

BOGOTÁ TEATRAL Y CIRCENSE

PROYECTA LA ESCENA

# EL PÚBLICO:

PROTAGONISTA DE LA EXPERIENCIA TEATRAL

## ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ

Claudia Nayibe López Hernández  
Alcaldesa Mayor de Bogotá

## SECRETARÍA DE CULTURA, RECREACIÓN Y DEPORTE

Nicolás Francisco Montero  
Domínguez  
Secretario de Cultura, Recreación  
y Deporte

## INSTITUTO DISTRITAL DE LAS ARTES-IDARTES

Catalina Valencia Tobón  
Directora general

Paula Villegas Hincapié  
Subdirectora de las Artes

Mauricio Galeano Vargas  
Subdirector de Equipamientos  
Culturales

Leyla Castillo Ballén  
Subdirectora de Formación  
Artística

Adriana María Cruz Rivera  
Subdirectora Administrativa y  
Financiera

Gerencia de Arte Dramático  
Diana Beatriz Pescador  
Buenaventura  
Gerente de Arte Dramático

Adriana Correa Thian  
Claudia Ochoa Peña  
Eva Lucía Díaz Burckhardt  
Javier Mayor  
Javier Piracún  
Liliana Chicuzazuque Segura  
Lylyan Rojas  
Yodbana Muñoz  
Equipo Gerencia de Arte Dramático

Lylyan Rojas Álvarez  
Relatora

Oficina Asesora de Comunicaciones  
Ángela María Canizalez Herrera  
Asesora de Comunicaciones

María Barbarita Gómez Rincón  
Coordinación editorial

Alejandra Muñoz  
Edgar Ordóñez  
Corrección de estilo

Mónica Loaiza Reina  
Diseño

© Instituto Distrital de las Artes-  
Idartes

Mayo de 2021

ISBN PDF: 978-958-5595-82-8

Idartes

Carrera 8 n.º 15-46, Bogotá, D. C.,  
Colombia

(57-1) 379 5750

contactenos@idartes.gov.co

www.idartes.gov.co

EL PÚBLICO:

PROTAGONISTA  
DE LA EXPERIENCIA  
TEATRAL



INSTITUTO  
DISTRITAL DE LAS ARTES  
IDARTES



# Contenido

## 8 Presentación

## 10 Café con...

Café con César Brie 12

Café con Jorge  
Dubatti 26

Café con Fernando  
Vicario 42

## 60 Paneles temáticos

Primer panel: 62  
Redescubriendo al  
público teatral

**Segundo panel:** 74  
Dinámicas del  
público de teatro

**Tercer panel:** 88  
Hacia  
un espectador teatral  
activo

**Cuarto panel:** 100  
El  
público frente a la  
experiencia teatral

**Quinto panel:** 110  
Conquistando al  
espectador

**Sexto panel:** 122  
El  
espectador del  
futuro

## **134** **Reflexión a modo de conclusión**

Sobre el público y  
el espíritu popular  
del teatro 135

Qué es el público	141
Cuál es la experiencia que se quiere construir con el público	147
Cómo hacer para que el público asista a vivir esta experiencia	152

## **164** Bibliografía



# Presentación

*Catalina Valencia Tobón*

*Directora general Idartes*

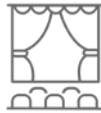
Entre las actividades que la Gerencia de Arte Dramático del Instituto Distrital de las Artes-Idartes viene desarrollando, se encuentran acciones que buscan poner sobre la mesa los diferentes puntos de vista y las múltiples preguntas acerca de los componentes que constituyen el campo del arte dramático de la ciudad; entre estos se encuentra aquello que llamamos *el público teatral*, que contrasta las visiones de los creadores, los directores de las salas de teatro, los productores, miembros de instituciones públicas y privadas, entre muchos otros actores que hacen parte del ejercicio creativo.

El Seminario El Público: Protagonista de la Experiencia Teatral, que se llevó a cabo los días 11, 12 y 13 de septiembre de 2019, surgió de la necesidad de reflexionar en torno al espectador como agente fundamental en el hecho teatral —en su rol de receptor activo de una experiencia escénica—, de definirlo, de determinar sus funciones, sus privilegios y sus retos; pero también se propuso identificar aspectos relacionados con las expectativas de los creadores ante este actor en el diálogo entre escena y destinatario, sin el cual el hecho escénico no tendría sentido.

