadores, tengan la edad que tengan, es que casi siempre suena un celular en una función. ¿Cuál es el problema? ¿Falta de respeto a los actores? ¿Una dinámica de consumo que indica que el cliente siempre tiene razón y lo habilita para todo fin? Se debe recordar que el teatro sienta sus bases históricas en el ritual y cuando ese ritual desaparece, se desvanece la magia que ordena sin palabras los comportamientos de los integrantes del ritual. Se trata de un grupo de personas que, aunque acceda de forma individual a este acontecimiento, funciona como comunidad o asamblea. Este ritual activo desde ambos lados (escenario y platea), requiere una preparación previa tanto para los actores como para los espectadores y un estado de comunión o de gracia en el que ambas partes se disponen a abandonar el tiempo y el espacio presente para interactuar en una realidad verosímil, que durante ese lapso de tiempo será tan real como la realidad misma. (Durán, 2012, p.47).

El hecho de que un teléfono celular suene en pleno hecho teatral conlleva a que esa magia que posee el teatro se pierda, que tanto el resto de los espectadores como los actores se desconcentren y se pierda ese código pre establecido entre ambas partes. Una de las cuestiones a tener en cuenta es que los inconvenientes de la hiperconectividad afectan por

igual a chicos y adultos. Lo interesante es indagar cómo conviven las artes escénicas con los espectadores nativos en la era digital, es decir, los jóvenes.

Es interesante plantearse el desafío de lograr que los jóvenes saquen su mirada del teléfono celular para apreciar de una obra teatral. Sería de gran ayuda para la formación de espectadores observar si los adolescentes pueden estar dos horas en una butaca frente a un escenario sin tener la necesidad de observar una pantalla. Estas cuestiones son indispensables a la hora de pensar los nuevos públicos teatrales.

Los jóvenes actuales se ven afectados por una gran cantidad de distracciones impuestas por el mundo en donde viven y por el alto nivel de consumo y avance en torno a la tecnología y a las comunicaciones. Formar jóvenes espectadores posee el gran reto de apagar el celular, de lograr que un adolescente pueda llevarse algún tipo de aprendizaje de una obra teatral, que tenga deseos de repetir la experiencia y continuar formándose como espectador. Todo eso forma parte de un todo que no se debe evadir como sociedad, sino enfrentar para así buscar las maneras en las cuales el teatro pueda sobrevivir y subsistir en esta era digital.

1.4. El público Argentino

La impronta colectiva del arte teatral lo convierte en una práctica permeable y sensible al entorno en el que se despliega. El teatro argentino lo ha sido en grado sumo, desde el inicio de sus actividades.

La actividad teatral en Argentina tomó identidad a través de expresiones particulares como el sainete, principalmente, la pieza cómica, el grotresco, y la revista criolla. En todos los casos, el público Argentino siempre acompañó éstas producciones como parte de su identidad cultural.

También existe un fuerte arraigo hacia la lucha y la revolución por medio del arte, criticando diferentes momentos políticos del país a lo largo del tiempo. En todos los casos, el público

siempre encontró razones para asistir a los espectáculos, acompañando las diferentes causas y disfrutando los incomparables estilos que sus hacedores creaban y compartían cada vez que se sumaba una nueva producción a la cartelera:

En la Argentina, la cultura teatral es intensa desde, al menos, las dos últimas décadas del siglo 19. A través de los años, la actividad teatral -en todos sus aspectos: espectáculos, poéticas, compañías, cantidad de espectadores, salas, instituciones, publicaciones, etc.- ha ido creciendo cuantitativamente, en diversidad y singularidad. Es tal la proliferación y la amplitud de expresiones que no podemos hablar de un teatro argentino, sino de teatros argentinos, en plural, con características diferentes en las distintas ciudades, provincias y regiones del país. (Dubatti, 2017, s/p)

Al hablar del teatro en Argentina, se debe extender a todo el país, no solamente a la capital porteña. Sin embargo, es considerada una de las capitales con más teatros y espectáculos en el mundo. La actividad teatral en Buenos Aires propone diferentes estilos como así también diferentes precios en el valor de las entradas. El público porteño difiere en muchos sentidos del público en el resto del país, y la razón principal es que el teatro se encuentra instalado como una práctica usual entre sus habitantes.

El teatro en las provincias tiene un funcionamiento completamente diferente. En algunos sectores (particularmente en el NOA), al no existir una gran cantidad de habitantes, los hacedores y espectadores de las piezas teatrales son siempre los mismos. Las compañías se conocen y el público ajeno a la actividad teatral generalmente no asiste a las producciones. Tampoco se extiende a un público masivo debido a que el hábito de consumir teatro es muy diferente al instalado en Buenos Aires desde décadas atrás. No existe la cultura del teatro, o no es considerada una actividad relevante.

Durán (2012) afirma que cuando se habla de arte en términos de producto, aparecen conceptos como fidelización, de tal manera que serle fiel a una sala teatral o a un artista sería algo similar a serle fiel a un shopping o una tarjeta de crédito. Esto implica pensar directamente en una clase social que tendrá acceso a todos los consumos (y el teatro será uno más). Por lo tanto, una clase que quedará fuera de la fiesta. Pero también implica que el

arte (el teatro en este caso), será un bien de consumo que, como un shopping, no deja mayores huellas en el consumidor, más que un mero hábito.

En este caso, el análisis de la autora expone que existe cierta fidelización de parte de los espectadores hacia una determinada sala teatral o un artista específico. Esto remite a la idea de que existen personas que solo acuden si la obra está en un teatro específico o si el actor protagonista sale en algún programa de televisión o es mediático. Esto en el interior del país puede notarse muy seguido, debido a que cuando una obra sale de gira desde Buenos Aires, los habitantes de las provincias sienten que están cerca de sus actores favoritos, una vivencia que no ocurre frecuentemente.

Por otro lado, Durán afirma que el arte es un bien de consumo que no deja mayores huellas que un mero hábito. Resulta interesante preguntarse qué se lleva un espectador luego de ver un espectáculo. En términos materiales, nada. Ahora bien, se lleva una experiencia en vivo, un recuerdo visual, sonoro y hasta poético. Pero es importante reconocer que un consumidor teatral no paga para comprar un bien palpable, compra únicamente la experiencia.

El hecho de considerar que el teatro es una actividad pensada solamente para la clase media-alta es un error. Si bien el teatro comercial maneja precios altos en sus entradas, existen diferentes ofertas, tanto en teatro independiente como experimental. También existen espectáculos gratis, pero a veces se plantea el cuestionamiento de por qué, aún sin tener que pagar, la gente no tiene interés en asistir.

Urresti (2011), quien no proviene del campo teatral sino del de la sociología, entiende los circuitos culturales como espacios de encuentro en los cuales se comparten cosas, espacios que dan pie para después mantener discusiones interesantes sobre la condición que a uno le toca de vida en un determinado momento, sobre los conflictos que lo atraviesan, personalmente y como miembro de una sociedad y también como miembro de un momento

histórico. Espacios en los cuales uno se pregunta sobre ciertas situaciones y trata de reflexionar sobre el sentido de lo colectivo que le toca habitar.

En este sentido, lo más importante es generar un vínculo con el público y, para ello, se debe partir de lo específico de cada proyecto, de cada grupo o comunidad en que se desarrolla. Si bien hay estrategias para el desarrollo de públicos que pueden funcionar en diferentes contextos idiosincráticos, estas deberán diseccionarse y revisarse a la luz de las especificidades de cada proyecto, y es ahí donde se obtienen los mejores resultados.

Es por estas cuestiones que es imprescindible hablar de una formación de espectadores, de crear una familiarización de la gente con las obras teatrales que se producen en su propio país y en sus propias provincias. Es importante que puedan tener un sentido de pertenencia con los espectáculos que ven y que deseen regresar para repetir la experiencia.

Capítulo 2. La importancia de formar jóvenes espectadores

Este capítulo resaltaré la importancia de formar espectadores desde edades tempranas teniendo en cuenta cómo las artes escénicas influyen en la edad escolar de los niños y jóvenes actuales. También se analizará el rol que cumple el espectador niño y cómo se relaciona con las artes escénicas desde sus primeras aproximaciones a una sala teatral y todo lo que esa experiencia implica.

2.1. El teatro en la escuela

El teatro es un lenguaje, que, como cualquier otro, cuenta con un sistema de signos intrínsecos propios de la disciplina. Al tener sus códigos específicos, hace falta conocerlos y comprenderlos para poder entender lo que se ve arriba de un escenario.

En el caso de los niños, sus capacidades de aprendizaje permiten acercarse a cualquier disciplina que se les presente. Es por eso que todos los niños dibujan y pintan sin cuestionarse si lo que están haciendo es un arte o un juego. Con el teatro sucede algo parecido, cuando un niño actúa en un acto escolar, por ejemplo, no se cuestiona si lo que está haciendo es realmente teatro (considerado como una disciplina) y si eso está bien o no.

A medida que crecen, según las características socio-culturales del lugar en donde viven, empiezan a darse cuenta de que en realidad el teatro existe como tal y que hay personas dedicadas pura y exclusivamente a su actividad y explotación. Si concurren a un taller teatral, por ejemplo, empiezan a tomar conciencia que se puede adquirir cierta técnica de actuación y que una muestra de fin de año puede servir para aprender a construir un personaje. Otro fin puede ser íntegramente social: que un padre desee que su hijo tome clases de teatro porque quiere que construya vínculos con sus pares.

También existen otras realidades en donde los niños poseen algún tipo de problema, ya sea una fobia o un trauma y ciertos especialistas recomiendan a sus padres la actividad teatral para que forme parte del tratamiento general del menor.

Por otro lugar, el teatro como asignatura incluida en un plan de estudios escolar resulta impensado en muchas partes del mundo. En líneas generales, los especialistas no se oponen a la existencia de materias vinculadas con lo artístico cuando se plantea su inclusión en los sistemas educativos occidentales. Sin embargo, es inevitable trabajar con cierta tensión al momento de considerar el espacio que ocupará en el concierto del resto de las disciplinas. Y eso es una clara muestra de la duda que existe en relación a su utilidad. De hecho, no se plantearía éste interrogante si se tratara de una materia como matemáticas o ciencias porque no necesitan ningún tipo de justificación. (Duran, 2012).

En este caso, la incógnita se instala en el lugar que se le da al teatro en la formación de los niños y adolescentes en las escuelas. La respuesta más pertinente tiene que ver con considerar que las artes permiten otro tipo de alfabetización, además de la ya conocida y básica que posibilita la escuela:

Y una de las funciones importantes de las escuelas es el desarrollo de múltiples formas de alfabetismo, o sea, del desarrollo de la capacidad del alumno de extraer significado de las artes, las ciencias, la matemática, y por cierto, de cualquiera de las formas sociales con las cuales puede constituirse ese significado. (Esiner, 1998, p.25).

En este caso el autor expone que, en la edad escolar, los alumnos extraen significado de cualquier disciplina que se les presenta. Es importante pensar qué puede aportar una materia como el teatro a las aulas. Quizás la posibilidad de capturar el momento presente, de crear y decodificar metáforas y emociones, de desarrollar potenciales cognitivos orientados a imaginar aquello que no existe, o que no está del todo explícito, la posibilidad de hacer foco en temas existenciales que en el cotidiano aparecen como triviales, son operaciones posibles en el desarrollo y apreciación de las artes.

Estas formas de aprendizaje y de entendimiento de la realidad no suelen estar presentes en las materias básicas y originales de los diferentes planes de estudios. Si se considera el teatro como otra forma de enseñanza y alfabetización, sería un punto de sostén más para formar a un alumno y a que conozca íntegramente la realidad en la que vive y construirá su futuro.

Es por esto que en un proyecto educativo resulta esencial brindar la posibilidad de acceso a aquellos bienes culturales o artísticos que permitan ampliar el horizonte de experiencias de los alumnos. Debería considerarse de igual importancia que resolver un ejercicio de química o matemática:

Los programas escolares deben tratar de asignar tiempo al desarrollo de múltiples formas de alfabetismo. No hacerlo es crear un provincianismo epistemológico que limita lo que las personas pueden experimentar y, por consiguiente, lo que pueden llegar a conocer. (Eisner, 1998, p.36).

En este sentido es importante tener en cuenta que si bien no todos los niños desarrollarán en un futuro un interés sobre el teatro o el arte en general, es adecuado que la escuela brinde las herramientas para que el que quiera, pueda.

El teatro es parte de la cultura y de la realidad, por lo que no enseñarlo sería dejar afuera un recorte de conocimiento y quizás un niño quedaría imposibilitado de conocer un talento, o de desarrollar un interés.

En la mayoría de los currículos orientados a la Lengua y Literatura en las escuelas, los niños están obligados a leer obras de teatro. Pero el punto está en que una obra de teatro no está hecha para ser leída. La escuela pensada tradicionalmente no se siente obligada a llevar a sus alumnos al teatro ni a traerlo, o a permitirles la posibilidad a que actúen, es decir, a que jueguen a ser otros. Está en los adultos querer que los niños entiendan sobre la dimensión

del hecho teatral en su totalidad. De permitirles conocer otro aspectos de la vida y de sí mismos.

Por otro lugar, está presente la cuestión de analizar en qué escuelas o colegios se implementa algún espacio curricular destinado al arte o al acercamiento de la cultura teatral y quizás podría interpretarse que depende de la clase social que poseen los niños que asisten a las diferentes instituciones:

En las propuestas educativas llamadas de excelencia, en la escuela elitista, el arte no está ausente. Si es un lujo, en todo caso es un lujo que la escuela elitista reserva para sí, que no expulsa de sus muros: antes bien, es parte de su curriculum, su aprendizaje se evalúa, constituye un elemento definitorio de lo que se entiende por sujeto educado. (...) El arte funciona en las propuestas elitistas precisamente como parte de su contenido diferenciador (Terigi, 1998, p. 49).

Para muchos, el arte es un privilegio del que solo pueden gozar aquellos niños que tuvieron la suerte de nacer en el seno de una familia con buena situación económica. Si bien una educación con buen nivel implementa en sus contenidos todo o algún tipo de conocimiento cultural y artístico, no debería tratarse de un lujo. Todos los niños deberían tener acceso a aprender todo lo que el mundo pueda ofrecerles.

2.2 Teatro vs Matemática

El gran problema que presenta la escuela tiene que ver con lo que piensa la sociedad, que valora más la información enciclopédica que la alfabetización estética y sensible. Se aprecia más la inteligencia que el talento. Se estima mucho más un diez en matemática que en música. Si un niño muestra una capacidad innata en ciencias o en química es mucho más valorado por los adultos que uno presenta un talento artístico como una capacidad para cantar, por ejemplo. (Durán, 2012).

También existe una clara diferencia en que si un niño es experto en matemáticas, la sociedad lo define como un futuro contador o ingeniero destacado. En cambio, si otro niño

tiene una inclinación sobresaliente en habilidades teatrales, está dicho por la sociedad que será su hobby ideal. Existe una línea tajante entre las habilidades que se creen que funcionan para ganar dinero y las que solamente pueden ser consideradas actividades de ocio o de entretenimiento.

Es por eso que las escuelas definen sus planes de estudio de acuerdo a lo que creen que le servirá a un joven en su futuro, sin tener en cuenta lo que realmente le sirve para aprender y conocer el mundo en el que vive, y las oportunidades que el mismo le presenta.

Algunas escuelas presentan estudios en Historia del Arte, donde se muestra el teatro como una entidad sacralizada y, por ende, muerta. No se piensa el arte como una cuestión actual. Es por eso que los alumnos tienden a pensar que el teatro es aburrido, les remite a Shakespeare y a autores viejos, sin pensar que ellos mismos pueden crear estilos diferentes y contar sus propias historias. (Durán, 2012)

Generalmente los profesores se encargan de explicar a grandes rasgos las grandes corrientes artísticas y mostrarles a los alumnos imágenes de la evolución de la pintura a través de los siglos. Podría considerarse una clase de historia, como la que reciben como asignatura corriente. De esta manera un niño no desea explorar más acerca de lo que se está presentando.

Los movimientos vanguardistas y el arte experimental, que cuestionan la cultura misma, no encuentran espacio en la escuela. Tampoco el arte popular. Se repite todo el tiempo lo mismo, a pesar de que la sociedad avanza a pasos agigantados.

Por otro lugar, los chicos cambian permanentemente, porque cambia la cultura y también lo que ellos mismos experimentan. Por eso resulta fundamental para cualquier planificación responsable, garantizar datos actuales en los cuales basar las decisiones pedagógicas vinculadas a la formación de espectadores de las artes escénicas. (Durán, 2012).

Para enseñar se debe tener en cuenta qué es lo que rodea a los niños que están recibiendo esa información y aprendizaje. Hoy en día existe un variado espectro de carreras relacionadas al arte y a muchos otros intereses que antes eran impensados. Dejar de enseñar una asignatura por prejuicios establecidos en la sociedad significa dejar sin oportunidades a un niño que después desee dedicarse a explorar otros caminos. Los niños cambian, la sociedad avanza, y los adultos deben acompañar ese proceso.

2.3 La recepción de los jóvenes

Las formas de recepción que los jóvenes poseen en la actualidad (año 2018), no son las mismas que se contemplaban hace 10 años atrás. La pedagogía en las escuelas debe ir adaptándose a los tiempos acelerados en que los jóvenes manejan sus rutinas. La aparición de pantallas (celulares, televisores y computadoras) trae como consecuencia que los tiempos de atención y concentración de las nuevas generaciones sea limitado.

El punto de mayor importancia de la expectación de las artes escénicas tiene que ver con el transcurrir lineal y acumulativo del tiempo. En el cine, al tipo de atención opuesta se la llama atención flotante: el espectador puede comer pochoclo, atender el celular, hablar con sus amigos mientras ve una película y seguramente no se pierda de nada porque la industria está pensada con y para el pochoclo y las interrupciones. (Durán, 2012).

En el caso del teatro, ese carácter de habilitar la múltiple atención que existe en el cine es imposible. Una obra se ve afectada tanto por el sonido de un teléfono celular interrumpiendo la función como de la propia concentración del espectador en lo que está viendo.

Tanto si se enseña teatro en las aulas como lo que sucedería si un grupo sale de la escuela a ver una obra, en ambos casos las formas de recepción de los niños actuales requiere tener en cuenta la noción de tiempo que se maneja en la actualidad.

La soledad, la depresión, la angustia, la dificultad para establecer lazos con los demás, hablan de una patología a menudo producto del reemplazo del contacto del cuerpo por aparatos (celulares, computadoras, tablets) que prometen velocidad, conexión y distracción, pero que, como sucede con las adicciones, piden aún más. (Durán, 2012).