Este seminario contó con la participación de destacados creadores y gestores de las artes escénicas del ámbito local, nacional e internacional, quienes nos dejaron múltiples miradas para reflexionar sobre el papel del público en la experiencia escénica, a partir de lo cual podríamos consolidar nuevos y potenciales públicos en los que nuestros ciudadanos sean los protagonistas, para que nuestra ciudad se convierta en una *Bogotá teatral y circense*.

# Café con...

*César Brie • Jorge Dubatti •  
Fernando Vicario*



Durante los tres días del seminario se realizaron tres ponencias presentadas por teatristas de amplia trayectoria y experiencia en el estudio y la relación con el público. Para dar apertura a una ponencia diaria y contextualizar al público asistente, William Guevara Quiroz, coordinador general del seminario, se tomó un café con los ponentes mientras dialogó con ellos, haciéndoles una serie de preguntas que a su vez rompieron el hielo y dieron fluidez al encuentro.

# Café con CÉSAR BRIE



*Actor, director, dramaturgo y escritor argentino. Fundador del Teatro Tupac Amaru. Hizo una importante carrera teatral en Europa, junto al Odin Teatret de Dinamarca. A principios de los noventa fundó en Bolivia el Teatro de los Andes, hoy un paradigma de las artes escénicas latinoamericanas. Algunas de sus obras, como Ubú en Bolivia y En un sol amarillo, así como sus versiones de La Iliada y La Odisea, han sido programadas en los mayores festivales de América Latina y Europa.*

*En 2011 recibió en Radicondoli el Premio Níco Garrone, votado por la mayoría de los artistas de teatro italianos. Desde 2017 está radicado en Argentina, en donde presenta y dirige diferentes espectáculos de su autoría, entre ellos el más reciente, 120 kilos de jazz, en el que también actúa.*

\* \* \*

**Guevara:** ¿Qué pasó con el Teatro de los Andes? ¿Cómo se radicó en Bolivia y cómo se encontró con este grupo?

**Brie:** Yo vivía en Europa, exiliado de Argentina, y me fui a Bolivia en 1990, buscando en realidad un público. La primera vez que llegué a Bogotá, al teatro La Candelaria, fue con el Odin Teatret, en los años ochenta. Era alumno del Odin y también era el marido de Iben Nagel Rasmussen, actriz del grupo, pero vine como técnico. En aquella época en La Candelaria había 150 voltios de corriente eléctrica. Era una cosa muy rara, porque no era ni 110, ni 220, ni 380, entonces, para que se pudieran hacer las obras, tuve que encontrar un transformador enorme de corriente, que después dejamos a La Candelaria como presente griego. Pero yo no quería en realidad trabajar con el Odin. Había hecho parte del último espectáculo del momento, *Talabot*, donde representaba a Artaud, pero en 1990 decidí buscar un lugar donde pudiera verificar si era capaz de hacer teatro y de llegarle a la gente.

Quería irme a un lugar apartado, donde realmente no hubiera un *background*, donde no importara si había trabajado con tal o cual, donde todo fuera un poco más virgen en la mirada, y ese lugar fue Bolivia. Había descartado Colombia, por la violencia, México y Perú. Busqué en el sur de Chile, en Cuenca y

en Bolivia, pero fue Bolivia la que pesó en la balanza cuando conocí su mundo indígena, campesino y rural. Vi la convivencia de dos culturas que no se habían amalgamado todavía, que dialogaban y estaban en conflicto; vi una población sojuzgada y una clase urbana que negaba su origen indígena. Entonces me parecía que, si iba a ser un inmigrante de nuevo, ese país valía la pena para ver si yo era capaz de hacer teatro.

Nació también en ese entonces en Europa una profunda crisis que tenía que ver con el público. No me gustaba el público europeo. Era el momento final del egoísmo que se fue *dilagando*<sup>1</sup> como un veneno en toda Europa y que produjo lo que hoy estamos viendo, ese ataque feroz a los inmigrantes, esa especie de ignorancia bestial que está creando las bases culturales del nuevo fascismo, de las democracias autodenominadas *iliberales*, como la húngara, donde los derechos humanos son considerados una opción secundaria. El teatro, en Italia, era una presencia *snob*, y yo quería ir de eso porque no me interesaba.

Soy escritor de poesía y hago teatro porque trato de hacer poesía con los cuerpos, con las escenas, con las imágenes y las palabras. Entonces me parecía que Bolivia iba a ser un lugar donde podría poner en discusión todo, y si no lo sabía hacer bien, era la verificación de que era un inútil y que no merecía existir como artista. Ese fue el origen del Teatro de los Andes.

Ahorré en esa época 70 000 dólares, que era una fortuna. Hay que decir que esos 70 000 dólares en Bolivia valían

---

<sup>1</sup> Palabra italiana que significa ‘esparciendo’ o ‘propagando’.

mucho más que en el sur de Chile y que en Argentina. Entonces, en algún lugar de mí debió haber influido el hecho de que con esos 70 000, en Bolivia, podía hacer mucho. Poco antes de partir para Bolivia me encontré con un viejo amigo, Giampaollo Nalli, con el que habíamos hecho un proyecto cultural en los años setenta en Italia. Él se estaba jubilando, entonces viajó conmigo y fue el administrador del Teatro de los Andes. También estaba Naira Gonzales, argentina, cuya madre era desaparecida, y su padre es un titiritero. Entonces llegamos a Bolivia dos argentinos y un italiano a fundar el Teatro de los Andes.

Como inicialmente pensaba irme a Chile, lo había llamado Teatro del Pacífico. Había escrito algo muy poético sobre el Pacífico, que es un océano aparentemente calmo, pero que en el interior está lleno de fuerza, pero finalmente me fui a uno de los dos países que no tienen salida al mar, justamente porque Chile se la robó, entonces me tocó transformar el escrito, dándole la cualidad que le daba al Pacífico, ahora a esa inmensa majestuosidad de los Andes. Y funcionaba, el escrito, que había hecho tres años antes de viajar, funcionaba.

Durante cuatro años ahorré todo el dinero que ganaba, vivía con nada para lograr ahorrar 70 000 dólares. Y esta es la parte teatral: cuando llegué a Dinamarca saqué el dinero del banco italiano porque no confiaba en los bancos (pienso como Brecht, que decía que “peor que el ladrón del banco es el que lo funda”). Tenía una carpeta de partituras musicales —toco flauta travesa—, entonces puse todos los dólares entre las partituras. Aquí estaba Vivaldi y acá estaba Beethoven, y en el medio había un montón de billetes de 100 dólares,

después estaba Mozart y estaba Bach, entonces tenía una carpeta que valía 70 000 dólares. En el banco me dijeron si quería un guardaespaldas, pero yo les dije: mírenme, ¿quién va a pensar que llevo ese dinero? ¿Quién te va a robar una carpeta de música? Así entré con ese dinero a Bolivia.

Había escrito que quería trabajar en la zona rural de una ciudad con universidad y que estuviera cerca del agua, un lugar donde pudiera aislarme para crear y poder crear relaciones; así encontramos una casa abandonada en Yotala, a 15 kilómetros de la ciudad de Sucre. Esta ciudad fue la antigua capital de Bolivia, en la cual se fundó la primera universidad de América Latina, donde estudiaron todos los próceres del Cono Sur. Era un viejo casco de hacienda que tenía una capilla con unas campanas forjadas en bronce con la fecha 1880 inscrita en ellas. Me vendieron la propiedad, que se llamaba Lourdes, en 19 000 dólares. Compré entonces una camioneta 4 × 4, en la que montábamos 13 personas, lo suficientemente alta como para poder vadear el río que había que cruzar para llegar a la casa. Estábamos bien aislados, de modo que solo los que estaban muy motivados podían llegar; ese era el sentido de aislarnos.