El teatro como asignatura permite ese encuentro entre cuerpos que, despojados de elementos electrónicos, pueda establecer un vínculo e interpretar un fragmento de realidad que se pueda considerar una forma de expresión. En el caso de ir a ver una obra, también se requiere dejar de usar el teléfono celular durante un par de horas, para avocarse pura y exclusivamente a la recepción de lenguajes, códigos y estéticas que el espectáculo propone. Desde este punto, el concepto de público puede ser utilizado de una manera confusa. El espectador es una entidad individual y colectiva a la vez. El espectador-individuo es portador de códigos ideológicos y psicológicos de grupos diversos, mientras que la platea constituye a veces una entidad, un cuerpo que reacciona en bloque:

El término público suele designar al conjunto, simple, físico de personas que asisten a un espectáculo, visitan un museo, frecuentan una biblioteca, compran ciertos discos, sintonizan determinada emisora de radio o canal de televisión, leen determinado periódico, autor o género literario. Así se habla de un público de cine, de arte, de literatura y de manera más genérica, de un público de cultura. En ese sentido tiene como sinónimos, no menos precisos, designaciones como espectadores, consumidores, usuarios, lectores, oyentes, televidentes, etc. (Coelho, 2009, p. 265)

En este sentido más global, público es una palabra destinada a agrupar personas que acuden a un mismo espacio con un objetivo en común. De Marinis (1986), expone que el primer acercamiento del espectador al espectáculo teatral es lo que llama el hacer perceptivo que consiste en la focalización de la atención, lo que da cuenta de un enorme esfuerzo al que estará confrontando el sujeto perceptor que, para el autor, no tiene ni punto de comparación con lo requerido por otras artes como la literatura o el cine, dada la cantidad de signos simultáneos y fugaces que las artes escénicas proponen.

En éste punto, el teatro es un arte complejo que requiere que el espectador esté cien por ciento disponible para comportarse como un receptor activo de lo que está viendo. La mayoría de los jóvenes presenta una dificultad pronunciada en focalizar su atención durante mucho tiempo en una cuestión determinada. La presencia de en un mismo tiempo y espacio tanto del actor como del espectador sugiere que todo lo que sucede en una sala teatral es aquí y ahora, es una recepción e interpretación inmediata. Una comunicación fugaz.

Los adolescentes, pendientes de la pantalla de sus celulares, poseen una tendencia a la desconexión. Estar conectados con algo durante un determinado tiempo es poco usual para ésta generación de jóvenes. El teatro es conexión. Requiere lograr un estado de conexión entre todos sus participantes: tanto actores como equipo creativo y espectadores.

Con esto se puede llegar a la conclusión de que el teatro es una buena forma de conectar aquello que está desconectado entre los jóvenes de hoy. Desde sus múltiples variables (actor, espectador, lector) se puede contribuir a que la atención se centralice en un solo punto durante un tiempo determinado, que sirva para concretar un aprendizaje específico.

2.4 Prejuicios en las artes escénicas

En el imaginario de los jóvenes, el teatro puede verse como aquello a lo que los adultos asisten bien vestidos los fines de semana. Y no cualquier adulto, sino aquel que posee un buen poder adquisitivo. No lo perciben como un aspecto cultural, sino que lo señalan como un entretenimiento pensado para aquellos que pueden pagar una entrada. (Durán, 2011).

En primer lugar, están los prejuicios en relación a dos temas: creen que el teatro no es para ellos y que todo lo que viene de la escuela es aburrido. En cuanto a lo primero, lo sienten ajeno a ellos ya que generalmente no están incluidos en el plan de sus padres de ir al teatro el fin de semana. Ahora bien, si la escuela propone ir a ver una obra de teatro, o lleva la misma a la institución, inmediatamente, para la gran mayoría de los chicos, se asocia al

aburrimiento porque es una propuesta de la escuela. Desde esa perspectiva se puede pensar que existe un gran prejuicio de la pedagogía en general. Si un adolescente se aburre en la escuela es porque realmente es un espacio en el que no se está encontrando, y eso no solamente es un problema del joven, sino de los educadores en general.

Otro de los grandes prejuicios que manifiestan los jóvenes a la hora de asistir a una obra teatral es en relación a lo que la escuela les permitiría ver o no. Es decir, en el imaginario la escuela aparece como una institución infantilizante. Los jóvenes creen que existen ciertos temas o lenguajes a los que la escuela no les va a permitir que accedan.

En la escuela hay pensamientos que se aprueban o se desaprueban (que son considerados correctos o incorrectos). En el arte, por el contrario, se presenta como una complejidad estética e ideológica que requiere de otras herramientas para ser abordado. Decir que algo está bien o mal en una obra teatral requiere de un análisis mucho más complejo de lo que se cree, sobre todo cuando se trata de los jóvenes. La escuela debe brindar esas herramientas para que se ponga en cuestión lo que se ve, en este caso, una pieza teatral.

Algunos educadores manifiestan que hay que *cuidar* a los jóvenes de ciertos temas, prevenir que los vean por su corta edad, o su poca capacidad de comprensión del mundo real ya que, según el prejuicio establecido, no poseen la información necesaria para interpretar lo que ven en escena. En ese caso, sería mucho más rico que se realice un correcto abordaje de aquello que se desconoce para que, una vez vista la obra, se pueda reflexionar con los jóvenes sobre aquello que vieron y no entendieron. Además, el docente en estos casos actúa como un nexo entre las incógnitas de los alumnos y lo visto en escena:

En principio, el encuentro con las artes es algo que tiene que circular y no descender. Por eso la mediación docente es ponerse en el "medio", como un puente que está cortado y hay que destrabar para que todo vuelva a circular. Tiene que ir y venir. (Durán, 2012, p.25).

En este sentido, el docente debe actuar como intermediario entre lo que sus alumnos ven en el escenario y aquello que les resulta ajeno, para también poder brindarles nuevas formas de aprendizaje y conocimiento.

Los jóvenes, ya que así los tiene acostumbrados el sistema educativo actual, esperan aquello a lo que están acostumbrados: algo sistematizado, secuenciado, transmutado y, por lo tanto, algo que ya no está vivo. En contraposición, las artes solo lo son cuando están vivas. Es importante que la escuela se adapte a sus alumnos, que se modernicen las formas de percepción pedagógicas en las aulas:

Toda pedagogía tiene que adaptarse a los niños y a los jóvenes a los que se dirige, pero nunca en detrimento de su objeto. Si no respeta su objeto, si lo simplifica o lo caricaturiza a ultranza, incluso con las mejores intenciones pedagógicas del mundo, está haciendo un mal trabajo. (Durán, 2012, p.32).

En este caso el objeto es el teatro, y sus características difieren bastante de la educación sistemática a la que están acostumbrados los jóvenes en las aulas. El arte, por definición, siembra desconcierto. No debe ser ni la propiedad ni el coto vedado de un profesor especialista. Tiene que ser una experiencia de otra naturaleza que la de una asignatura particular, tanto para los alumnos como para los docentes.

El arte, en este caso el teatro, sirve para hacer pensar. Los docentes no deben verlo como una amenaza sino como una posibilidad de aprendizaje, tanto para ellos como para sus alumnos. Si existe alguna temática de la cual los jóvenes desconocen, quizás sea momento de ponerlo arriba de la mesa, sacarlo a la luz y hablarlo.

Los jóvenes necesitan conocer aquello que desconocen. Y ellos, por su parte, deben saber diferenciar el teatro del aprendizaje sistemático que adquieren en un aula y entender que es una nueva posibilidad de entender el mundo y de recepción de nuevas imágenes y sentidos.

Por otro lugar, los prejuicios de los jóvenes se ponen de manifiesto en relación a ver y juzgar a los personajes como estereotipos sociales, muchas veces objeto de burlas y otros considerados reprobables.

Los espectadores que ven muchas obras de teatro han transitado por autores e ideologías que contemplan temáticas referidas a la diversidad, la intolerancia, el abuso del poder y la violencia en cualquiera de sus formas, pero aún sigue vigente la incógnita sobre qué sucede con los jóvenes que no han abordado las ideologías del mundo que muestran las artes escénicas.

Un tema controvertido puede ser un beso entre dos actores varones, o dos actrices mujeres respectivamente. En ese sentido, la escuela puede considerarlo como un tema controversial o, por el contrario, tomarlo como una oportunidad para poder visualizar lo que los estudiantes piensan acerca de la homosexualidad o de la discriminación respectivamente.

Los docentes pueden instalar la idea de que los jóvenes no saben, y mientras menos sepan, menos van a hacer. Los adultos subestiman a los adolescentes que en realidad tienen acceso a una gran cantidad de información a través de un teléfono celular.

En todos esos casos los alumnos pueden ver personajes en escena que representen a un tema que les resulte ajeno en relación a lo que la escuela muestra como un contenido escolar. Los docentes deben encontrar en esa situación una nueva oportunidad para reflexionar con sus alumnos y no ver al teatro como una amenaza para los contenidos que se ven en el aula:

La incapacidad de enfrentarse a la irritante pluralidad de los seres humanos y a la ambivalencia de todas las decisiones de clasificación/archivo es, por el contrario, espontánea y se refuerza a sí misma: cuanto más efectivos son los impulsos hacia la homogeneidad y los esfuerzos destinados a eliminar las diferencias, tanto más difícil resulta sentirse cómodo frente a los extraños, ya que la diferencia parece cada vez más amenazante y la angustia que provoca parece cada vez más intensa. (Durán, 2012, p.51.)

En la escuela, la diferencia debería ser fuente de conocimiento y aprendizaje. Ver en el teatro personajes distintos a lo que los alumnos ven todos los días permite que se cuestionen sobre la realidad que se les muestra y lo que ellos son capaces de comprender.

La escuela debe permitir que los alumnos conozcan lo que les resulta poco familiar para crear contextos de análisis, cuestionamientos y debates. El teatro es una excelente manera de exponer temas que son difíciles de abordar dentro del aula.

2.5. El espectador niño

En su actividad como espectadores, los niños tienen una conducta diferente a la de los adultos y adolescentes. El niño se forma como espectador de teatro a medida que asiste a los diferentes espectáculos, cada vez que cumple el rol de público y participa del acontecimiento expectatorial.

Es importante mencionar que el niño no acude a un espacio teatral por sus propios medios, sino que lo hace mediante el acompañamiento de sus padres o de un mayor, por lo que no es una decisión propia acudir a los espectáculos, pero será de gran importancia que vivan esta experiencia en la niñez para formarse como futuros espectadores de las artes escénicas.

El teatro infantil tiene, con respecto al teatro para adultos, rasgos de comunidad y de diferencia. Es decir, comparte con el teatro para adultos muchos elementos y, a la vez, tiene ciertas reglas y códigos de funcionamiento que le son propios. Los niños tienen una alta capacidad de recepción, por lo que mediante diferentes técnicas visuales, auditivas o sensoriales se puede crear una convención distinta al tratamiento teatral que requiere un público adulto.

En sus primeras incursiones, el niño concurre espontáneamente, con la misma predisposición con la que va a practicar algún deporte o a una fiesta de algún compañero del colegio. En principio, no participa de los códigos propios del convivio porque no las conoce y es ingenuo respecto de cuál debe ser su comportamiento durante la función.

El espectador niño que recién asiste al teatro no tiene conciencia de la convención teatral, de que en la escena se funda un mundo paralelo y que él es un receptor de ese otro mundo ficcional. Por eso, cree que está en presencia de las criaturas del mundo poético, no tiene conciencia de su condición de espectador, vive el acto poético; la obra como parte del mundo real. (Lavosi, 2006)

En ese sentido, el espectador infantil es el que más se sentirá involucrado en el acontecimiento teatral. Por otro lugar, los adultos que piensan la creación de un espectáculo destinado al público infantil lo hacen desde ciertos parámetros, teniendo en cuenta varias nociones. Una de ellas es el espacio escénico y sus diferentes usos.

Desde sus inicios, el teatro para niños trabajó con un modelo esquemático de representación en el cual el público infantil debía participar activamente en diversas circunstancias. En primer lugar mediante el acompañamiento de la música del espectáculo con palmas, zapateo, gritos o abucheos. Segundo: a través de la respuesta a interrogantes planteados desde el escenario: desde el famoso: *¿Cómo están, chicos?, ¡Más fuerte!-*; pasando por la intervención del espectador en la trama: *No encuentro a mi perro*, dice un personaje. *¿Lo vieron pasar?* o *Me persigue el lobo*, dice otro personaje. *¿Me avisan si viene?*. Tercero: mediante la intervención física en el escenario, ya sea para participar de un juego, tomar el rol de un personaje o bailar con los actores en la escena final.

En este tipo de teatro tradicional se busca la unificación de los espacios dramático, escénico y escenográfico (según Pavis), con vistas a transformar la expectación en participación. De acuerdo con este modelo, el niño no espera, sino que juega activamente y es él mismo parte del espectáculo, cuyos artistas adquieren simultáneamente el rol de animadores.

Los creadores teatrales que trabajan de esta manera parten de una observación pragmática: al niño hay que entretenerlo a toda costa para que no se convierta en un saboteador del espectáculo, para que no llore, no grite y no pida a gritos retirarse de la sala. Un adulto

puede soportar una pieza teatral que no le resulta atractiva por el simple hecho de que posee un nivel de socialización y adaptación mucho mayor al que posee cualquier niño. El público infantil no miente, si la está pasando mal buscarán la forma de manifestarlo.

Es por este motivo que los teatristas consideran que hay que ofrecerles a los niños un alto nivel de participación. Es comprobable que los chicos más pequeños no perciben el salto ontológico que implica el pasaje del orden de lo real al orden poético, y en tanto aún no han interiorizado la convención expectatorial y por lo tanto creen estar conviviendo con los personajes de ficción, no saben todavía ser espectadores y requieren que se los estimule y entretenga de otra manera. El teatro adquiere así el estatuto de sucedáneo de la fiesta infantil.

En este punto es importante aclarar que hoy en día, teniendo en cuenta las diferentes producciones de teatro infantil que se realizaron en el último año, se puede mencionar que se está buscando una manera de romper con el rol del actor que asemeja a un animador. El fin que se persigue es el de dejar de subestimar a los niños y crear espectáculos para toda la familia, donde, mediante diferentes códigos, los niños puedan percibir e interpretar lo que ven arriba del escenario y tener ellos mismos un trabajo de espectadores activos a pesar de su corta edad:

En Buenos Aires, uno de los principales responsables de esta posición de enfrentamiento es el director Hugo Midón (autor de *La vuelta manzana*, *Vivitos y Coleando*, *La familia Fernández*, *Huesito Caracú*, entre otros). Desde los años 70 Midón es modelo de sucesivas generaciones de teatristas dedicados a los niños. El punto de partida de este talentoso director es la asimilación de los mecanismos del teatro para niños a los del teatro para adultos. Midón afirma una y otra vez que *no hay diferencias entre el teatro para niños y el teatro para adultos* y que, por lo tanto, sus procedimientos deben ser idénticos. Considera que estos principios los heredó de su maestro Ariel Bufano, quien decía que el arte era igual para todos: Una rosa es una rosa tanto para un niño como para un adulto. (Sormani, 2015, s/p).

En este punto, igualar a adultos y niños para pensar los códigos escénicos puede traer muchos beneficios. Los espectáculos así concebidos no involucran al espacio del público en el espacio dramático, es decir, no se piensa el espectáculo infantil como una fiesta en donde

hay que invitarlos a bailar. Si etimológicamente teatro significa espectral, la función fundamental del niño espectador debe ser la de observar, mirar, contemplar los mundos poéticos, y dejarse afectar emocional, estética, lúdica e ideológicamente por ellos.

De esta manera el centro de actividad del niño está ubicado en la estimulación de su capacidad imaginaria, en la exaltación de su competencia representacional y simbólica. No se trata de hacerlo trabajar físicamente sino de invitarlo a desarrollar al máximo el placer de la imaginación. Esta concepción plantea un interesante paralelo entre el teatro y la representación imaginaria que el niño pone en ejercicio cuando le leen o lee por sí mismo un cuento. (Sormani, 2015).

Es importante que los adultos tengan conciencia de que aquello que los niños observan en una obra teatral puede generarles una gran cantidad de incógnitas y dudas sobre la vida real, sobre ciertos estereotipos que se presentan frecuentemente en los personajes, y la noción del bien y del mal.

Generalmente, en todas las obras de teatro infantil existe el personaje del bueno o del héroe versus el villano. Es importante destacar que el tratamiento de estos patrones universalmente planteados tanto en películas como en teatro infantil despierta en los niños una gran cantidad de preguntas acerca de sus propias vidas, de cómo se identifican con el papel del héroe y qué es aquello que ven reflejado de ellos mismos en el escenario.

Ver teatro aumenta la concentración de los más pequeños y hace que entiendan mejor el mundo gracias al análisis de las situaciones que se les plantean. Además, la mayoría de las obras infantiles cuentan con una moraleja o enseñanza que les transmiten valores; es decir, les transfieren algún tipo de mensaje al igual que lo hacen muchos cuentos o películas.

Por otro lugar, el teatro es una buena manera de acercar y reforzar de forma amena conocimientos que se dan en clase: arte, teatro en inglés, cuentos clásicos, adaptaciones literarias e, incluso, obras históricas son algunos ejemplos a través de los cuales ampliarán

su conocimiento en torno a personajes y escritores fundamentales del patrimonio cultural universal de una manera participativa.

En este caso es de vital importancia el rol de mediador que posee el adulto a cargo para poder relacionar lo que el niño percibió en el espectáculo con aquello que pueda inquietarlo u ocasionarle algún tipo de cuestionamiento. Resulta trascendental que los adultos se tomen el tiempo de hablar con los niños sobre lo visto arriba del escenario, ya que a veces se plantean situaciones que desconocen y que desean comprender mejor.

Otra cuestión a tener en cuenta es que los niños en general no se preguntan sobre el origen de lo que ven en el escenario. No saben que existe un mecanismo teatral detrás de la escenografía o que existe un director que puso en funcionamiento la obra. Para convertirlos en futuros espectadores es importante mostrarles que existe el otro lado de la moneda, que el teatro es hecho por personas. Que así como en la escuela existe un director que rige la institución, en una obra hay una persona que se encarga de que la obra tenga un buen funcionamiento en escena:

El teatro infantil es considerado como algo que el adulto le propone al niño: propuesta cuyo objetivo es el de comunicarse con el niño y cuando he mencionado la eficacia lo he hecho pensando en esta comunicación: esta comunicación se establece tomando el sentido y la dirección que nosotros queremos darle, porque cuando demostramos un verdadero deseo de que el teatro se dirija a los niños, también tenemos la voluntad y el deseo de comunicarnos con ellos. Entre nosotros no existe nadie que se dirija a un público infantil sin tener un mínimo de voluntad para hacerlo. Partiendo de este hecho, es ciertamente muy importante el llegar a saber cómo se establece esta comunicación. (Yendt, 2013, s/p).