Ahí encontré a Gonzalo Callejas, el único que tomé de un taller de dos meses (el primer día me agarré la cabeza y me dije, Dios, por qué acepté que entrara este chico si es duro como una piedra), tenía 18 años y es un genio que aún trabaja en el Teatro de los Andes. Encontré también a Lucas Achilico. Una vez que fui a ver un musical, me sorprendió un niño indígena aimara que tocaba el charango y que tenía una sonrisa luminosa. Me acerqué a preguntarle si quería

trabajar con nosotros y me dijo que había que preguntarle al jefe del hogar de niños abandonados, que era de donde él venía. El jefe, que era un suizo, dijo que sí, entonces Lucas vino a trabajar conmigo y se convirtió en el músico y actor histórico del Teatro de los Andes. Me acuerdo que darle la mano a Lucas era muy feo porque nunca apretaba, pero después de dos años apretó la mano. Entonces, cuando le pregunté: ¿Por qué apretás la mano? Me dijo: Porque ahora tengo confianza. Yo fui su tutor y padre adoptivo. Después llegaron dos alumnos míos italianos, María Teresa Dal Pero y Filippo Plancher, a los que yo les había dicho que no vinieran, y Emilio Martínez, un español. Todos ellos conformábamos el origen del Teatro de los Andes.

Gasté todo el dinero que nos quedaba en construir un teatro que tenía 15 metros por 10. La capilla era la segunda sala y fuimos ampliando y construyendo poco a poco. Teníamos tres hectáreas de tierra que cultivábamos; sin embargo, era un periodo de mucha hambruna. Pero teníamos una cosa que no hay en el primer mundo, teníamos tiempo, y eso fue la base de todo. Al principio no teníamos salario, nos dábamos alojamiento y comida, pero cuando empezó a entrar un poco de dinero porque nos hicimos conocidos, empezamos a ganar un salario y a viajar una vez cada tres años a Europa. Yo dedicaba todo mi tiempo a formar a los actores, a hacerlos crecer, a admirarlos y a aprender de ellos.

### *Ponencia de César Brie*

Quiero hablarles del público en Bolivia. Cuando me fui a Bolivia a trabajar, lo hice porque estaba buscando un público distinto, un público que no estuviera en la pomada de las búsquedas teatrales. Quería hacer, al mismo tiempo, un teatro popular y un teatro de búsqueda; quería cuadrar un círculo, y creo que no lo logré y que nunca lo voy a lograr, pero que ha valido la pena el intento.

Cuando llegué como artista extranjero a La Paz, llegué con dos obras: *Romeo y Julieta*, que hacía con Naira, y *El mar en el bolsillo*, que es mi unipersonal. Me habían hecho entrevistas en televisión y en periódicos porque me iba a presentar en el teatro Municipal, un teatro de setecientas personas. Pero el día de mi presentación había solo dieciocho. De esas dieciocho personas, cinco eran periodistas y siete eran amigos, entonces había en realidad cuatro espectadores. Un amigo mío compró dos entradas más porque con menos de veinte no abrían el teatro. Ese era el panorama. Al otro día había una conferencia de prensa con los mismos cinco periodistas, y uno de ellos me preguntó, con mucha maldad: ¿Cómo le fue?, y yo le respondí: Estoy feliz, porque ahora sé que no hay público, que el teatro no le importa a nadie, que tengo que salirme de los teatros e ir a las escuelas, a las universidades, a los barrios a las calles, a los pueblos; ahora sé muy bien lo que tengo que hacer, y no es estar en el teatro Municipal; tal vez volver dentro de un tiempo, pero que toda esa gente que ya he conocido en las calles se venga. Eso fue lo que dije en la conferencia de prensa y eso fue lo que sucedió. Tres años

después, cuando hicimos *Abarcas del tiempo* en el mismo teatro Municipal, estaban los revendedores de entradas afuera y el teatro completamente lleno. Entonces, ¿qué había pasado en esos tres años? No se trataba de publicidad, porque realmente aprendí lo que es publicidad después de que salí del Teatro de los Andes: siempre pensaba que la gente iba a ver tu teatro porque tu teatro valía; pero no sabía publicitarlo.

Había desarrollado una estrategia: atraer al público haciéndolo reír; por tanto, nuestra obra debía ser cómica. Montamos una sátira sobre el descubrimiento de América que se llamó *Colón*, y la experiencia con el público fue maravillosa. Teníamos escenitas que habíamos separado del cuerpo de la obra y las usábamos para atraer a la gente afuera de la iglesia, y la gente iba a vernos. Hablábamos con las profesoras de literatura para presentarnos en las aulas, pues la obra se podía hacer sin luz; solo usábamos un biombo. Sucedió que comenzamos a tener mucho público yendo a todas partes con esta obra.

Una vez fuimos a *Concepción*, el pueblo de origen de uno de los dictadores más atroces que ha tenido Bolivia: Hugo Banzer. En este pueblo, el 80% había votado por él; entonces, era un pueblo contrario a nosotros, que éramos progresistas. El único lugar donde podíamos actuar era en un teatrillo al aire libre que tenían las monjas españolas, e iba a ir a vernos el obispo austriaco. Yo estaba aterrorizado porque en la obra había un momento en que Colón tenía una reacción erótica frente a una imagen de Isabel la Católica; había otro momento en que la madre de Colón trataba de abortarlo; la partera era el actor español con sus bigotes y yo era su marido

y además era el cura. Pensé que nos iban a degollar. En la primera fila estaban las monjitas, y en medio de ellas, el obispo. Les tengo que confesar que hice autocensura, le dije a Filippo que cambiara sus textos para evitar problemas, pero hacer mayores cambios era imposible. El obispo se empezó a reír hasta terminar dándole manotadas a las monjas que también se reían; todo el mundo se reía. Ahí aprendí mucho sobre mis prejuicios y sobre cómo el arte une y la política divide.

Luego tuvimos otras experiencias con la obra *Ubú*. La presentábamos en canchas de basquetbol, en plazas, en lugares donde la gente no tenía idea de lo que era el teatro. El público popular no tiene la convención de esperar en silencio: comentan en voz alta, y cuando termina la obra, se alzan y se van. Por ejemplo, cuando había muchos espectadores, se sentaban sobre nuestras escenografías y había que pedirles permiso para tomar lo que necesitábamos para entrar a escena. Había una escena de batalla que la hacíamos con papel higiénico que lanzábamos por el aire, simulando estelas de bombas o cohetes, y el piso quedaba blanco, listo para la siguiente escena de la fuga en la nieve del padre Ubú. Pero cuando la hacíamos en las zonas campesinas rurales, entraban todos los chicos que estaban de público y se tiraban entre ellos papel higiénico, entonces la escena se convertía en una batalla de cuarenta personas. Al terminar, no quedaba una brizna de papel, y veíamos a las madres, con sus polleras, envolviéndolo, porque en esa zona el papel higiénico es un objeto de lujo y ellas se lo quedaban. Entonces la escena de la nieve había que imaginársela.

Un día llegamos a presentarnos a un lugar llamado Villa Rivero, pueblo de nacimiento de Gualberto Villarroel, el

primer presidente que permitió que los indígenas entraran a las plazas públicas, en los años cuarenta, y que fue ahorcado en una plaza de Murillo. Todos se enteraban de la función gracias a la radio quechua gestionada por los jesuitas. En ese pueblo nos iban a dar alojamiento y comida, pero el público tenía que dar algo. Entonces nos daban una papa, 10 centavos o lo que tenían. Una vez inició el primer acorde musical de la obra, se llenó la plaza. Recuerdo que el público reaccionaba en el momento justo, la risa, el asombro y el silencio llegan en el momento que se esperaba, como si ese fuera un público perfecto. Al finalizar la obra, mi amiga italiana Ángela lloraba. Yo le pregunté por qué lloraba, siendo esta una obra cómica, y ella me dijo, porque es la primera vez, en diez años de trabajo, que descubro el sentido de nuestra profesión. Y ocurrió una cosa más en este lugar: los que nos alojaban se disculparon porque teníamos que dormir de a dos, al disponer de solo dos camas. Al amanecer descubrimos que ellos, que eran tres, se habían amontonado todos en una sola camita para darnos a nosotros las otras dos. Entonces pensé que esa era una de las más grandes monedas que había recibido por mi trabajo teatral.