Con referencia a la cita anterior, si el teatro se considera como un acto comunicativo que el adulto le propone al niño, más allá de presentarlo como un juego se debe analizar con qué fin se lo lleva al niño hasta una sala teatral. Pueden existir varias posibilidades, una de ellas es que el adulto desee que el niño experimente una salida diferente a la que está acostumbrado. Por otro lugar, es importante explicarle al niño que lo que va a ver es ficción, que empiece a entender que no todo lo que ve forma parte de la realidad.

En este propósito, también es relevante observar si el niño ha recibido y comprendido bien el mensaje que la obra propone. En todo caso es fundamental el diálogo previo y posterior a la función para que el niño aproveche al máximo la experiencia teatral.

Resulta clave comprender que el espectador niño no lleva consigo una gran cantidad de ideas o de información previa para poder analizar una pieza teatral. Asiste completamente despojado de prejuicios y de estereotipos que los adultos sí tienen en la mente cuando comienza un espectáculo:

Un público compuesto por niños es el mejor de los críticos; ya que los niños no tienen ideas preconcebidas, se interesan inmediatamente o se aburren con igual rapidez, y se dejan llevar por los actores o se impacientan. (Brook, 2001, p.49).

Un niño pequeño absorbe con gran rapidez todo aquello que se le presenta. No analiza cada detalle sino que experimenta y aprende. Es una audiencia tan pura y a la vez abierta y honesta que está dispuesta a entregarse a miles de posibilidades y manifestarse en forma de aprobación, rechazo o indiferencia.

Los grandes creadores de la escena infantil defienden un teatro para formar espectadores y combaten aquellos entretenimientos, tan de moda durante muchos años, que exigen una participación compulsiva y homogénea a partir de una rutina de actividades especialmente provocadas. Espectáculos cuyo eje principal es hacer aplaudir a los niños al ritmo de la música, repetir o completar frases, contestar preguntas, o hacer determinadas muecas o mohines ante alguna situación. Estos entretenimientos descalifican al espectador, porque lo incentivan a un tipo de respuesta automática y masiva, no autónoma. (García, 2006)

Después de las consideraciones anteriores, se puede analizar que un niño es un ser individual más allá de que al formar parte de una audiencia conforme a un público. El teatro debe buscar y focalizarse en que ese ser particular piense, cree, imagine, analice y saque conclusiones por sí mismo. El teatro es un espacio con muchas herramientas para trabajar con ellos y poder transportarlos a diferentes planos de su imaginación y creación. Es

fundamental el acompañamiento de los adultos en los diferentes procesos creativos y artísticos para así sumar a la experiencia y que el niño pueda percibir y comprender de una mejor manera el mundo del que forma parte.

Capítulo 3. Comunicación y artes escénicas

En éste capítulo se hará hincapié en todas aquellas cuestiones que implican la comunicación de las artes escénicas. Se analizará el amplio panorama del vínculo que establecen, real o potencialmente, la comunicación y el teatro. Por otro lugar, la difusión y el público serán conceptos claves para reflexionar sobre el aporte que pueden hacer las funciones comunicativas a las artes escénicas y cómo abordarlo desde el proceso creativo de una obra teatral.

3.1 Comunicar teatro

El teatro, en sus inicios, fue una praxis profundamente ligada a la comunidad. Durante mucho tiempo la difusión de la actividad teatral era innecesaria porque venía incorporada a la vida social de manera naturalizada. En el primer capítulo de este proyecto, se mencionó que anteriormente el teatro era considerado un ritual luego pasó a ser una fiesta, con un fuerte arraigo a fines íntegramente sociales. El panorama actual señala una situación que se encuentra en las antípodas de aquellas.

Ir a ver teatro, danza, circo, títeres y objetos no se cuenta entre los consumos culturales internalizados de manera general en la ciudad de Buenos Aires. El número de personas que no ha pisado un teatro- o lugar equivalente- es muy alto, al igual que el de aquellos que lo hacen de modo absolutamente esporádico. (Berman, 2014).

Por otro lugar, la producción de espectáculos de todo tipo en la ciudad no deja de crecer. En alguna medida, muchas de las propuestas se disputan el mismo público. Un número muy importante de puestas en escena pugnan por los mismos espectadores. La única solución posible, inteligente y a largo plazo no es la lucha por el público como si fuera un premio o un

trofeo sino lograr que quienes no son espectadores se conviertan en espectadores, así como se enfatizó en capítulos anteriores.

Para la formación de nuevos públicos de las artes escénicas, la comunicación tiene un fin fundamental. El teatro en sí es un acto comunicativo que lleva a cabo acciones de intercambio constantemente. Un teatro como espacio edilicio comunica desde una perspectiva institucional; es por un lado, una entidad con funcionamiento propio y por otro un conjunto de piezas diversas que constituyen de modo diferente en función de las obras que programa.

Las estrategias de difusión son de lo más diversas. Cuando se intentan analizar todas las perspectivas de comunicación en el teatro se debe tener en cuenta que no es lo mismo comunicar una obra con o sin una figura mediática o con o sin un director reconocido. También será de especial relevancia conocer qué tanto conocen las personas la obra en cuestión, si es universalmente reconocida o no. Entender esta divergencia es fundamental porque permite analizar qué ámbitos conllevan diferentes estrategias de comunicación, tanto simbólicas como reales. Es importante tener en cuenta estas cuestiones que llevan a analizar qué posibles estrategias de difusión posee cada obra en particular:

¿Para qué querría salir en el diario un espectáculo que obtiene público a partir del volanteo? Muchos restan valor al acto de volanteo. ¿A quién se le ocurre que la gente que camina por la calle recibe un papel, lo lee y entra? Pues hay propuestas que únicamente funcionan de esta manera, hay ciertos tipos de teatros, ciertas obras, ciertos circuitos que llenan sus salas con espectadores ocasionales que deciden de manera espontánea la entrada a una sala teatral. (Berman, 2014, p.8).

Resulta trascendental entender que se deben analizar las formas de comunicación y los medios de difusión que requiere cada obra en específico. Es difícil emprender un modo o una suerte de guía que sirva para todos los espectáculos ya que se deben tener en cuenta diversos factores que definirán que tipo de comunicación es necesaria en cada caso. Resulta trascendental entender que no hay un modo general de comunicar las artes escénicas.

Es preciso resaltar que en un espectáculo todo comunica. Desde la persona que publicita y vende la obra, hasta se encuentra en boletería para vender una entrada, o el que ubica a las mismas en sus asientos. La comunicación se encuentra presente desde un primer momento en un proceso creativo de una obra teatral. Es importante que todos los factores y las personas que integran a ese espectáculo comuniquen lo mismo, en todos los momentos del proceso.

Los espectáculos en sí son entidades difíciles. Se trata de fenómenos comunicacionales complejos que incluyen, además de textos ficcionales y metadiscursos, espacios construidos y circuitos variados de circulación y consumo, diferentes modos de interacción entre intérpretes y espectadores y vínculos particulares entre múltiples actores. Esto hace que los procesos comunicativos y las formas de comunicar una obra sean dificultosos.

Es importante tener en cuenta que quienes se ocupan de vender o publicitar una obra busquen todas las formas posibles de llevar la mayor cantidad de espectadores. Los modos de difusión en juego son múltiples: volantes, afiches en vía pública, agendas, páginas web, postales, Facebook, Twitter, Instagram, entre otras redes sociales.

El espectador de hoy en día (año 2018) es usuario en inagotables redes sociales, casillas de mail, grupos de whatsapp, etcétera. Los teatristas deben saber manejar estas nuevas formas de comunicación y estar atentos a las nuevas variables y tendencias que van apareciendo para poder captar nuevos públicos.

Dar cuenta de la diversidad de formas de comunicación existentes implica mapear el panorama complejo de artes escénicas para encontrar la relación y el vínculo entre el teatro y la noción de saber comunicar.

3.2 Hacer prensa en teatro

Existen personas interesadas en la comunicación y en las artes escénicas que llevan adelante el rol de agente de prensa. Su función pasó de un lugar inexistente a uno indispensable.

Ciertamente, no son los responsables absolutos del éxito o del fracaso de una puesta en escena pero son quienes invitan críticos, periodistas, jurados o formadores de opinión a los diferentes espectáculos. Cada uno tiene su estrategia en función a la obra con la que trabaja. (Berman, 2014).

Como se mencionó anteriormente, no es lo mismo publicitar o comunicar una obra de la calle Corrientes con protagonistas mediáticos que una obra deliberadamente hermética que no es para cualquier tipo de público. Y así como algunos artistas sueñan con aparecer en *Clarín* o *La Nación*, otros se avergonzarían de salir en esos diarios.

Duche, integrante de una de las agencias de prensa más exitosas de la ciudad de Buenos Aires afirma, en una entrevista, lo siguiente:

En el ejercicio del trabajo, estamos haciendo una difusión constante del material. Hacemos hincapié en qué tiene la obra para para comunicar. Se empieza a ver qué artista hay, de qué se trata, quién la interpreta y quién la escribió. Ahí se puede hacer algo más perfilado. Comunicar que, por ejemplo, una obra es de *violencia de género* implica ciertas cuestiones. Se sabe que hay ciertos medios que les va a interesar más o determinados periodistas que tienen conexión con la temática. Buscamos comunicar. Se le da prensa a la obra no solamente para que todo el mundo se entere sino para que se empiece a comunicar más específicamente, según los intereses particulares. (Berman, 2014, p.14).

En este punto resulta fundamental analizar que cada espectáculo tiene características específicas que requieren diferentes acciones para llegar a diversos públicos. La prensa no lleva espectadores pero es un eslabón más en el equipo de trabajo. Se debe trabajar conjuntamente con el director y el equipo creativo de la obra, para saber de qué manera comunicar los conceptos y contenidos del espectáculo.

El agente buscará visibilizar al máximo el producto. Está directamente relacionado con el contacto con la gente. Quienes llevan adelante esta tarea se dedican al diseño de estrategias de comunicación que incluyen acciones diversas: desde prensa, como tal, hasta relaciones públicas. El objetivo es darle visibilidad a lo que proponen los artistas y creadores. Consiste en mediar entre la lógica del arte y la de los medios de comunicación para facilitar el contacto entre ambos. (Berman, 2014).

Existen muchas personas, con diversas formaciones y experiencia en el campo de la comunicación que desarrollan estrategias para llevar adelante la difusión en una obra de teatro. Estas tácticas se plantean desde un punto creativo y a su vez, efectivo, para poder traer espectadores a las salas teatrales.

Abordar la labor de comunicación no es tarea fácil, ni tampoco puede llevarla a cabo cualquier persona. Sí es de vital importancia considerar que así como hay diversos funcionamientos y modalidades de trabajo en la producción de grupos de teatro, también hay diferentes procesos en la gestión de comunicar las artes escénicas.

Toda gestión trae consigo decisiones, elecciones y posicionamientos que sirven de fundamentos y sostienen un trabajo de la propuesta que se quiere llevar adelante. Por tal motivo, es fundamental que quien contrate a un agente de prensa debe ser compatible a la modalidad de trabajo que ese agente propone. Ambos deben acordar en ideas para lograr transformar y llevar adelante el trabajo en conjunto.

Al mencionar la transformación, se enfatiza en la realización del hecho teatral en términos de comunicación grupal (comunicación interna) y de éstos hacia el auditorio (público/medios, comunicación externa). La idea de transformación se asocia a la capacidad de ese grupo y ese agente de prensa de llevar adelante el hecho artístico, sosteniendo que la comunicación, y más en estos tiempos, es indispensable para generar sentido dentro de un marco social en el que se desarrollan los hechos, donde existe ese encuentro con el otro. (Berman, 2014).

Es en esta instancia donde se elabora el sentido de las acciones planificadas provocando una transformación, a veces esperada y muchas otras sorprendentes. En las artes escénicas esto puede ocurrir ya que se trabaja con un concepto que contiene un alto grado de intangibilidad.

Por otro lugar, resulta trascendental comprender que el ejercicio del agente de prensa cambia constantemente; cambia el campo, los procesos y modalidades de producción y también cambian y se modifican constantemente los medios de comunicación. Aparecen nuevas herramientas y formas de comunicación y en este punto radica otro de los puntos clave en el acto comunicativo: la creatividad.

Se deben diagramar nuevos mapas que lleven y conduzcan a la comunicación de las artes escénicas a tomar nuevos caminos que fortalezcan la producción de nuevos y más contenidos que acerquen públicos jóvenes y de todas las edades a las salas de teatro. Contenidos con los que los públicos empaticen y sientan interés por las temáticas abordadas en las diferentes propuestas teatrales.

Un agente de prensa sin acompañamiento y trabajo grupal no puede desarrollar correctamente su trabajo. Es fundamental el rol del productor, ya que debe ser el intermediario entre lo que el grupo creativo de la obra quiere comunicar y el agente de prensa, y éste a su vez con los medios de comunicación.

La comunicación es un área intangible y en reiteradas ocasiones se llevan a cabo acciones que no son visibles porque justamente se parte de un concepto de comunicación como efecto. Se debe pensar, conjuntamente: tanto el equipo que conforma el espectáculo como el agente de prensa, qué acciones se realizarán durante la campaña y cómo será el plan de comunicación que se implementará para comunicar una obra de teatro.

Tomar conciencia y pensar cada una de las categorías que se seleccionan para comunicar un espectáculo teatral llevará también a la profesionalización del campo, no solo artístico, sino el de los agentes de prensa.

3.3 Aspectos comunicativos dentro del espectáculo

El teatro supone una forma compleja de comunicación. La pluralidad y variedad de los signos que la actividad teatral moviliza sobre los escenarios, la presencia viva de los destinatarios en la sala y la problemática tensión entre el texto y la puesta en escena, permiten plantear cuestiones importantes para el acto comunicativo que implican las artes escénicas.

Como se mencionó en capítulos anteriores, todo en un espectáculo comunica. Desde las luces, los actores, el estado de la sala, el trato con las personas que están en permanente contacto con los espectadores hasta el programa de mano que se recibe al ingresar al show. Todo forma parte de un acto comunicativo extraordinario, ya que es un hecho teatral que comunica por sí mismo (la obra como tal) dentro de otros factores comunicativos de mayor extensión, como los nombrados anteriormente.

El emisor en este hecho comunicativo (teatro), es múltiple. El primero de todos sería el dramaturgo que escribe la pieza, preparada para que sirva de base a una representación teatral. Esa obra escrita ya de por sí es un mensaje complejo, donde se representan emisores y receptores múltiples, que serían los personajes que aparecen en el diálogo, más las indicaciones del autor para la representación. Todo esto sumando que se encuentra expresado en un código lingüístico determinado, el de la lengua en que esté elaborado el texto.

Por otro lugar, se presenta un segundo emisor: el director de la puesta en escena. El mismo, buscará dotar de una mirada propia a ese texto escrito por el dramaturgo. Es por ésta razón

que existen múltiples maneras de representar, por ejemplo, Romeo y Julieta de Shakespeare.

El director será el encargado de coordinar y organizar según un plan personal o colectivo, de carácter creativo, a una serie de otros emisores. En una primera instancia, los actores, quienes son los encargados de transmitir los mensajes en varios códigos: lingüístico, cinésico, espacial y gestual. Actúan como emisores y receptores alternativos entre ellos, y como emisores respecto al público. (Muñoz, 2010).

Los actores, a su vez, tienen su propia forma de representar los diferentes personajes que surgen a lo largo de sus carreras. Ningún actor interpretará de una misma manera a Hamlet (Shakespeare), por ejemplo. Es por esto que es un emisor más, distinto a cualquier otro.

Aún se suman otros emisores, que serían los diferentes artistas que producen mensajes de carácter icónico y estético, como los diseñadores de vestuario y los escenógrafos, además de los diseñadores de luz, que aportan también significados en códigos específicos. También un *stage manager* (jefe de escenario) es un emisor ya que es quien da las órdenes para el prendido y apagado de las luces y micrófonos, y la entrada y salida de escenografía. Sin el mismo, todo lo diseñado y planeado anteriormente no saldría a escena, por lo que es considerado un emisor indispensable.

Por lo tanto se pueden observar muchas cuestiones comunicativas: un mensaje complejo, expresado en varios códigos, por un grupo de emisores, dirigidos todos por un emisor principal, el director de escena, que a su vez trata de transmitir un mensaje original producido por un dramaturgo.

El receptor en este sentido también es múltiple. El público conforma a un conjunto colectivo pero a la vez se trata de diferentes personalidades y entes individuales sentados en la platea disfrutando un espectáculo. Es un todo constituido por diferentes piezas que piensan distinto

y también dominan el código lingüístico de diferentes maneras; ya que no todos los seres humanos manejan la misma cantidad de conceptos o estudios.

Además, lejos de tratarse de un espectador pasivo, el mismo puede responder, por ejemplo, mediante aplausos, risas o lágrimas. También es a su vez un emisor, ya que puede recomendar o no la obra, puede escribir una crítica o dejar malos comentarios. En ese sentido la comunicación se torna un círculo de idas y vueltas entre emisores y receptores. Es por esto que el hecho teatral es una actividad comunicativa tan compleja.

Los códigos son variados, y pueden predominar unos sobre otros. Algunos pueden ser: visuales, lumínicos, gestuales, cinésicos, lingüísticos, musicales, que pueden aparecer y ser predominantes en una representación teatral, pero que suelen combinarse según jerarquías y cualidades de una manera armoniosa. Cada espectador recibirá distintas maneras de percibir esos códigos, puede que uno perciba primero una canción y otro un cambio de luz, o viceversa.

En las obras teatrales, los sentidos conforman los canales mediante los cuales los espectadores comprenderán el espectáculo. Naturalmente son dos: visuales y auditivos pero puede que la pieza requiera de otro sentido, como el del olfato, incorporando diferentes aromas para conformar el ambiente y el contexto del espectáculo.

Cada espectador se llevará del espectáculo todo aquello que sus sentidos le permitieron absorber, además de que cada persona puede sentirse identificada con un personaje, ya sea por su historia o sus características particulares. En todo caso, el acto de recepción del espectador es muy subjetivo, y depende de las cualidades y de las formas de percepción de cada ser humano.

Del mismo modo, aparecen otros receptores, sea en un espacio convencional (la sala teatral propiamente dicha) o en otros contextos, como en el teatro de calle, en donde la función receptora presenta una enorme varianza en sus posibilidades.

Una de las claves en la creación de un espectáculo que se llevará a cabo en espacios no tradicionales consiste no sólo en diseñar su puesta en escena sino todas las posibilidades de recepción. De ahí la importancia de determinar con precisión ese contexto virtual que genera la comunicación escénica, que implica siempre la mirada de un espectador implícito y de otros receptores, con lo que el espectáculo debe construir de forma consciente esa mirada: la recepción, en la que juegan un papel fundamental los procesos teatrales.

Los creadores escénicos deben tener en cuenta todo aquello que pueda ser percibido o contemplado por el espectador, para así aprovechar al máximo sus capacidades de recepción y comprensión del espectáculo en su totalidad.