Con *Ubú* a veces íbamos a Europa, y en Italia nos pedían que la hiciéramos en lugares turísticos donde la gente no estaba dispuesta a ver teatro, pues andaba en otros planes consumistas que generaban una completa desatención. Entonces, inventé una estrategia para cuando estuviéramos en esas circunstancias. Creé la versión para las bestias, en la que no había lugar para la poesía. En medio de la obra, yo les hacía un gesto a mis compañeros, y ellos sabían que debían cortar todas las escenas poéticas y dejar solo la versión cómica.

La versión para las bestias la hice tres veces, solo en Europa. Nunca tuve que hacerla en una comunidad campesina, indígena, ni en un barrio de Bolivia o de América Latina. Siempre la hice para un público rico y consumista. No digo que el público europeo sea bruto, solo que esta situación me ha ocurrido exclusivamente en Europa.

Cuando hicimos *Abarcas del tiempo* y la trajimos a Colombia, recuerdo la reacción devastadora que tuvo en el público de Manizales. Fue como si la hubiéramos hecho para hermanos. Esta obra, que era un viaje al país de los muertos, era en realidad un viaje a la historia de Bolivia. Un joven que se casa con una joven va a trabajar a la mina y muere. En el aniversario de su muerte, su amigo más íntimo lo va a buscar a la tierra de los muertos, y juntos, el vivo y el muerto, recorren esa tierra. Al final el muerto se queda barriando sus huellas y se pierde en el olvido, y el vivo regresa y le cuenta a la viuda todo lo que ha visto.

Esta historia nace de una costumbre que había en unas comunidades indígenas. Un año después de la muerte de alguien, el amigo más íntimo se iba del poblado, antes de la madrugada, con los vestidos del muerto, y volvía al amanecer vestido del muerto. Toda la población fingía que el muerto había regresado y le contaban lo que había pasado durante su ausencia, lo festejaban y lo emborrachaban hasta llegar la noche. Los indígenas bolivianos festejan con el *huayno*, que tiene una tristeza adentro, pero no podés dejar de danzar. Cuando van a festejar, dicen muy sabiamente: “Vamos a quitarnos nuestras penas y dolores”. Después del festejo, el amigo se va, se cambia de ropa, y al regresar, todos le hacen reproches: le dicen que vino su amigo y él no estaba. Esa historia dio el inicio de

la obra. Pasé muchos días en la Biblioteca Nacional de Sucre estudiando la historia de Bolivia y encontrando sus paradigmas. Mi forma de trabajo es colectiva: todos van aportando sus visiones y poéticas, y trato de no anteponer el texto a la obra.

Fuimos entonces con esta obra al teatro de setecientas personas de La Paz, el día aquel en que la sala se llenó por completo. Al terminar la función, el público, en lugar de gritar *¡bravo!*, gritaba *¡gracias!* Me escondí detrás de unas telas para observar el rostro del público que salía. Los jóvenes salían con ganas de romper algo, y las personas mayores salían todavía secándose las lágrimas. Era como si le hubiéramos devuelto algo a esa gente. Eran los años de los procesos neoliberales que llevaron a Bolivia a un nivel de hambre y miseria atroces, y que precedieron la llegada de Evo Morales.

Lo que he vivido en estas experiencias en las que el público se reconoce, han sido los momentos más maravillosos de mi encuentro con el público. Los artistas de teatro que trabajamos con el cuerpo y la voz estamos devolviéndole algo al público, algo que todos buscamos siempre. En la vida siempre estamos contando lo que nos ha ocurrido, un instante, una mirada, un encuentro, ¿Por qué nos contamos? Es como si necesitáramos detener la vida, rebobinarla y volverla a ver, porque la vida va tan rauda, que se nos escapa y todo se acaba. Nos contamos para detener esa vida un instante y decir: esto me ocurrió, aquí estuve, esto pasó, si es que ha pasado; incluso mentimos, nos mejoramos en esa vida que no logramos hacer como hubiéramos querido que fuera.