En este punto, no se debe olvidar la comunicación que se da entre los propios receptores, antes, durante y después del acto teatral, tan importante en la mediación, la recepción y la reconstrucción de la experiencia en su conjunto. (Vieites, 2016).

Tanto en el desarrollo de una función teatral o una vez terminado el espectáculo, los espectadores presentes pueden dialogar entre sí o generar una serie de acciones de recepción. El público puede emocionarse, gritar, hablar con el espectador que se encuentra a su lado, y todo esto también formará parte del espectáculo, por lo que es imprescindible que los hacedores teatrales comprendan muy bien el rol del espectador escénico como un receptor más en el extenso acto comunicativo que el teatro en sí implica.

3.4 El teatro como medio de comunicación

El teatro es un medio de comunicación y como tal, tiene la capacidad de persuadir, informar y entretener al espectador. Es una forma de expresión comunicativa que elabora y transmite un mensaje al público que asiste a ver una puesta en escena. Este mensaje influye de alguna manera en la recepción del público.

Generalmente, no se considera al teatro un poderoso medio de comunicación como lo es la radio o la televisión debido a que no existe mucha afluencia de gente a los teatros, es decir, este no es un medio muy accesible. Sin embargo, de la misma manera que funcionan otros medios, los mensajes emitidos en las artes escénicas son captados por los receptores de diferente manera dependiendo de su posición social, cultural e ideológica. (Berman, 2014).

Al igual que las películas, que muestran un punto de vista (generalmente del director) sobre el mundo, o sobre algún acontecimiento real, en el teatro sucede exactamente lo mismo. Lo que cambian son los recursos. Mientras que en la televisión y en el cine se cuenta todo mediante una cámara y recortes de planos, en el teatro sucede en vivo, y si se quiere direccionar la mirada del espectador puede darse mediante la iluminación y otros recursos escénicos.

En todos los casos, un medio de comunicación siempre mostrará un punto de vista, una subjetividad, ya que no todos pueden ver y comprender la realidad de una misma manera. Un mismo hecho puede contarse de una manera diferente, por ejemplo, en distintos canales de televisión, ya que los programadores y hacedores de los mismos poseen una mirada propia sobre los sucesos.

En el teatro, siempre importará más cómo se cuenta una historia o un hecho a qué es lo que se está contando en realidad. Es por esta razón que siguen existiendo puestas en escena de obras clásicas que los espectadores ya conocen sus finales, pero asisten al teatro a ver cómo cuenta ese determinado grupo teatral esa clásica historia que el mundo entero conoce. Existen grupos teatrales que aprovechan los recursos escénicos para hacer frente a la realidad en la que viven, ya sea por cuestiones políticas o creencias que estén en discusión en el momento en que se desarrolla el espectáculo. También pueden hacerlo en forma de propuesta o revolución frente a una injusticia social.

El teatro sirve entonces para mostrar y contar lo que sus hacedores piensan, sienten y creen. Es un medio de expresión y comunicación muy consolidado, ya que posee diferentes técnicas, recursos y posibilidades para contar una mirada determinada sobre un tema.

Cuando se produce una obra teatral, el director, los actores y el equipo técnico, trabajan para su público. Se busca que el mensaje llegue de una manera clara y que sensibilice a la persona que lo está viendo y al igual que cualquier medio de comunicación es necesario estar en constante innovación según los cambios sociales que existan. Por ello el teatro es una forma de expresión y de conocimiento no solo para el artista, sino para todo aquel que presencia de alguna manera el teatro.

Por otro lugar, también existen otros aspectos a tener en cuenta al pensar al teatro como un medio de comunicación. Es necesario destacar que el actor de cine se diferencia del actor de teatro por su modo de utilizar el cuerpo y la voz. Sobre el escenario, el actor representa el personaje para un público que está presente en la sala de manera alejada, por lo que adapta su gestualidad, sus movimientos y su voz a esa distancia, para que el público perciba la acción y entienda la trama de la obra.

A diferencia del actor de teatro, el que trabaja en cine lo hace para una cámara y un micrófono que están próximos a él. Durante el rodaje, el actor no tiene necesidad de amplificar o exagerar su voz y sus gestos, ya que tampoco hay personas que necesiten percibirlos.

Otro aspecto a enfatizar en este punto son las cualidades del primer plano y la sensibilidad del micrófono, que permiten el desarrollo y dan valor a cierto tipo de matices que el teatro no puede alcanzar. También existe la posibilidad de edición, lo que en teatro es impensado ya que se realiza en tiempo presente, sin ningún tipo de posibilidad de cambio o corrección.

Es por esto que si se comete un error en escena, no se puede corregir o modificar, mientras que en el cine esto si es posible debido a una cantidad inconmensurable de recursos que

pueden utilizarse para corregir errores y editar aquello que al director no le resultó convincente durante el rodaje.

Otro aspecto que diferencia al actor de teatro del de cine es el proceso de representación. El actor de teatro responde a las indicaciones de un director durante los ensayos y cuando se lleva a cabo la representación de la obra él es el dueño de su conducta. Es decir, no tiene a un guía presente durante su labor. Pero en el caso del cine, la interpretación del actor está en función de los pedidos del director, quien se encuentra presente en todo el proceso de rodaje de una pieza audiovisual.

También existen una serie de elementos de los cuales el actor debe ser consciente, como el plano, el uso del sonido y el montaje posterior. Los actores que trabajan en cine deben conocer estos términos y adecuarse a lo que el *film* requiere.

Otro aspecto a tener en cuenta es que en el teatro el actor vive su personaje de manera continua y en tiempo real, es decir, lo que le sucede al personaje tiene un orden cronológico y una razón de ser, mientras que en el cine el actor transita su personaje de manera recortada, ya que generalmente las escenas se graban según las posibilidades técnicas y organizativas del equipo de rodaje, y no dependiendo de la historia. Esto es posible ya que la edición ordenará las escenas, cuestión que en el teatro es impensada.

En este punto es importante destacar el uso del lenguaje corporal como medio de comunicación, ya que es un punto relevante al pensar una puesta en escena. El cuerpo resulta fundamental al momento de transmitir un mensaje y proporciona información sobre el carácter, emociones y reacciones de los individuos, en este caso, de los personajes que están en escena.

Esto es algo que puede variar de función en función, y depende en gran medida de la disponibilidad corporal que presente el actor que se encuentra representando un

determinado personaje. En las obras en donde, por ejemplo, no hay diálogos ni texto, el lenguaje corporal resulta imprescindible para comprender la obra en su totalidad:

Quizás no seamos conscientes hasta qué punto es importante cada movimiento del actor encima de un escenario, cada gesto, cada postura, sus andares, su forma de expresarse con las manos al hablar, sus tics, su manera de reír o llorar, su postura al sentarse... todo eso forma parte del trabajo de un intérprete a la hora de elaborar su personaje y tiene que transmitirlo. Y es que el teatro está considerado como el arte total porque utiliza todos los lenguajes (lenguaje verbal y no verbal, lenguaje plástico, rítmico-musical, etc). Y la expresión corporal o también llamado lenguaje del cuerpo no sólo es una de las formas básicas para la comunicación humana sino que además es algo esencial en el mundo teatral. De hecho la propia definición de teatro dice que es la rama del arte escénico relacionada con la actuación, que representa historias frente a una audiencia usando una combinación de discurso, gestos, escenografía, música, sonido y espectáculo. (Olivares, 2017, s/p).

En este caso, la autora expone que el arte del espectáculo es un arte complejo porque utiliza todos los lenguajes: el verbal, el no verbal, el rítmico, el plástico, el musical entre otros que a su vez son formas de expresión que se interrelacionan para contar una historia y transmitir un mensaje al público.

Los seres humanos, desde el momento de su nacimiento, son capaces de expresarse corporalmente, ya que se encuentra dentro de las capacidades humanas. Un bebé llora o agita sus manos para atraer la atención de sus padres, es por esto que el cuerpo es un verdadero instrumento que permite la comunicación para con los demás. En el caso del teatro, permite la comunicación con su principal receptor: el público.

3.5 Efecto audiencia

Como se mencionó en capítulos anteriores, el teatro necesita de un público para poder subsistir. Éste conforma un eslabón fundamental en el proceso comunicativo de una obra teatral y a su vez, representa a un ente que posee determinadas reacciones y respuestas frente a lo que ve arriba de un escenario:

El teatro desde la época de los griegos ha sido y es uno de los medios de comunicación y expresión más poderosos después de la televisión, el cual ha sabido captar las realidades

socio-políticas y transformarlas en comunicación inmediata para ser disfrutada por todos los espectadores, llegando inclusive a influenciar y cambiar maneras de pensar, sentir y actuar, a través del discurso emitido. (Hoffmann, 2015, s/p).

En este sentido, el teatro posee una gran cantidad de ítems a tener en cuenta cuando se lo define como un acto comunicativo. Cuando el espectador llega a una sala de representación, entra en un juego. Paulatinamente, se va sumergiendo en la obra, y se va identificando con la misma. Comienza a sentir emociones; se ríe, llora, se disgusta, y todos éstos actos conforman el resultado de un hecho comunicacional y la relación existente entre público-teatro.

En este punto, el teatro surge entonces como una especie de divina catarsis, como forma de terapia, y es, justamente allí, donde el arte escénico tiene la capacidad de persuadir, informar y entretener a las personas siendo éstas quienes, según sus experiencias, terminarán por escoger la pieza teatral a ver que más se parece a lo que están viviendo, dependiendo de los intereses personales de cada quien. (Hoffmann, 2015).

En el teatro, los espectadores viven experiencias a través de los personajes, es decir, lo que están viendo no forma parte de su realidad como individuos, sino que mediante un acto recreativo se sumergen en historias de diferentes personajes que pueden vivir situaciones que permitan un determinado tipo de identificación.

En este caso, el espectador percibe una realidad (porque el hecho teatral es real y sucede en tiempo presente) pero sabe que lo que se está contando es ficción.

Aristóteles, en La Poética, define a la catarsis como *purificación* mental, emocional, corporal y espiritual. Mediante la experiencia de la piedad y el temor, los espectadores experimentarían la purificación de estas pasiones.

En este punto, es necesario destacar que los espectadores pueden sentir diferentes emociones a lo largo de la representación teatral que no formará parte de la vivencia real de cada persona. Es decir, puede llorar por que en escena se representó una muerte, y la

misma le recuerda al fallecimiento de una persona querida, pero está recordando, no se trata de un acontecimiento real.

Por otro lugar, el teatro no cuenta con una retroalimentación diáfana que le muestre lo que el público analiza o siente al ver el espectáculo. Sin embargo, lo que sí permite medir el éxito de una obra son las reacciones de esos asistentes; como la risa y el aplauso final, así como también las emociones expresadas por el público en el momento que vive el espectáculo, por ejemplo, el hecho de llorar o salir conmovido de la obra como se mencionó anteriormente. (Hoffmann, 2015).

También es necesario analizar el comentario final y la recomendación, que siempre serán positivas manifestaciones de que el mensaje produjo un efecto en la persona y ésta lo transmite a otras para que lo vivan. En esta instancia se piensa el teatro como medio de comunicación, innegablemente. Si la obra no colmó las expectativas del espectador, también será una respuesta que los hacedores de teatro deberán tener en cuenta para sus futuras producciones:

En una sociedad, donde están presentes grandes carencias y vacíos, las personas tienen necesidad de encontrar un soporte, o mejor dicho, un medio que los nutra y les provea de estímulos para así reivindicar la estima y dar apertura a nuevos pensamientos que dinamicen su existencia. Es allí donde la comunicación del teatro, conduce y da como aporte su más valioso legado: la fuente motivacional. En una función teatral el mensaje resalta los temores, las críticas, y las insatisfacciones humanas; pero también puede crear un halo de esperanza, albergando desde otra perspectiva el sentido de la fe. (Hoffmann, 2015, s/p).

En esta línea, se debe abordar el tema de la motivación que produce el teatro como medio de comunicación. La autora anteriormente citada, expone como en un espectáculo el mensaje resalta una gran cantidad de manifestaciones humanas, desde los más grandes temores hasta las alegrías más inmensas. Es por esto que el teatro como medio de comunicación es a su vez una forma de comprender la realidad y de contemplar nuevas experiencias desde una butaca en una sala teatral.

El dramaturgo estadounidense Arthur Miller afirmaba que el teatro no puede desaparecer porque es el único arte donde la humanidad se enfrenta a sí misma. Otras formas de expresión, tales como el cine o la televisión, no pueden manifestar de forma tan explícita los sentimientos más vivos como lo hace el teatro. (Pizarro, 2012).

El teatro enfrenta a un humano con otro humano. Continúa siendo el único arte que permite este encuentro, por lo que se trata de hombres y mujeres recitando en alta voz sus sentimientos y pensamientos sin otro fin que compartirlos con sus espectadores y eso, es un verdadero acto de humanidad.

Capítulo 4. Análisis de espectadores

En el siguiente capítulo se analizarán los resultados de una encuesta vinculada a la gestión de públicos realizada mediante *Survio*, un programa de cuestionarios en línea. En la misma se obtuvo respuesta de 243 encuestados de diferentes partes del país en una duración de 5 días, quienes analizaron, entre otras cuestiones, la situación de las artes escénicas y la cultura en la actualidad.

4.1 Los perfiles y el teatro

Al estudiar la cuestión del público y analizar las plateas del país, resulta imprescindible encuestar a personas en diferentes puntos de la Argentina para obtener un resultado panorámico y útil para el tema abordado en este proyecto, es decir, la formación de nuevos espectadores.

Las encuestas realizadas fueron respondidas por personas de todas las provincias. La gran mayoría pertenece a la Ciudad de Buenos Aires, mientras que en segundo lugar se encuentra la provincia de Jujuy. En tercer lugar, se encuentra Córdoba y luego vienen las provincias de Tucumán, Salta, Santa Fe, Mendoza, Chaco, Chubut, Entre Ríos, La Rioja y Tierra del Fuego con un menor número de encuestados respectivamente. Resulta de gran importancia que los encuestados sean de puntos diferentes del país, en donde la actividad cultural y escénica es diferente en cada caso.

Para reflexionar acerca de los resultados obtenidos, es necesario aclarar que el 72,1% de los mismos pertenece a un rango etario de entre 18 y 30 años, mientras que un 11,7% conforma un grupo de entre 31 y 45 años y luego otros porcentajes menores conforman grupos entre los 45 y 60 años.

Resulta evidente que la gran mayoría de los encuestados conforman un público joven, dato que resulta importante ya que conforman el centro de interés para la formación de nuevos espectadores.

En definitiva, los jóvenes serán el punto de análisis principal en los cuestionarios analizados y resulta de gran importancia ya que es un público prometedor, que todavía puede modificarse y empezar a interesarse por otros aspectos de la vida artística y cultural de su ciudad de origen.

En lo que al espectador se refiere, su complejidad reside en que es una individualidad y un sujeto colectivo a la vez. Se conoce de él, en algunos casos, como en el de la encuesta previamente mencionada, su origen social y sus expectativas a través de las encuestas; pero ésta característica dicotómica de ser individuo pero a la vez ser parte de un análisis de grupo en general, es lo que le interesa a la formación de nuevos públicos. (Durán, 2016).

En este caso, la autora expone que si bien es posible analizar grupos por presentar características en común, es necesario resaltar, como se nombró en capítulos anteriores, que cada persona es un ente individual con intereses y características propias, más allá de formar parte de un grupo de análisis por sus características geográficas o sociales.

Para esto resulta de gran importancia conocer cuántas personas encuestadas vivenciaron alguna vez una obra teatral. Uno de los interrogantes presentes en la encuesta fue ésta cuestión, a lo que 141 personas marcaron la opción afirmativa, otras 97 expresaron ir de manera esporádica y 5 afirman nunca haber asistido a una experiencia teatral.

Es importante tener en cuenta que la primera vivencia teatral resulta de gran importancia para un individuo que desconoce por completo las artes escénicas. Puede implicar para ese futuro espectador una iniciación a la vida cultural y teatral de su lugar de origen, como así también, puede despertar un interés por las artes en general:

Un mundo se abre con el arte, pero ese mundo ostenta además una característica tan necesaria como el pan, y es que no se hace de manera individual, sino que se desarrolla en grupo, estableciendo lazos y soñando en conjunto. (Durán, 2016, p.87).

La forma de acercar nuevos espectadores a las artes escénicas se debe pensar como un plan colectivo, en el que influye tanto la familia, como la escuela y los vínculos sociales. Formar nuevos públicos depende en gran parte de las personas que rodean al individuo en cuestión, serán de gran importancia para acercarlo a vivenciar o no a una experiencia teatral.

La mayoría de los encuestados afirman haber asistido a una representación escénica, lo cual conforma un dato de gran interés para la formación de espectadores. De todas formas, resulta necesario analizar características que especifiquen con qué frecuencia lo hacen y a qué tipo de espectáculos asisten.

4.2 Frecuencia y elecciones culturales

Un espectador teatral se forma en base a la adquisición de un hábito en torno a asistir a diferentes representaciones teatrales. Así es como va adquiriendo el rol de público, cuando sabe qué obras se encuentran en cartel y posee una cierta capacidad de análisis del contenido que las mismas ofrecen.

Es por eso que es importante conocer la frecuencia con la que los encuestados asisten a una experiencia escénica. La mayoría de los mismos (122) afirman asistir al teatro de manera esporádica. Para abordar una reflexión acerca de por qué es ésta la respuesta promedio es necesario entender que ir al teatro comprende muchas cuestiones a tener en cuenta, como por ejemplo, el valor adquisitivo de las entradas, o la cantidad de teatros que poseen obras en cartel en las diferentes provincias y, por supuesto, la difusión de las mismas.

Un número bajo de encuestados (16 personas) expresan no haber asistido nunca a ver una representación teatral. También resulta trascendental considerar que, si bien es un número bajo, resulta de interés para el estudio de nuevos públicos contemplar las causas de ésta cuestión:

Al medir el consumo cultural en relación a todo el espectro de la cultura se obtiene un paneo general interesante. Pero las personas no sólo diferimos en nuestras preferencias culturales en función de nuestro nivel socio-económico, sino que nos comportamos de diferente manera según de qué actividad cultural se trate. No es lo mismo encender el televisor que decidir ir a un concierto o a un museo. Es interesante entonces encarar estudios particularizados según la forma característica en que una propuesta cultural reclama su espectador o público. (Beaulieu, 2017, s/p).

En este caso, el autor contempla la magnitud con la cual cada actividad cultural es elegida, o no, por cada individuo particular. Es de vital importancia analizar las diferentes propuestas que se llevan a cabo en las provincias para entender qué tipo de experiencia prefieren los ciudadanos y cómo acercarlos a las mismas.

También resulta importante comprender el teatro como una actividad más dentro de la gran cantidad de ofertas de entretenimiento masivas disponible hoy en día, especialmente para la audiencia joven.

En la encuesta realizada, se mencionaron diferentes actividades relacionadas a la cultura, el arte y el entretenimiento en general en donde los encuestados debían marcar cuál de ellas realizan de manera regular. 208 encuestados consideraron que Netflix es una plataforma elegida para ver de manera habitual, mientras que 149 también indicaron la opción de ver televisión. La siguiente cita puede explicar el porqué de ésta elección:

Dentro de la corriente de los estudios culturales las investigaciones sobre audiencias televisivas no sólo tienen una larga tradición, sino que han arrojado (y han tenido una influencia importante en los investigadores e intelectuales latinoamericanos) luz sobre el espacio que la televisión ocupa en nuestras vidas y la forma en que nos comportamos ante el aparato encendido. Estos estudios focalizan su interés en el hogar o en la familia, considerándola como unidad básica del consumo doméstico. Consideran al hogar como el contexto más apropiado donde se realiza el consumo y la producción de significados televisivos. (Beaulieu, 2017, s/p).

El autor citado menciona que la televisión es la unidad básica de consumo doméstico, por lo cual es importante determinar el lugar que la misma ocupa en la vida de los seres humanos. El televisor simboliza también un punto de encuentro familiar, ya que es costumbre sentarse en la mesa a ver un programa televisivo. Esto también puede verse en los fanáticos de una determinada serie o programa, que también encuentran un punto de sociabilización en base al producto televisivo y así forma parte de una corriente masiva de entretenimiento y de intercambio entre las personas.

Por otro lugar es necesario destacar que al ser un artefacto que las familias poseen en sus propios domicilios, los niños lo conocen desde muy temprana edad. Por lo que no es necesario, como en el teatro u otros espacios culturales, enseñarles su consumo.

También es importante mencionar que la actividad relacionada a ver televisión puede hacerse al mismo tiempo que otras actividades, es decir, no requiere un foco de atención preciso como el cine o el teatro:

A su vez, dan cuenta que la acción pura de ver televisión (el televidente mirando un programa sin hacer otra actividad) es un caso relativamente raro. En general las personas ven la televisión mientras están haciendo al mismo tiempo alguna otra cosa o tienen el aparato encendido como ruido de fondo. La comprensión de la dinámica familiar, de la organización de la vida cotidiana y el sistema familiar constituyen una precondition necesaria para la comprensión del lugar de la televisión y de cualquier otra tecnología de la comunicación, pero son raros los casos en que se ocupan de otras experiencias culturales. (Beaulieu, 2017, s/p).

A diferencia de las artes escénicas, cuando los humanos se sientan a ver un programa de televisión pueden realizar otras actividades al mismo tiempo, lo que en una experiencia escénica es imposible. Además, como menciona el autor, en la dinámica familiar, generalmente se le da un mayor lugar a la televisión que a otras actividades culturales o artísticas, ya que es un aparato que se tiene como uso común en los hogares.

También resulta interesante analizar que muchas de las propuestas incluidas en la encuesta, de origen cultural, no son elegidas por los encuestados en cuestión. Las más evidentes son

ballets y obras de danza, ya que solo 59 personas coincidieron en que concurren regularmente a ver productos culturales de este tipo. Por otro lugar, la opción menos elegida (33 encuestados) es ir a ver orquestas musicales.

Este último ítem quizás tenga que ver con la música a la que están acostumbrados a escuchar los jóvenes. Al existir la plataforma musical llamada *Spotify*, tienen la música que desean escuchar en su teléfono celular, y tampoco ven como una necesidad el hecho de concurrir a ver una orquesta sinfónica, por ejemplo.

Una dicotomía interesante de analizar es la cantidad de gente que elige ir al cine regularmente (159) versus 87 que optan por concurrir a un espectáculo teatral. Esta oposición es diferente a la que puede analizarse con la televisión ya que la misma se encuentra dentro de los hogares, mientras que ir al cine implica salir e ir en busca de una entrada, sentarse con personas desconocidas en una sala, al igual que una experiencia teatral.

La incógnita está en porqué eligen ver una película que podrían ver después en Netflix en vez de ver una experiencia en vivo como lo es una obra teatral. Un aspecto a tener en cuenta es la distancia en la cual se ubica la audiencia con respecto a los intérpretes, o en el caso del cine, a la pantalla. En el teatro, los actores se encuentran muy cerca de su público, les hablan directamente a ellos, mientras que el cine es una reproducción automática de una película que va a verse de igual manera en todas las partes del mundo que sea estrenada.

Resulta importante analizar todas las actividades culturales que se rigen en cada área, teniendo especial énfasis en que la mayoría de las personas desconocen la cantidad de ofertas artísticas y escénicas que se encuentran en sus propias ciudades y provincias.

4.3 Difusión cultural y escénica

Se observa, en todo el país, una gran problemática en torno a si existe realmente una difusión activa en cuanto a las artes escénicas y la cultura en general. En este sentido, la incógnita central sigue siendo la de porqué una persona no concurre al teatro, pero generalmente los artistas no suelen preguntarse si ese individuo realmente se enteró o no de la oferta.

Tanto los referentes, como la publicidad en el mercado, detentan un enorme poder dentro del mundo del teatro: sus opiniones, comentarios y premiaciones pueden determinar el éxito de una obra o su fracaso. Pero aun así, es difícil determinar exactamente qué cantidad de gente logró enterarse de las distintas ofertas artísticas y culturales.

El 65% de los encuestados respondió negativamente cuando se les pregunto acerca de su conformidad en tanto a la difusión de las actividades culturales en sus respectivas provincias y áreas. Este es un índice de que realmente existe una problemática en torno a la difusión de las artes y las formas en las cuales los ciudadanos conocen, o no, la existencia de las presentaciones escénicas y culturales.

Esto también tiene que ver con los cambios tecnológicos y las nuevas generaciones de artistas y espectadores. Los medios de comunicación en los cuales aparecen las diferentes publicidades, tal como se mencionó en el capítulo 3, o los diferentes agentes de prensa que contratan los hacedores de teatro para promocionar sus espectáculos no son los mismos que hace 30 años y se deben pensar nuevas estrategias para su correcta difusión:

Tal vez sea tiempo de que el viejo espectador pueda hacerse a un lado y dejar los espacios de legitimación a las nuevas generaciones. Nuevas generaciones de críticos, de académicos, de funcionarios públicos, de curadores de festivales. Que aparezcan nuevas revistas especializadas, nuevos blogs decadentes, nuevos festivales e instituciones legitimadoras. Es necesario dejar el lugar de referencia a los nuevos críticos y académicos, y a las jóvenes estéticas (aunque vaciadas y televisivas). Hace falta generar un vacío, dar lugar para que los jóvenes puedan crear sus propios y nuevos sistemas de

legitimación, nuevas concepciones de éxito y por lo tanto nuevos espectadores. (Durán, 2016, p. 140).

En este caso, la autora expone la necesidad de dejar a los jóvenes al mando de las estrategias de difusión y de las críticas y concepciones del mundo teatral. Resulta necesario pensar que la sociedad cambia y avanza según las creencias y convicciones de los jóvenes, por lo que es importante que el teatro y la cultura avancen con ellos.

Además, la autora describe a las jóvenes estéticas como vacías y televisivas. Quizás este puede ser un error común que se comete al pensar en la recepción de las nuevas generaciones:

No se trata de juzgar las competencias cognitivas de la nueva generación sino de interpretarlas. Cualquiera que pretenda comunicarse con la nueva generación video electrónica debe tener en cuenta cómo funciona el cerebro colectivo post alfabético, teniendo en cuenta la advertencia de McLuhan: en la formación cultural el pensamiento mítico tiende a predominar sobre el pensamiento lógico-crítico. (Berardi, 2010, p.34)

Como manifiesta el autor, no se trata de juzgar las capacidades y formas de pensamiento de las nuevas generaciones, sino de saber interpretarlas para poder comunicarse de una manera correcta y eficaz. El punto de interés está en conocerlas para saber cómo difundir las diferentes ofertas artísticas y que las mismas sean recibidas por los jóvenes de una manera que pueda generar intriga e interés sobre las mismas.

Al preguntarle a los encuestados sobre la existencia de obras teatrales en sus diferentes provincias y ciudades, la mayoría (44,4%) responde de manera afirmativa, exponiendo que a menudo se conoce la existencia de ofertas teatrales. Otro 30% coincide en que esporádicamente existen representaciones escénicas en su área. Esto quizás tiene que ver con los encuestados que provienen del interior del país, ya que, como se mencionó anteriormente en otros capítulos, algunas provincias poseen escasa o nula actividad teatral.

4.4 Los espectadores y el ambiente teatral

Al hacer un análisis con respecto al público es notable que los mismos que construyen la producción teatral mayormente se constituyen como espectadores. Es decir, los artistas son también público de otras producciones escénicas, cuestión que se ve claramente reflejada en el teatro independiente o alternativo.

Esta doble perspectiva, de actor/espectador, trae como consecuencia que la mayor parte de las plateas la ocupen personas que poseen algún tipo de conocimiento o experiencia teatral y que disfrutan, a su vez, de contemplar proyectos escénicos de personas del ambiente del espectáculo. Esto es de alguna manera beneficioso para ambas partes, pero continúa ausente el argumento central del cual se trabajó a lo largo de todo el proyecto: la formación de nuevos espectadores:

En ámbitos performáticos como el teatro y la música, cuando se habla de expresiones alternativas, entramos en los grupos que se llaman “productores-consumidores”: los que producen son los que sostienen el consumo de los circuitos alternativos. Se refiere tanto a los artistas, como así también a críticos, periodistas especializados, académicos, estudiantes de teatro, público cautivo e investigadores. (Urresti, 2009, p.135).

En este sentido, el autor afirma que existe un grupo que sostiene el consumo de los espectáculos, en su mayor medida, independientes o fuera del circuito comercial. Es frecuente escuchar cómo los artistas de éste tipo de producción escénica presentan una reiterada queja con respecto a que no consiguen llevar a las salas espectadores que no sean, a su vez, elenco o parte de otra producción teatral.

Por otro lugar, el autor menciona diferentes rubros de profesionales y estudiantes cercanos a la escena teatral que conforman un bloque que se ve como público repetido en muchas de las obras independientes, principalmente en la Ciudad de Buenos Aires.

Urresti afirma, a su vez, que cuando se hacen estadísticas del consumo cultural, se sabe que siempre es el de los convencidos, es decir, van a los circuitos los que estaban incluidos en

los circuitos. Esto tiene que ver con que es el mismo grupo de personas que conforman todo el tiempo un doble papel importante: artista y platea.

Resulta significativo para éste punto pensar en qué tipo de público es el que esperan los artistas. Tanto artistas como productores ponen mucha voluntad en convocar público y llevan a cabo variadas estrategias para lograrlo, sin detenerse a pensar en él, sin saber cuál es el espectador ideal de sus obras. Sin tenerlo en cuenta, estudiarlo y observarlo. (Durán, 2016).

Muchos artistas no suelen concentrar su foco de atención en pensar qué tipo de público desean que transiten la experiencia teatral creada, sino que esperan que el mismo aparezca, cuestión que debería empezar a pensarse como un sostén más para la creación escénica en su totalidad.

Por otro lugar, este punto de interés, relacionado a las personas que son artistas pero a su vez público, tiene que ver también con las actividades que las personas hacen en su día a día. Es por esto que resulta necesario comprender qué tipo de relación o vínculo poseen los espectadores con el ámbito escénico.

En la encuesta realizada, el 78,2% de las personas respondieron de manera afirmativa al preguntarles si realizaron en algún momento de sus vidas algún tipo de actividad relacionada con el ámbito artístico.

Éste es un dato relevante a tener en cuenta, ya que es usual en los padres llevar a sus niños a algún tipo de actividad artística durante la época escolar. Se ve aún más reflejado en el género femenino, ya que muchas niñas concurren alguna vez a una clase de danza clásica o *ballet*:

Al final, toda una vida de experiencia, práctica y dedicación separa al niño pequeño “a quien su don lo controla” (en palabras de André Malraux) del adulto “que controla su don”. Y sin embargo, en el disfrutar de exploración incesante y en la voluntad de descartar lo que otros puedan decir, existe una unión entre cada niño y cada artista adulto. Lo que es más, para los dos, un medio artístico les da las herramientas para llegar a palpar ideas y emociones de gran importancia y significado, unas que no pueden articuladas ni dominadas por medio del lenguaje ordinario de conversación. (Gardner, 1993, s/p)

Como sostiene el autor, existe una unión entre cada niño y cada artista adulto, lo los deviene también en espectadores. Si un niño es interiorizado acerca del teatro y de las artes desde temprana edad, es más probable que se convierta en un futuro espectador cultural que aquel que no tuvo ningún tipo de relación con las artes y la cultura durante el período de su niñez. Es así como existe un vínculo importante entre hacer alguna actividad de índole artística y la contemplación de las artes escénicas, es decir, ser espectador teatral. En este panorama, al artista no le resulta fácil fomentar la salida al teatro como una opción posible ni convocar nuevos públicos.

Otro sector que ocupa varias plateas lo conforman amigos y parientes de los artistas, que se acercan a vivir la experiencia de ver en escena a sus conocidos. Es un público que concurre al teatro sin demasiadas expectativas, pero si la obra les gusta vuelven y la recomiendan a terceros. Estos familiares y amigos no necesariamente están incluidos en el circuito y así y todo, en varias ocasiones, mantienen la obra en cartel y animan la temporada: una forma artesanal de promover nuevos espectadores. (Durán, 2016).

En este sentido, que una persona asista a ver un espectáculo porque tiene un conocido en escena puede ser favorable para la formación de nuevos públicos, ya que es una manera de iniciar a esa persona al mundo y a la vivencia teatral. Quizás si no sería por ese conocido actor no tendría otra posibilidad de conocer una sala ni pasar por la experiencia de ver una obra teatral.

En esta línea, ser espectador de teatro es haber participado de múltiples procesos complejos que se ponen en funcionamiento en un escenario. Cada experiencia es diferente para cada individuo que la asume e incluye una gran cantidad de aspectos a tener en cuenta:

Los procesos del espectador están constituidos por un cierto número de subprocesos que componen el acto de recepción en el teatro: percepción, interpretación, emoción, apreciación y actividad de la memoria. (De Marinis, 1997, p. 107).

Por lo tanto, resulta trascendental mencionar que ser espectador implica llevar a cabo una lista de funciones tanto cognitivas como emocionales que no les resulta cercano a todas las personas por igual. Es por esto que para un individuo que jamás piso una sala teatral, o un escenario, resulta una experiencia distinta y novedosa, como así también, implica nuevas sensaciones y formas de entendimiento.

En síntesis, acercar a nuevos públicos al teatro no es una tarea sencilla. En reiteradas ocasiones puede considerarse una actividad artesanal, en donde resulta fundamental la actividad que realicen los artistas para convocar y para repensar las formas de acercar personas que tengan o no llegada a una obra teatral.

Es importante la cantidad de personas que conforman los públicos que son, a su vez, hacedores de teatro, pero es importante tomar distancia e intentar captar a quienes jamás vivenciaron una experiencia teatral, para poder acercarlos al rubro y formarlos como futuros espectadores de las artes escénicas.

4.5 La cultura, el Estado y su promoción

Existe una incógnita en torno a si es responsabilidad del Estado la financiación de las artes escénicas y de la cultura en general. Como bien se mencionó anteriormente, la formación de públicos es lenta y costosa y generalmente no se cuestiona a quién le corresponde ésta tarea:

Formar público puede tener que ver con políticas que faciliten el acceso, la llegada y la elaboración. No solamente el hecho de estar frente a un espectáculo, sino que, además, se brinden capacidades para decodificar ese espectáculo en el caso de que no las tengamos. Curadores, educadores, acompañantes, tutores, son indispensables porque no hay que dar por supuesto que el público está formado. Eso hay que invertirlo, en la medida de lo posible, sistemáticamente. Puede ser una política del Estado, una política de organizaciones no gubernamentales, o una política de grupos mutuales que tienen interés en fomentar cierta disciplina artística. (Durán, 2016, p.108).

Como menciona la autora, formar públicos tiene que ver con una inversión. Más allá del origen de la misma, se debe pensar como una tarea a largo plazo con objetivos educativos y aspirando a que los espectadores de cualquier tipo de arte logren realizar un análisis de lo visto y comprender los aspectos comunicativos del mismo.

La autora sostiene, además, que sin tener en cuenta el origen de la formación de espectadores se debe apuntar hacia el mismo objetivo, pensando las artes escénicas no solo como un acto de contemplación sino también de análisis y de decodificación.

En la encuesta realizada, al preguntar acerca de la responsabilidad del Estado en la financiación de las artes escénicas, el 41% de los encuestados respondió de manera afirmativa, es decir, consideran que si es una responsabilidad estatal. Al pensar en la gran cantidad de ofertas culturales que, especialmente en la Ciudad de Buenos Aires, se presentan de manera usual, es necesario preguntarse cuán involucrado se encuentra el Estado en su financiamiento:

La política cultural es una realidad y con esto la participación del Estado en la financiación. De hecho, muchos museos son de propiedad del Estado y gestionados por éste, en consecuencia el coste de sus entradas es subsidiado, lo mismo sucede con el mantenimiento y la operación del patrimonio cultural (sitios históricos, bibliotecas, palacios, casco histórico de las ciudades); los teatros, las orquestas sinfónicas, la ópera, las compañías de danza, reciben a menudo ayuda del Estado en forma de subsidios y desgravaciones fiscales; también podemos señalar la existencia de una protección especial para el producto de estas actividades, como el derecho de autor. (Martos, 2011, p. 196).

En este sentido, el autor expone que el Estado no solo financia la cultura sino que también incluye otras cuestiones importantes como el mantenimiento de los patrimonios culturales y los derechos de autor que poseen los artistas sobre sus obras y creaciones. Lo complicado reside en el hecho de que es difícil visibilizar éste apoyo de parte del Estado ya que el arte no es cuantificable y es por esto que la cultura es una cuestión difícil de ser analizada:

El valor cultural, (...), no tiene ninguna unidad común de medición, es multidimensional y cambiante, y probablemente incluye algunos componentes expresables sólo en términos

no cuantificables. Pero las dificultades de su expresión y evaluación no disminuyen su importancia en la identificación de la atención que merecen los fenómenos culturales que lo incorporan o producen. (Throsby, 2001, p. 175).

Como afirma el autor, el valor cultural es cambiante, por eso resulta difícil medirlo en términos cuantificables. Además, no existe una forma común de medición, por lo que no hay un parámetro establecido para determinar exactamente la influencia del Estado en la financiación de la cultura y de las artes en general.

Por otro lugar, el autor sostiene que más allá de la existencia de esta dificultad, no se debe disminuir la atención que merecen los fenómenos culturales. Como afirma Durán, el arte es demasiado importante como para que esté solo a cargo de los artistas, y los mismos necesitan apoyo para poder subsistir:

El arte y la cultura no son solo derechos del usuario, o del individuo que puede pagar, sino un bien que forma parte de la construcción de la ciudadanía. Existen múltiples definiciones de ciudadanos y ciudadanía, y en una época de particular vaciamiento de las palabras vale aclarar en qué sentido nos consideramos como usuarios o ciudadanos. (Durán, 2016, p.110).

En este sentido, la autora expone la diferencia entre usuarios y ciudadanos. Un usuario es aquel a quien se le pide la clave de acceso a cualquier servicio digitalizado, el que reclama un producto, el que piensa en una reforma no como sujeto colectivo, sino como sujeto individual, desconociendo el camino que lleva hacia la construcción de ciudadanía. (Durán, 2016).

Es importante destacar que, como se mencionó en capítulos anteriores, las artes escénicas y la cultura están estrechamente relacionadas a una actividad colectiva, pensada, en su defecto, para una contemplación grupal y en donde pueda verse reflejada la sociedad como tal. Por eso se habla de formación de espectadores como una acción pensada para la comunidad en su conjunto, y no para personas individuales.

En este aspecto, también resulta trascendental destacar que la difusión de las actividades culturales y escénicas es una cuestión fundamental para poder visibilizar los efectos de los aportes del Estado en cuanto a la cultura.

En la encuesta realizada, se ejecutó una pregunta abierta en torno a qué acciones podrían llevarse adelante para animar la cultura y las artes escénicas en los diferentes lugares de origen de los encuestados.

Muchos de ellos estuvieron de acuerdo en que debería actualizarse la publicidad, adaptándose a las nuevas tecnologías y al uso de redes sociales como principal fuente de difusión de las artes y la cultura. Este ítem resulta importante ya que repensar la publicidad y las formas de promoción de la cultura tiene que ver con ir al ritmo y a la velocidad de la tecnología, que cada día crece más.

Un gran número de encuestados coincide en que el Estado debería apoyar la difusión, especialmente en las provincias del interior del país. Uno de ellos afirma que animaría la cultura creando una política de estado que genere interés en las personas, sobre todo en los niños, y que esto ayudaría a que los mismos participen de obras de teatros, talleres y otras actividades culturales. También muchos estuvieron de acuerdo en que el presupuesto estatal destinado al arte y a la cultura debería ser mayor.

Otro de los encuestados propone la apertura de más centros culturales en el interior del país, donde generalmente escasean o directamente su existencia es nula. Este es un punto interesante, ya que los centros culturales no solo sirven como espacios de representación teatral o muestras de cualquier tipo de arte, sino también como lugar de aprendizaje y formación, dando así también posibilidad de trabajo a una gran cantidad de artistas que residen en el interior del país.

Un ítem repetido en las encuestas es también el de la formación artística temprana, iniciando en las escuelas primarias con asignaturas artísticas, que despierten el interés en los niños y

jóvenes. Una gran cantidad de encuestados coincide en que el público joven es una gran oportunidad para poder despertar y animar la cultura en sus lugares de origen:

En este punto interesa mucho la perspectiva de los docentes y su mirada acerca de algo que los chicos y adolescentes ni siquiera saben que necesitan: salir al mundo y conectarse con el arte y la cultura de su ciudad. No se trata de una formulación ingenua. Supone recorrer la ciudad, apropiarse de ella, pensarla y pensarse en ella, adquirir la competencia necesaria como para desplazarse, conocer sus lugares de esparcimiento, de ocio, sus carteleras, sus salas de cine, de teatro, de danza, entre otros. (Durán, 2016, p. 113).

En este caso la autora expone la necesidad de los jóvenes de conocer todos los aspectos culturales que su ciudad les ofrece, para así involucrarse en la vida artística y conocer su funcionamiento. También destaca que los docentes componen un papel fundamental en el acompañamiento de los jóvenes y que es necesaria su mirada y perspectiva en este punto.

Otra de las propuestas destacadas en las encuestas tiene que ver con la existencia de capacitaciones para los artistas que residen en todo el país, para así fomentar su crecimiento y de esta forma generar interés en más personas por las diferentes actividades. En este sentido, muchos encuestados también presentan una queja en torno a la falta de espacios teatrales en sus provincias, sobre todo fuera de Buenos Aires, y la existencia de los mismos es fundamental para promover las artes escénicas en el país.

La creación de un espacio teatral, o centro cultural, no solo significa una oportunidad laboral para muchos artistas, sino un espacio de creación y promoción de las artes, en donde los ciudadanos pueden conocer el arte de su provincia e involucrarse en las actividades culturales que las mismas ofrezcan.

Capítulo 5. Formar nuevos públicos

En éste último capítulo se desarrollarán algunas nociones relacionadas a las diferentes formas de convocar espectadores. Para esto se tendrán en cuenta algunos puntos fundamentales para abordar diferentes estrategias creativas en el marco de la formación de nuevos públicos, teniendo en cuenta los diferentes ítems analizados a lo largo de todo el proyecto.

5.1 Espacios invitadores

La construcción de público, tal como se mencionó a lo largo de todo el proyecto, no es una tarea sencilla de realizar. De todas formas, se puede pensar ésta actividad como una invitación a participar. Quizás es momento de comenzar a producir público como se producen, por ejemplo, bailarines o artistas plásticos: con clases, acercamiento, clínicas y también con un tratamiento creativo del espacio.

Resulta trascendental pensar las salas teatrales como espacios invitadores, donde las personas puedan encontrarse, charlar, consumir algún tipo de comida o bebida, que se sientan partícipes de la experiencia. (Durán, 2016).

Es importante tener en cuenta que el espacio es la carta de presentación de cualquier espectáculo. Es sustancial pensar esta cuestión como un ámbito de encuentro, donde el móvil es la sociabilización:

Entendemos el confort como el conjunto de condiciones óptimas que deben coincidir simultáneamente en un espacio para lograr su máximo aprovechamiento o disfrute para una actividad y un momento concreto. El confort viene determinado por distintos factores: condicionamientos térmicos, paisaje urbano, percepción de seguridad, condiciones acústicas, calidad del aire... todos estos parámetros están interconectados. La alteración de uno de ellos repercute en la calidad de los demás. (Mínguez, 2012, p.2)

Como afirma el autor, el confort es fundamental para lograr el máximo aprovechamiento de una actividad, o en este caso, de una experiencia teatral. Además, si un parámetro no funciona bien, por ejemplo, si hay mal olor dentro de una sala, repercute en el resto: el espectador estará concentrado en el olor y no podrá disfrutar de la experiencia escénica.

Por otro lugar, si el espectador se siente por algún motivo inseguro, ya sea por la ubicación de la sala, o porque el lugar no le transmite cierta tranquilidad necesaria para el disfrute, es difícil que pueda contemplar la obra sin estar pendiente de esa falta de seguridad.

Para ello, los hacedores de teatro deben cuidar y pensar creativamente cada detalle de la experiencia teatral en su totalidad, no solamente en la representación de la obra. Se debe tener en cuenta todo aspecto que pueda molestar al espectador o interferir con la buena recepción de la propuesta escénica.

Si el teatro es nada más que un espacio grande con butacas dirigidas hacia un escenario, es un lugar poco invitador hoy en día, donde las generaciones son cada vez más visuales. Se debe empezar a pensar la lógica del tercer espacio, como un gran living donde uno se puede sentir familiarizado, en el proceso de interactuar con el teatro, por ejemplo, desde la calle y finalmente llegar a la sala.

Es importante la creatividad que posean los equipos creativos para gestionar la experiencia completa de un espectador. Resulta trascendental poseer imaginación para construir ese campo de batalla en donde posteriormente los artistas mostrarán sus obras de arte colectivas.

Formar público, en este sentido, puede tener que ver con políticas que faciliten el acceso, la llegada y la elaboración. Por ejemplo, mantener informado al espectador a través de redes sociales los lugares en donde puede encontrar estacionamiento, o los restaurantes que se encuentran cercanos a la zona del espectáculo.

Por otro lugar, si el día del espectáculo las condiciones climáticas están alteradas, se puede invitar a los espectadores a esperar dentro de la sala, ya que si esperan afuera el equipo corre el riesgo de que ese público decida retirarse del lugar en donde se lleva a cabo la obra teatral.

Todas estas cuestiones son indispensables para el equipo creativo a la hora de pensar una obra. Es interesante, por ejemplo, encontrar ciertos puntos creativos que relacionen la obra con el público asistente. Si la trama de la obra aborda las bebidas alcohólicas, sería una buena manera de hacer sentir confortable al público invitarles, por ejemplo, un trago:

Un regalo tiene una connotación positiva, lo que se traduce en un pensamiento positivo hacia la empresa o grupo de personas que se lo ha proporcionado. Este tipo de pensamiento se produce sin tener en cuenta el tipo de regalo que se ha recibido. No obstante, es importante destacar que cuanto más se adapte ese regalo a los valores del emisor, mejor será el resultado. (Sequio, 2016, s/p).

Como describe el autor, el obsequio siempre posee una connotación positiva hacia el público que lo recibe. Además, el espectador que sale de una obra de teatro en donde se sintió confortable y recibió algún tipo de agasajo, recordará esa obra y quizás la recomiende a su círculo de amistades.

Esta es una manera de pensar en formar nuevos espectadores, además, los obsequios no siempre tienen que ser objetos tangibles. A veces un regalo social funciona perfecto. Por ejemplo, se puede realizar algún tipo de acuerdo con un restaurante cercano a la sala teatral y brindarle al espectador algún tipo de descuento en sus servicios.

Todas estas estrategias, que quizás tienen que ver con el comportamiento del espectador pensado como un consumidor, sirven para repensar las formas de llevar nuevos espectadores a las salas y brindarles la mayor calidad de atención y servicio durante la totalidad de la experiencia.

Se debe tener en cuenta que estos factores no influyen en un público acostumbrado a asistir diariamente a representaciones teatrales, ya que los mismos sí están preparados para este

tipo de experiencias y desean ver el producto teatral. Por otro lugar, es importante que el equipo creativo no trabaje solo para la crítica o los colegas teatrales, sino también para lo que no son pares y ver con imaginación lo que se trata de poner en juego.

5.2 Nexos entre teatro y público

En la problemática de la formación de espectadores, hay un vértice que también se debe tener en cuenta para describir el panorama teatral en Argentina. Es importante hacer hincapié en los nexos conectores entre teatro y público.

Para encontrar este vértice hay que considerar tres aristas del proceso: referentes (legitimadores), productores (teatristas) y consumidores (público). (Durán, 2016).

En cuanto a los referentes o sistemas de legitimación se refiere a las instituciones o individuos que legitiman el quehacer teatral y resultan ser el nexo entre productores y consumidores. En este grupo se encuentran los críticos teatrales, las revistas especializadas en teatro, los jurados y curadores, las personalidades importantes del ambiente del espectáculo y, también, hoy en día juegan un papel muy importante los llamados *influencers* o usuarios con una gran cantidad de seguidores en Instagram que pueden recomendar la obra.

Siempre que se piense un vínculo entre teatro y público habrá que tener en cuenta los nexos conectores, quienes manejan a su vez el concepto de éxito de las diferentes obras en cartelera. Son los referentes para todo aquel que desee una obra recomendada por quienes saben o demuestran saber sobre teatro.

Si se establece una conexión válida entre teatro y mercado, por ejemplo, los referentes de éste último sería la publicidad. Es decir, la manera efectiva de acercar el producto al consumidor o viceversa. Para quienes hacen teatro, sus propios referentes son muy importantes y dan prestigio a la obra, especialmente a los artistas. Pueden generar notas en

televisión, viajes, entrevistas, y lo más importante: pueden atraer una gran cantidad de espectadores a las salas.

En este punto, es importante destacar que el espectador que indague en estos sistemas de legitimación, podrá desestimar espectáculos que no le llamen la atención. Si encuentra una crítica regular o negativa sobre una obra que quería ver quizás cambie de opinión y decida no concurrir.

Por otro lugar, todos los años aparece alguna obra aclamada por los críticos y los medios de comunicación. Esto posee un efecto convocador muy fuerte, ya que logra una concurrencia mayor por parte de los espectadores:

En casi todos los temas del repertorio público, los ciudadanos se las ven con una realidad de segunda mano, que viene estructurada por las informaciones que dan los periodistas de esos hechos y situaciones. (...) Los editores y directores informativos, con su selección día a día y su despliegue de informaciones, dirigen nuestra atención e influyen en nuestra percepción de cuáles son los temas más importantes del día. Esta capacidad para influir en la relevancia de las cuestiones del repertorio público es lo que se ha dado en llamar la fijación de la agenda por parte de los medios informativos" (McCombs, 2006, p.24).

En este punto, el autor confirma lo que se planteó al principio del capítulo. Los referentes, en este caso, los periodistas o críticos teatrales, dirigen la atención de las personas con su selección diaria y manejan la información a su manera para cumplir determinados fines. En este caso, al tratarse de un objetivo claro: llevar nuevos espectadores a las salas teatrales; su opinión y recomendación resulta muy importante, ya que dirigen la atención de posibles nuevos públicos.

Es importante analizar que las obras aclamadas, generalmente, por la televisión, son efectivas para personas que no concurren o desconocen completamente la cartelera teatral que su ciudad ofrece. Como se distinguió a lo largo de todo el proyecto, es importante reconocer la diferencia con los espectadores habituales del teatro, quienes poseen más conocimiento sobre lo que están por ver y pueden generar su propia mirada crítica al respecto.

Otro factor importante a tener en cuenta es el caso de los influencers. Para los profesionales más ávidos, la aparición éstos en *social media* significa una gran oportunidad para llegar a su público de manera más orgánica y menos agresiva.

Asociándose con las personas adecuadas, los espectáculos pueden amplificar su alcance para llegar a su audiencia mediante un canal en el que ésta realmente confíe:

Básicamente, podríamos definir a un influencer como aquella persona que tiene gran presencia y credibilidad en redes sociales, y que tiene tanta influencia entre sus seguidores y lectores que se convierte en un gran prescriptor. Agencias y marcas quieren trabajar con personas influyentes en redes sociales para desarrollar sus estrategias de marketing. Los influencers nos proporcionan cierta frescura, (cosa que a las marcas muchas veces les falta), sino que son constantes, saben dialogar con su audiencia, son activos en redes sociales, y gracias a esto, se han ganado reputación y confianza entre sus seguidores, dando valor a lo que dicen, y creando historias que ayudan a conectar con el usuario, al fin y al cabo, es lo que realmente interesa. (Avillarejo, 2018, s/p).

Tal como afirma el autor, los influencers se han convertido en una gran estrategia para llegar a consumidores de cualquier tipo. En el caso de las obras teatrales, es importante saber elegir adecuadamente a la persona que recomendará un determinado espectáculo, teniendo en cuenta, por ejemplo, el perfil de sus respectivos seguidores: si tienen, por ejemplo, algún interés o inclinación artística o si suelen concurrir al teatro diariamente.

De esta forma, una persona que posee gran influencia en las redes sociales (medio estratégico para la comunicación de los diferentes espectáculos), puede ayudar a los artistas a convocar públicos y a conseguir llenar las butacas.

5.3 Lenguaje teatral accesible o críptico

Resulta substancial tener en cuenta que existen espectáculos creados a partir de un lenguaje estético críptico, donde lo que se muestra arriba del escenario resulta incomprensible o de difícil recepción para espectadores que no están acostumbrados a asistir al teatro.

Existen obras teatrales que poseen lenguajes tan específicos y técnicos que pueden generar una sensación de mediocridad a espectadores que desconocen esos términos y conceptos. Esto puede generar en muchas personas una sensación de frustración por no haber entendido la obra y sentir que el lenguaje no iba dirigido hacia ellos como espectadores.

En este sentido, Rodríguez afirma que no cree que los directores o artistas deban utilizar un lenguaje más o menos críptico:

Lo que cambia en todo caso es la recepción de determinada obra en un teatro de Palermo que en una sala barrial del conurbano o un teatro para 500 personas en calle Corrientes, o en la plaza de la esquina. Pero creo que uno no debe modificar la obra, o el lenguaje, uno debe confiar en su creación y dejar que lo que se modifique sea el contexto. (Rodríguez, 2010, p.20).

En este caso, el autor propone que lo que se modifica son las condiciones de recepción de los diferentes espectadores. De todas formas, resulta interesante analizar que no todas las personas poseen acceso a determinados tipos de formación y educación que permiten comprender ciertos lenguajes y conceptos. Más allá de que los equipos creativos quieran mantenerse fieles a su creación original, resulta inevitable tener en cuenta que hay personas que no poseen las mismas capacidades intelectuales que otras.

Gómez, reconocido director y dramaturgo teatral, sostiene que la consideración sobre la complejidad o el nivel críptico de un lenguaje es un asunto relativo porque es algo que está construido sobre dos polos: los procedimientos implícitos en una obra de arte, por una parte, y el nivel de competencia del espectador por otra. Para Gómez, nada sería tan críptico o complejo en una obra de arte y ninguna sería completamente simple o transparente, ya que existen lenguajes más aceptados, difundidos y por eso tomados como más accesibles y naturales. (Gomez, 2010).

Para el autor, es importante determinar qué lenguaje es considerado natural o accesible para los espectadores de la actualidad. Esto a su vez está conformado por una gran cantidad de variables a tener en cuenta:

Por supuesto, existen desarrollos estéticos muy sesudos que requieren gran trabajo de decodificación por parte del observador. Pero creo que cuando se habla de un teatro “críptico” o “intelectual” se lo refiere generalmente a producciones que podrían ser perfectamente asimiladas y disfrutadas por un público más amplio si no fuera por la nivelación hacia abajo que producen, en términos de procedimientos, los lenguajes masivos de los medios de comunicación. (Gomez, 2010, p.22).

En este caso, el autor asevera que existe un lenguaje nivelado hacia abajo que producen, por ejemplo, la televisión y otros medios de comunicación masivos. Es importante tener en cuenta que esos productos que son consumidos en grandes cantidades por espectadores de todo el país, marcan un estilo y manejo del lenguaje que es inevitable.

Esto en su parte tiene que ver con que si la cultura dominante en términos de construcción estética está monopolizada por las telenovelas de la tarde y sus relatos, marcan un estándar de lectura y construcción de relato para un espectador medio. Todo lo que proponga algo diferente será visto, quizás, como raro o intelectual.

En este caso, la construcción del lenguaje depende en gran medida de los contenidos que las personas consumen en su día a día y de los enunciados que van adoptando como propios. El teatro no es considerado un medio masivo de comunicación y en este sentido no posee competencia probable con la televisión, que marca un estilo y una estética léxica importante.

En este punto es importante resaltar que el teatro en sí mismo es constructor de sentido y, al igual que la televisión, puede generar diferentes lenguajes y estéticas pensadas, o no, para una posterior recepción de los espectadores.

Por otro lugar, también es necesario destacar que en reiteradas ocasiones aparece una estética común en determinados teatros o grupos de artistas que se repiten y los espectadores empiezan a reconocer este tipo de cánones:

No me gusta cuando voy al Teatro San Martín y muchas veces- no siempre- siento que se hizo una obra para el público del San Martín. Quiero decir, con vestuario del San Martín, escenografía del San Martín, etc. Creo que en esos casos se trabaja desde una idea de lo que supuestamente esa sala es o ese público es, y se deja de serle fiel al lenguaje

particular de cada creador. Supongo que habría que dejar librado al azar la recepción de ese otro público que ocupa ese otro espacio. (Rodríguez, 2010.p.20)

En este sentido, es importante tener en cuenta que existen ciertas estéticas en espacios teatrales que se repiten en la construcción de las diferentes creaciones. Esto puede generar una idea de que cierto teatro posee un lenguaje o una estética determinada y a su vez, un público específico. El autor propone que se debería liberar la recepción del público para que no se lo condicione como tal. Es importante que no se restrinja una creación artística a un determinado espacio escénico o a un común espectador.

Es trascendental no condicionar al espectador por sus capacidades de interpretación, ya sean de nivel léxico, intelectual o estético ya que cada obra poseerá su propia construcción de sentido.

Las obras teatrales pueden ser percibidas mediante diferentes lenguajes e interpretaciones y eso hace que el teatro posea una gran riqueza a nivel explicativo. Cada respuesta y percepción de un espectador puede ayudar a construir distintas sensibilidades y pensamientos sobre un espectáculo y a que sus creadores puedan obtener diferentes puntos de vista de una misma creación artística.

Como afirma Daulte, el teatro no debería ser para unos pocos, ni podría ser para todos. Debería ser para cualquiera. (Daulte, 2010).

5.4 Estudio de públicos y el tiempo libre

Resulta pertinente, para la formación de espectadores, plantear la incógnita de si es necesario realizar un estudio de públicos que determine la regularidad con la cual las personas asisten al teatro; qué tipo de obras eligen, si poseen conocimiento de la basta cantidad de ofertas que existen en el país, qué tipo de salas teatrales existen en sus

respectivas provincias, entre otras cuestiones fundamentales para entender a los espectadores en la actualidad.

Existen muchos tipos de teatro, diferentes propuestas y también, muchos tipos de públicos. El teatro es una realidad compleja que en la ciudad de Buenos Aires alberga como mínimo tres grandes circuitos reconocidos por sus diferencias: uno comercial, otro oficial compuesto por teatros del Estado y otro de producciones independientes, todos ellos muy variados en términos de escala.

A partir de esta premisa, se pueden plantear un conjunto de inquietudes que tienen que ver con las características (sexo, edad, nivel educativo alcanzado, categoría de ingresos, gustos y preferencias, acceso a los diferentes circuitos teatrales, etc) de los posibles espectadores que asistan a las diferentes experiencias teatrales.

En este contexto de partida, plantear la importancia de conocer al público con una mayor profundidad resulta fundamental. Con un estudio de públicos más sistemático y profundo de los que se han hecho hasta ahora quizás se podrían comprender las diferentes realidades que atraviesan las personas en la actualidad:

Uno de los modos de valorar un estudio de públicos, al que podría calificarse como "interno", depende del procedimiento metodológico por el que se construye, la factura del trabajo, su calidad y precisión, el nivel de respuesta a sus preguntas originarias, así como la capacidad para ilustrar tendencias dominantes con claridad y justeza. Pero hay otro terreno, al cual podría llamarse "externo", que remite al ámbito de la utilización de los datos y la información producida, que es aquello para lo que se aplica un determinado conjunto de datos, siempre dependiente de la intención de quien lo hace. Y si bien la información resiste, no se puede utilizar para cualquier cosa, tiene la plasticidad de las interpretaciones posibles. (Urresti, 2010, p.29).

Como expone el autor, la información obtenida de cualquier estudio de públicos que se pueda realizar, posee una gran cantidad de interpretaciones posibles. La información depende, por otro lugar, de la persona que la interprete y qué acciones se lleven adelante luego de haber realizado un estudio de espectadores.

En este punto se abre otra discusión que involucra a la comunidad teatral en su conjunto, desde los que realizan de manera habitual teatro hasta las personas que lo administran institucional, artística y políticamente. Un estudio de públicos podrá mostrar cómo es la convocatoria actual, a quien interpela en sus diversas manifestaciones y qué características posee el conjunto de convocados.

Las características socio-culturales de las personas que conforman los diferentes públicos son datos de gran interés para entender con qué personas se cuenta y, de modo indirecto, quién está completamente afuera del circuito, es decir: quienes no fueron nunca al teatro.

Es importante destacar que un estudio de públicos bien realizado podría servir, también, para lograr comprender las realidades de las personas que, por un motivo u otro, no tuvieron la oportunidad (o no quisieron) transitar una experiencia teatral.

Por otro lugar, un estudio de espectadores permitirá estimar el perfil de quienes acuden, conociendo la frecuencia de sus salidas, su interés por diferentes manifestaciones artísticas y culturales, conociendo también las competencias que posee el teatro como disciplina concreta.

Como se mencionó en capítulos anteriores, el teatro compite con una gran cantidad de ofertas (especialmente tecnológicas y virtuales) que los artistas deben contemplar para comprender todas las otras áreas que pueden llegar a competir por los mismos espectadores.

En este sentido, se puede ampliar la comprensión del público, entrando en las representaciones y las valoraciones que expresa sobre el tiempo libre, la ciudad, la oferta cultural, las prácticas culturales habituales o, en términos de canal y acceso, los medios por los que se informa sobre salidas, el modo elegido para llegar al teatro, o las otras actividades que hace antes o después de una salida. El conjunto de temas a explorar puede dar importantes indicaciones sobre quién es el público y sus características. (Urresti, 2010).

Es importante detenerse a reflexionar sobre el tiempo libre, ya que en estas generaciones prácticamente no existe o se anula a partir de las diferentes tecnologías que fueron apareciendo con el paso de los años.

Entre los teléfonos inteligentes, las tablets, los libros electrónicos, los humanos se están convirtiendo en una sociedad lista para matar hasta el último segundo de aburrimiento con un toque en una pantalla táctil. Lista para prevenir cualquier intento de tiempo libre o momento de ansiedad con un solo click. Los artistas, sobre todo quienes hacen teatro, deben ser conscientes de éstas tendencias ya que ésta generación está atravesada por ellas y constituyen los diferentes públicos.

El tiempo libre conforma una variable muy importante en el estudio de espectadores, ya que es una gran oportunidad para lograr que las personas que dispongan de un lapso de tiempo sin actividades rutinarias asistan a representaciones de carácter teatral o artístico.

Como se mencionó anteriormente, los resultados de los estudios de públicos tendrán la utilidad que los distintos sostenedores de la oferta cultural y teatral puedan darle. Por ello, lo ideal sería que los resultados logren la mayor transparencia y difusión posible, para que el debate se enriquezca y amplíe a partir de ellos.

Si se realiza un estudio de espectadores pero la información no se comparte con la comunidad teatral, no tendría ningún tipo de utilidad para su propósito: formar nuevos públicos y llenar las salas. Esta dicotomía tiene que ver con que la colectividad teatral debe ser solidaria y compartir sus investigaciones ya que todas las compañías se verán beneficiadas en el caso de acertar con ciertos puntos de interés en el estudio de públicos.

Se deben tener en cuenta todas las ventajas que un estudio de esta índole puede ofrecer para ampliar y mejorar la llegada de las propuestas y acercar a aquellos que frecuentan muy poco o casi nunca a sus salas, ese público potencial nada despreciable que ayudaría a vigorizar aún más la escena teatral. (Urresti, 2010).

Es importante que se realicen investigaciones de este tipo, no solo para llenar las salas y espacios teatrales, sino para conocer a las personas y sus relaciones con la vida cultural y artística de la ciudad en la que viven, para así poder familiarizarlas y fomentar su relación con el arte y el teatro en sí mismo.

5.5 Un vínculo artesanal

A lo largo de todo este Proyecto de Graduación se contempló la difícil labor de convocar públicos y lograr que atravesasen por las diferentes experiencias teatrales existentes. En este punto, es necesario recalcar que la formación de espectadores es una tarea con una inclinación todavía artesanal, ya que aún no existe un proceso sistemático o una forma evidenciada de llevar nuevos públicos a las salas teatrales del país.

Si bien es necesario conocer a las personas que llenaran las futuras plateas, los artistas todavía se encuentran en la incertidumbre de cómo llevar a cabo estos procesos. Existen, como se desarrolló en los diferentes capítulos, diferentes caminos y posibilidades para acortar la distancia entre los creadores escénicos y sus respectivos públicos, pero es un camino de aprendizaje, de aciertos y errores y con una gran cantidad de incertidumbres a resolver.

Para expandir esta idea, Rodríguez cree que el problema del espectador es que aparentemente no está en ningún lado, no se lo puede cuantificar, sino que aparece cuando quiere y que es muy impredecible. Sugiere:

Desde el teatro mismo debería haber un mayor compromiso político y social; también en los ámbitos de formación teatral deberían incentivar a ir al teatro, y no solo al teatro de moda, sino también al que está cerca de casa, del barrio, el que está en la periferia. (Rodríguez, 2010, p.24).

En este contexto, es importante entender que ir al teatro supone no solo asistir a las grandes representaciones teatrales que ofrece, por ejemplo, la calle Corrientes, sino apoyar también

a artistas emergentes, que están en diferentes puntos, quizás marginados, del país y que necesitan del apoyo y difusión de sus espectadores.

Además, el autor expone la necesidad de un compromiso desde diferentes ámbitos, tanto sociales como políticos, y que se incentive a ir al teatro en las instituciones de formación. Este es un punto importante, ya que en las escuelas de actuación resulta imprescindible para su correcto aprendizaje la contemplación de artes escénicas en general, además de que se fomenta el apoyo económico entre colegas teatrales.

Por otro lugar, se encuentra presente un punto importante en la formación de espectadores, que es la comunicación en todos sus aspectos. Para esto, Rodríguez afirma:

Por otro lado, pienso en un problema muy grande que es la comunicación de la actividad, cómo se da a conocer. No es casual escuchar que en todas las salas independientes hay problemas con los vecinos. Como si uno tuviera un cabaret o un boliche. Y no, “es un teatro, está abierto Señor Vecino, usted también puede venir, participe”. Insisto en que debe haber una comunicación muy fluida con el entorno, muy amable. Y cuando pienso en el entorno, pienso en eso, en el barrio, en el vecino, en los alrededores. Es primordial generar una buena comunicación cercana a las salas. Que los vecinos vayan al teatro, los comerciantes de la zona, la gente del hospital, de la escuela. Supongo que ahí debe estar nuestra energía comunicativa, incentivando a ese público que efectivamente es oro. (Rodríguez, 2010, p.24).

El autor sostiene que es indispensable construir un vínculo con las personas que rodean, por ejemplo, una sala teatral. Crear un lazo de amabilidad con los vecinos, para que se sientan partícipes e invitados al teatro. Más allá de que en otros capítulos se enfatizó en la comunicación de las artes escénicas a nivel masivo o buscando llegar a determinados públicos, la construcción humana con el que está al lado es un principio fundamental para entender la formación de nuevos espectadores.

Resulta notable señalar esta construcción artesanal ya que es el punto de origen para poder, posteriormente, llenar las butacas. No existen certezas en cuanto a la utilidad específica de esta iniciativa, pero es importante pensar el teatro como un espacio que invite a todo el mundo. Abrir las puertas de par en par para que cualquiera se sienta invitado a participar, a

experimentar vivencias artísticas, a presenciar historias y, posteriormente, interpretarlas y analizarlas.

Los artistas, de alguna manera, deberían, quizás, conectar más con la gente. Posiblemente existe un gran prejuicio en torno a las diferencias entre quienes hacen teatro y quienes no, pero esto no debería constituir una barrera, sino una posibilidad de intercambio, de aprender unos de otros, de conectar contingencias artísticas.

Cappa, un director, actor y dramaturgo, apoya estas ideas de construcción artística a partir de vínculos meramente humanos. Afirma que no sabe si es necesario estudiar al público pero propone:

Hay que mirar más a la gente por la calle, escuchar cómo hablan, de qué se ríen, por qué lloran. ¿Es verdad que están tan mal como dicen, para qué dicen que están mal? Cuando dicen que están bien, ¿Por qué no les creemos? A mí me sirve pensar que todos son posibles espectadores, y después que vaya el que tenga ganas. (Cappa, 2010, p.25).

Como sostiene el autor, quizás sirve pensar a todas las personas que se observan por la calle como posibles espectadores teatrales. Entenderlos y escucharlos, para posteriormente saber qué es lo que opinan, en cuanto a sus propias vivencias y al arte en general.

En este punto, es importante señalar que no todas las representaciones teatrales se realizan en teatros convencionales, es decir, escenarios elevados frente a un público sentado en butacas. En los últimos años, han surgido diferentes propuestas y experiencias teatrales que proponen cambios de espacios (a nivel físico) para poner al espectador en otro lugar y contemplar las diferencias con espacios tradicionales.

Así, se llevaron a cabo propuestas teatrales dentro de peluquerías, museos, laboratorios y diferentes lugares que, en su construcción original, no fueron pensados como posibles escenarios.

En esta línea, Gómez, quien dirigió un espectáculo con estas características, comenta:

En mi caso, con cada obra nueva, esa entelequia llamada “espectador” se ha ido aclarando cada vez un poco más. No delinee un perfil que coincide necesariamente con

categorías sociológicas o estadísticas (hago teatro para gente joven, universitaria...) sino en relación a su disposición hacia el objeto teatral. Esta sinergia que se produce entre la obra y un receptor/productor de sentido puede ser intervenida y experimentada a través de distintos procedimientos. (Gomez, 2010, p.186).

El autor exterioriza que no se debe pensar una obra para un determinado perfil de público, sino tener en cuenta su disposición hacia lo que se presenta arriba del escenario. Es importante tener en cuenta esta cuestión ya que delimitar un público puede ser efectivo para cuestiones comunicativas o publicitarias, pero por otro lado puede perjudicar la composición total de ese espectáculo, no permitiendo la posibilidad de contemplación a todas las personas por igual. Mencionando específicamente su caso como director, el autor expone:

En mi último trabajo de dirección, la obra *Un hueco*, que realiza funciones dentro del vestuario de un viejo club de barrio, pudimos comprobar que el descentramiento físico que produce un cambio en las coordenadas habituales para ver un espectáculo teatral, predispone a los espectadores a experimentar la ficción antes que solo a contemplarla. Las condiciones a las que "sometemos" al público (lugar no esperable para ver una obra de teatro, encierro, cercanía con los actores), si bien sutiles, aumentan su concentración previa, activan su aparato relacional y lo dejan a las puertas de la experiencia estética. (Gomez, 2010, p. 186).

En este caso, tal como menciona Gómez, llevar espectadores a un espacio que no es considerado escénico, aumenta las posibilidades relacionales entre los actores y el público. Esto propone a los espectadores formar parte de la vivencia teatral y no solo contemplarla desde afuera. Esto también significa la construcción de un vínculo artesanal, por medio de representaciones que no poseen el común denominador de espacio teatral tradicional.

Para profundizar el vínculo con posibles nuevos espectadores, resulta primordial estar en constante actualización en cuanto a elencos, alumnos, docentes, y, principalmente, públicos teatrales. Es importante, para todos los artistas, estar en constante investigación de campo, teniendo en cuenta la cultura y la actividad artística de cada lugar en particular.

Siguiendo ésta línea, el objetivo es entusiasmar y multiplicar el placer por las artes escénicas y elaborar estrategias junto a ellos (los públicos) para lograr un intercambio que beneficie a ambas partes: espectadores y artistas.

Conclusiones

Existe un gran espectro de variables a tener en cuenta para analizar el público teatral, sus funciones y sus posibilidades dentro de la creación escénica. En un comienzo puede resultar difuso, o de difícil interpretación ya que es un aspecto que todavía no ha sido abordado en profundidad y que requiere de una investigación y un estudio arduo.

A través de la profundización en el trabajo; la investigación en los orígenes del espectador teatral, el lugar que le dan a los mismos los hacedores escénicos, y el posterior desarrollo y práctica de estrategias para convocar nuevos espectadores es que se pueden proponer distintas visiones y puntos de vista sobre las personas que ocupan las butacas en una sala teatral.

De esta manera resulta posible pensar la contemplación de las artes escénicas como una actividad en sí misma, que requiere de una formación y de un hábito, igual de importante que el que poseen los artistas en desarrollo.

Es trascendental brindar otro enfoque y habilitar la observación de diferentes disciplinas culturales para poder establecer el rol que ocupa el espectador en las artes escénicas y también en la sociedad, pensando al arte y al teatro en sí mismo como un motor indispensable en la vida cultural de cada provincia y ciudad.

En este punto, resulta fundamental pensar que todo equipo creativo desarrolla una búsqueda que contiene un pensamiento, una idea y una composición determinada. Es necesario que se empiece a tomar al público como parte de esta idea base y que forme parte de la creación escénica desde un primer momento, como un miembro más del grupo creativo.

Para hacer tangible esta búsqueda es necesario desarrollar una mirada crítica y particular sobre el espectador escénico, basada en experiencias, percepciones e intuiciones de los creadores teatrales en base a la función de convocar personas que asistan a los diferentes espectáculos.

Es importante crear una propia filosofía en cuanto a los espectadores teatrales, que además puede resultar inspiradora para otros profesionales, sean o no del mismo ámbito. En este caso, los diferentes autores nombrados a lo largo del proyecto plantean un universo reflexivo en torno a la función del público en las artes escénicas. Muchos de ellos, en sus respectivos textos, afirman haberse nutrido de otras disciplinas para desarrollar su búsqueda en torno a los espectadores.

En este punto es necesario resaltar la necesidad de los artistas de compartir sus logros en cuanto a la formación de espectadores para así generar un intercambio de ideas entre los diferentes grupos teatrales que pueda servirle a toda la comunidad artística. Como se mencionó a lo largo de todo el proyecto, la formación de nuevos públicos debe pensarse como una actividad colectiva, y por lo tanto, solidaria.

La presencia de las dinámicas de trabajo, la búsqueda del estilo de comunicación particular, las formas de intercambio en cuanto a la creación de nuevos públicos, son algunas de las características que entrelazan estos dos mundos: el de arriba y el de abajo del escenario respectivamente.

Además de encontrar puntos en común entre los artistas y sus respectivos espectadores, se pudo distinguir como en ambos casos existen formas, métodos y pensamientos que llevan a concretar el trabajo de pensar un espectador como un ser en formación: que aprende y puede llevarse diferentes experiencias, aprendizajes y sensaciones de aquello que presencié desde una butaca teatral.

Es importante pensar el rol del espectador con una funcionalidad activa, sacarlo de su lugar de pasividad, sentado, observando un espectáculo e invitarlo a participar del mismo, analizando sus componentes y estableciendo una crítica y una relación mutua entre ellos y los artistas que realizan las diferentes obras.

Resulta pertinente destacar que se pudo visibilizar cómo las personas a veces poseen desconocimiento total sobre la oferta cultural en sus respectivas áreas y que esto involucra también a profesionales que deberían ocuparse de la difusión de las artes en cada una de las provincias y ciudades respectivamente.

Se especificó sobre el camino que recorre el artista en búsqueda de nuevos espectadores y se visualizó como resulta difícil que ellos solos (los creadores escénicos) puedan llevar nuevos públicos a las salas, se necesita de apoyo, tanto de personas orientadas a la comunicación como, quizás, del Estado, en su función de apoyo a las entidades artísticas y culturales respectivamente.

Por otra parte, fueron tomadas algunas concepciones basadas en la formación artística desde temprana edad, fomentando así la iniciación a la vida cultural desde la etapa escolar, para poder formarse después como espectador y poseer la capacidad de entendimiento y análisis de lo que se contempla arriba de un escenario.

En esta observación es donde la formación de nuevos públicos cobra un sentido más sustancioso, ya que habilita un pensamiento reflexivo y crítico sobre modos muy específicos de hacer y de observar un espectáculo teatral. Por otro lugar, también resultó útil para pensar formas de búsqueda y adopción de estrategias para que los espectadores encuentren su lugar en la creación escénica y que se sientan parte de lo que están presenciando.

Además, implicó desarrollar una nueva línea de pensamiento para concebir al teatro como disciplina, desde el análisis de lo popular y masivo, para tomar y llevar nociones de los públicos de diferentes actividades culturales y de entretenimiento que se generan en la actualidad, y concebir así propuestas novedosas para la formación de espectadores.

Imaginar una sala repleta de nuevos públicos parece una concepción fantástica e inverosímil, pero resulta valioso pensar en determinados procedimientos para proponer

mejoras en cuanto a la acción de convocar y de repensar los nuevos espectadores escénicos y culturales.

Se reflexionó sobre lo inmediato y efímero de las artes escénicas, y en cómo esta característica además de ser común por su fugacidad aporta un valor trascendente y perdurable que muchas otras áreas no logran, así como el cine, la televisión o Netflix, tal como se desarrolló en uno de los capítulos del proyecto.

Asimismo se indagó en la instancia específica de la contemplación de un espectáculo en vivo, acontecimiento destacable por excelencia, para encontrar de qué maneras y formas se presenta ese momento de fervor, alegría y efusividad en el arte escénico. Como se reiteró a lo largo del proyecto, el teatro es uno de los únicos artes que permiten esta conexión en tiempo real entre actores y espectadores, es un área que todavía permite el contacto humano, y eso es esencial en estos tiempos, en donde las redes sociales y la tecnología desconectan la oportunidad de los seres humanos de mirarse cara a cara.

Por último, se desplegaron algunas de las inquietudes que todo creador escénico se cuestiona, como por ejemplo, de quién es la responsabilidad de llevar nuevos espectadores a las salas y se estableció empatía entre una actividad y otra. Entre ser artista y ser espectador, en que ambos pueden ocupar ambos roles si así lo desean.

Finalmente se propuso revitalizar un valor un tanto perdido y abandonado: el contacto humano. Formar espectadores desde el simple gesto de acompañar a un vecino artista que realiza una obra dentro de su garaje, o colaborar con un sobrino o nieto que realiza su muestra de teatro anual. Todas estas percepciones forman parte del vínculo artesanal que se genera entre un artista escénico y un espectador.

Sería interesante, para futuras investigaciones, indagar en profundidad sobre la vinculación de cada actividad artística con la política de cada provincia o ciudad, buscando relaciones y modos de crear nuevos espectadores escénicos.

También sería atractivo desarrollar la investigación en la relación a todas las cuestiones que se dan por y para con el espectador: puntos de identificación y atracción, además de considerar qué matices se presentan en el rol de cada público y cómo condicionan, influyen y determinan en parte la escena teatral.

Resulta valioso analizar otras disciplinas para formar nuevas líneas de trabajo y habilitar la apertura de la práctica profesional de la creación de nuevos públicos para pensarla desde otra óptica. También es importante el constante diálogo entre creadores y espectadores, para repensar las artes escénicas teniendo en cuenta el rol fundamental que ocupa el espectador en el teatro.

Lista de Referencias Bibliográficas

- Avillarejo, A. (2018). *Influencers: ¿por qué son importantes en tu estrategia de Social Media*. Disponible en www.40defiebre.com/influencers
- Beaulieu, P. (2017). *Estudio de caso. Oferta y consumo en el teatro independiente*. Disponible en: <http://www.untref.edu.ar/documentos/>
- Berardi, F. (2010). *Generación post-alfa. Patologías e imaginarios en el semiocapitalismo*. Buenos Aires. Tinta Limón Editores.
- Berman, S (2018). *Viva el teatro. El Universal*. P1.
- Berman, M. (2014), *Comunicación y artes escénicas*. Buenos Aires. Escénica Sociales
- Brook, P. (2001) *El espacio vacío*, Londres. Editorial Península
- De Marinis, M. (1986) *Problemas de semiótica teatral. La relación espectáculo-espectador*, N° 1, Colombia. Editorial Gestos.
- De Marinis, M. (1997). *Comprender el teatro*. Argentina. Editorial Galerna.
- Díaz, A y Quiroz, R (2012) *¿Cómo ven la formación cultural los estudiantes de lenguas extranjeras?*, Colombia. Editorial Universidad del Valle.
- Dubatti (2017). *La Teatología en la Argentina: pasado, presente, futuro, con especial atención a los estudios de teatro argentino*. Disponible en: http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2313-94632017000200002
- Durán, A y Jaroslavsky, S. (2012) *Cómo formar jóvenes espectadores en la era digital*. Argentina. Editorial Leviatán.
- Eisner, E, (1998). *Educar la visión Artística*. Paidós. Ecuador.
- Gardner, (1993). *Creating minds*. Editorial Basic Books. Estados Unidos.
- Herrera, C. (2014). *Una relación a definir: Teatro y Público*. Buenos Aires. Disponible en: <http://www.ideasdebabel.com/una-relacion-a-definir-teatro-y-publico-por-carlos-e-herrera/>
- Hoffmann, K (2015). *El teatro como medio de comunicación y su efecto en la audiencia*. Buenos Aires. Disponible en: <http://vayaalteatro.com/website/el-teatro-como-medio-de-comunicacion-y-su-efecto-en-la-audiencia/>
- Ísola, A. (2017, 23 de septiembre). El teatro es uno de los pocos espacios donde aún nos miramos cara a cara". *Rpp Noticias*. P.1
- Martos, L. (2011). *¿Debe el Estado financiar las artes y la cultura?*. Buenos Aires. Disponible en: <http://www.scielo.br/pdf/ecos/v20n1/v20n1a08.pdf>
- McCombs, M (1981) *Setting the Agenda for Agenda-Setting Research. An Assesment of the Priority Ideas and Problems*. Sage, Beverly Hills. Mass Communication Review Yearbook.

- Minguez, E. (2012). *Claves para proyectar espacios públicos confortables. Indicador del confort en el espacio público*. España. Recuperado de: http://eminguez.com/wp-content/uploads/2013/06/Claves-E.P.-Confortables_WEB.pdf
- Muñoz (2010). *La comunicación en el teatro: lo básico*. Buenos Aires. Disponible en: <https://arteescenicas.wordpress.com/2010/02/10/la-comunicacion-en-el-teatro-lo-basico/>
- Lavosi, M (2016). *El espectador implícito*. Universidad Católica de Chile. Santiago de Chile.
- Oliva, C, (2002). *Historia básica del arte escénico*. Madrid. Cátedra Editorial.
- Olivares, P (2017). *Analizamos la importancia del movimiento en escena*. Buenos Aires. Disponible en: <http://www.redteatral.net/noticias-el-lenguaje-del-cuerpo-367>
- Pizarro, J (2012). *El teatro es el único arte en el que la humanidad se enfrenta a sí misma*. España. Disponible en: <http://zalamea.hoy.es/actualidad/2012-10-04/teatro-unico-arte-humanidad-enfrenta-0833.html>
- Rancière, J. (2010). *El espectador emancipado*. Buenos Aires. Editorial: Bordes Manantial
- Rodríguez, A. (Compiladora) (2010) *Pensar la cultura. Los nuevos retos de la historia cultural*. Medellín: Editorial Universidad de Antioquia.
- Sen, A (2004). *¿Cómo importa la cultura en el desarrollo?*. Bangala. Disponible en: <http://www.letraslibres.com/espana-mexico/revista/como-importa-la-cultura-en-el-desarrollo>
- Sequio, A (2016). *La importancia de los regalos publicitarios*. Disponible en: <https://www.regalosdeempresasequio.com/blog/la-importancia-de-los-regalos-publicitarios/>
- Sormani, N (2015) *Espacio e ideología en el teatro para niños*. Centro Cultural de la Cooperación. Buenos Aires.
- Ubersfeld, A (1997) *La escuela del espectador*. Francia. Editorial Asoc. Directores de Escena.
- Urresti, M. Mesa redonda *Formación de espectadores*, XVIII Congreso Internacional de Teatro Iberoamericano y Argentino, GETEA, Buenos Aires, Agosto 2009.
- Thorsby, D. (2006) *Introduction and overview*. Amsterdam. North-Olland Editorial
- Vieites, M (2016). *Teatro y comunicación: un enfoque teórico*. España. UNED
- Vivisecas, V (2012). *Mirando la butaca desde el escenario*. Buenos Aires. Disponible en: <http://ayura.udea.edu.co/publicaciones/revista/numero6/Teatro.htm>
- Zabala, F (2018). *El espectador, la tarea perceptiva*. México. Disponible en: <http://www.teatorabinal.com/p/quienes-somos.html>

Bibliografía

- Aguirre, J. (2013) *Análisis de autogestión en la obra La Pena de Shakespeare: Un nuevo perfil del director teatral*. Proyecto de Graduación. Facultad de Diseño y Comunicación. Buenos Aires. Universidad de Palermo.
- Altarelli, C. (2011) *Teatro sin telón. El surgimiento y la evolución de los grupos de teatro callejero en Argentina*. Proyecto de Graduación. Facultad de Diseño y Comunicación. Buenos Aires. Universidad de Palermo.
- Avillarejo (2018). *Influencers: ¿por qué son importantes en tu estrategia de Social Media?*. Disponible en www.40defiebre.com/influencers
- Beaulieu, P. (2017). *Estudio de caso. Oferta y consumo en el teatro independiente*. Disponible en: <http://www.untref.edu.ar/documentos/>
- Berardi, F. (2010). *Generación post-alfa. Patologías e imaginarios en el semiocapitalismo*. Buenos Aires: Tinta Limón Editores.
- Berman, S (2018). *Viva el teatro. El Universal*. P1.
- Berman, M. (2014), *Comunicación y artes escénicas*. Buenos Aires. Escénica Sociales
- Brook, P. (2001) *.El espacio vacío*. Londres. Editorial Península
- Carballo, M. (2014) *El arte como relato identitario*. Proyecto de Graduación. Facultad de Diseño y Comunicación. Buenos Aires. Universidad de Palermo.
- Cruz, M. (2014) *Las coproducciones teatrales en Buenos Aires: El cambio en la gestión*. Proyecto de Graduación. Facultad de Diseño y Comunicación. Buenos Aires. Universidad de Palermo.
- De Marinis, M. (1986) *Problemas de semiótica teatral. La relación espectáculo-espectador*, N° 1, Colombia. Editorial Gestos.
- De Marinis, M. (1997). *Comprender el teatro*. Argentina. Editorial Galerna.
- Delgado, M (2011). *El espacio público como ideología*. Barcelona. Libros de la Catarata,
- Díaz, A y Quiroz, R (2012) *¿Cómo ven la formación cultural los estudiantes de lenguas extranjeras?*, Colombia. Editorial Universidad del Valle.
- Dubatti (2017). *La Teatrología en la Argentina: pasado, presente, futuro, con especial atención a los estudios de teatro argentino*. Disponible en: http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2313-94632017000200002
- Durán, A y Jaroslavsky, S. (2012) *“Cómo formar jóvenes espectadores en la era digital”*, Argentina. Editorial Leviatán.
- Eisner, E, (1998). *Educar la visión Artística*. Ecuador. Paidós.
- Fortier, M. (1997). *Theory/Theatre*. New York. Routledge.

- Gardner, (1993). *Creating minds*. Estados Unidos. Editorial Basic Books.
- Grotowski, J. (1970). *Hacia un teatro pobre*. México: Siglo XXI.
- Gusberti, P. (2018) *Redes Sociales y Cultura: Instagram, un medio para promocionar artistas emergentes*. Proyecto de Graduación. Facultad de Diseño y Comunicación. Buenos Aires. Universidad de Palermo.
- Helbo, A. (1989). *Teoría del espectáculo*. El paradigma espectacular. Buenos Aires: Galerna.
- Herrera, C. (2014). *Una relación a definir: Teatro y Público*. Buenos Aires. Disponible en: <http://www.ideasdebabel.com/una-relacion-a-definir-teatro-y-publico-por-carlos-e-herrera/>
- Hormigón, J (1991). *Trabajo dramaturgico y puesta en escena*. Madrid: Publicaciones de la ADE.
- Hoffmann, K (2015). *El teatro como medio de comunicación y su efecto en la audiencia*. Buenos Aires. Disponible en: <http://vayaalteatro.com/website/el-teatro-como-medio-de-comunicacion-y-su-efecto-en-la-audiencia/>
- Ísola, A. (2017, 23 de septiembre). *El teatro es uno de los pocos espacios donde aún nos miramos cara a cara*. Rpp Noticias. P.1
- Martos, L. (2011). *¿Debe el Estado financiar las artes y la cultura?*. Buenos Aires. Disponible en: <http://www.scielo.br/pdf/ecos/v20n1/v20n1a08.pdf>
- Mayoral, J (1987). *Estética de la recepción*. Madrid: Arco / Libros.
- McCombs, M (1981) *Setting the Agenda for Agenda-Setting Research. An Assesment of the Priority Ideas and Problems*. Sage, Beverly Hills. Mass Communication Review Yearbook.
- Minguez, E. (2012). *Claves para proyectar espacios públicos confortables. Indicador del confort en el espacio público*. España. Recuperado de: http://eminguez.com/wp-content/uploads/2013/06/Claves-E.P.-Confortables_WEB.pdf
- Mattelart, A. (1997). *Historia de las teorías de la comunicacion*. Barcelona: Paidós.
- Moral, A. (2008) *Puesta, Protesta y Propuesta*. Proyecto de Graduación. Facultad de Diseño y Comunicación. Buenos Aires. Universidad de Palermo.
- Moreno, J (1978). *Psicodrama*. Buenos Aires. Paidós.
- Muñoz (2010). *La comunicación en el teatro: lo básico*. Buenos Aires. Disponible en: <https://arteescenicas.wordpress.com/2010/02/10/la-comunicacion-en-el-teatro-lo-basico/>
- Lavosi, M (2016). *El espectador implícito*. Universidad Católica de Chile. Santiago de Chile.
- Oliva, César; Torres Monreal, Francisco (2002). *Historia básica del arte escénico*. Cátedra, Madrid.
- Olivares, P (2017). *Analizamos la importancia del movimiento en escena*. Buenos Aires. Disponible en: <http://www.redteatral.net/noticias-el-lenguaje-del-cuerpo-367>

- Paraíso, L. (1995). *Literatura y Psicología*. Madrid. Síntesis.
- Pavis, P. (2000). *El análisis de los espectáculos*. Barcelona: Paidós.
- Pavis, P (1998), *Diccionario del Teatro. Dramaturgia, estética y semiología*. Barcelona Editorial Paidós.
- Pezzi, N. (2011) *Teatro arte que genera incertidumbres: Pensamientos sobre el proceso creativo de la dirección teatral. Proyecto de Graduación. Facultad de Diseño y Comunicación. Buenos Aires. Universidad de Palermo.*
- Picardi, E. (2001). *Teorías del significado*. Madrid. Alianza.
- Piñuel, J. (2006). *Ensayo general sobre la comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Pizarro, J (2012). *El teatro es el único arte en el que la humanidad se enfrenta a sí misma*. España. Disponible en: <http://zalamea.hoy.es/actualidad/2012-10-04/teatro-unico-arte-humanidad-enfrenta-0833.html>
- Rancière, J. (2010). *El espectador emancipado*. Buenos Aires. Editorial: Bordes Manantial
- Rodríguez, A. (Compiladora) (2004) *Pensar la cultura. Los nuevos retos de la historia cultural*. Medellín. Editorial Universidad de Antioquia.
- Sanchez, M. (2015). *Haz que un niño conozca la ópera: El caso de la compañía música en espera*. Proyecto de Graduación. Facultad de Diseño y Comunicación. Buenos Aires. Universidad de Palermo.
- Sen, A (2004). *¿Cómo importa la cultura en el desarrollo?*. Bangala. Disponible en: <http://www.letraslibres.com/espana-mexico/revista/como-importa-la-cultura-en-el-desarrollo>
- Sequio, A (2016). *La importancia de los regalos publicitarios*. Disponible en: <https://www.regalosdeempresasequio.com/blog/la-importancia-de-los-regalos-publicitarios/>
- Sormani, N (2015) *Espacio e ideología en el teatro para niños*. Centro Cultural de la Cooperación. Buenos Aires.
- Ubersfeld, A (1997) *La escuela del espectador*. Francia. Editorial Asoc. Directores de Escena.
- Urresti, M. Mesa redonda *Formación de espectadores*, XVIII Congreso Internacional de Teatro Iberoamericano y Argentino, GETEA, Buenos Aires, Agosto 2009.
- Thorsby. D. (2006) *Introduction and overview*. Amsterdam. North-Olland Editorial
- Vieites, M (2016). *Teatro y comunicación: un enfoque teórico*. España. UNED
- Vivisekas, V (2012). *Mirando la butaca desde el escenario*. Buenos Aires. Disponible en: <http://ayura.udea.edu.co/publicaciones/revista/numero6/Teatro.htm>
- Wejcman, M. (2014) *Teatro y Empresa*. Voluntariado a medida. Proyecto de Graduación. Facultad de Diseño y Comunicación. Buenos Aires. Universidad de Palermo.

Zabala, F (2018). *El espectador, la tarea perceptiva*. México. Disponible en:
<http://www.teatrorabinal.com/p/quie>

Zapiola, B. (2018) *Estrategia de Comunicación Interdisciplinaria. Despertar de Primavera, un producto cultural y artístico*. Proyecto de Graduación. Facultad de Diseño y Comunicación. Buenos Aires. Universidad de Palermo.