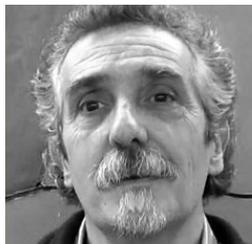
El artista crea obras en vez de contar solo lo que le pasa, y con eso, les devuelve a los demás la herida, que, de algún

modo, por ser artista, lleva. Porque el artista es aquel que está herido por la vida, y no le basta vivir, sino que tiene que hacer una obra. Y ¿por qué entonces el público debe venir a ver a alguien que le está devolviendo una herida? Porque nosotros devolvemos la herida a través de la verdad y la belleza. Cuando en la obra creamos una síntesis que el público reconoce, lo que estamos haciendo es devolverle algo para que lo vea en su luz más íntima, que es la luz de la poesía.

Alejo Durán, el rey del vallenato, era un campesino ignorante al que le regalaron un acordeón y aprendió a tocarlo estando ya mayor, y en uno de los concursos de vallenato se equivocó en escena frente a cientos de personas, se detuvo, miró al público y dijo: pueblo, me equivoqué. Es que el origen de la palabra *público* es *pueblo*.



# Café con JORGE DUBATTI



*Profesor universitario, crítico e historiador teatral argentino. Entre sus principales aportes a la teatrología se cuentan sus propuestas teóricas de filosofía del teatro, teatro comparado y cartografía teatral, en las que ha sido pionero. Es doctor en Historia y Teoría del Arte por la Universidad de Buenos Aires. Ganó el Premio de la Academia Argentina de Letras 1989 al mejor egresado de la Universidad de Buenos Aires, y el Premio Konex 2007 y 2017. Ha publicado importantes libros*

*sobre teatro argentino y universal. Desarrolla sus actividades de docencia e investigación en la Universidad de Buenos Aires. Es director del Instituto de Artes del Espectáculo Dr. Raúl H. Castagnino de la Universidad de Buenos Aires. Coordina el Área de Investigaciones en Ciencias del Arte (AICA) en el Centro Cultural de la Cooperación. Fundó y dirige desde 2001 la Escuela de Espectadores de Buenos Aires. Es director general del Aula del Espectador de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM). Ha contribuido a abrir veintisiete escuelas de espectadores en la Argentina y diversos países.*

\* \* \*

**Guevara:** ¿Cómo ha sido este fenómeno de las escuelas de espectadores, que ya son veintisiete por todo el mundo?

**Dubatti:** Las escuelas de espectadores son un espacio que llegó para quedarse. Cuando yo empecé, en 2001, nadie entendía qué era eso. De hecho, yo puse un aviso en *Página 12*<sup>2</sup> con el teléfono de mi casa, para que la gente llamara a inscribirse, y la agente que llamaba se me reía. Me decía: ¿para ser espectador hay que estudiar? Vos sos un chanta,<sup>3</sup> y me colgaban. Costó mucho el arranque, porque no se entendía lo que era una escuela de espectadores, pero hoy estos espacios de formación son agenda de gobierno.

---

2 Diario argentino.

3 Voz del lunfardo: persona no confiable, tramposa, irresponsable. Fanfarrón, que le gusta hacer alarde de los conocimientos o de las relaciones que en realidad no tiene, o jactarse de lo que no es.

**Guevara:** ¿Cuándo entendió usted que era importante hacer una escuela de espectadores?

**Dubatti:** En Buenos Aires, desde la década de los sesenta, funcionan unos grupos que contratan a un coordinador para que les diga qué obra ir a ver y después se encuentran en las casas de amigos a charlar, una hora y media, sobre la obra que vieron y a cenar; es como una reunión social. Yo empecé a trabajar como coordinador de esos grupos a principios de los noventa y me fue muy bien: muchos grupos me pedían como coordinador, y al mismo tiempo, mucha gente me decía que quería entrar a estos grupos, pero eran grupos cerrados, lo que llamamos esotéricos, que etimológicamente quiere decir ‘de puertas adentro’. Entonces empecé a advertir una demanda exotérica y pensé que había que hacer eso mismo, pero en un lugar abierto, donde pudiera entrar cualquiera. Empecé con grupos muy pequeños en 2001: primero éramos ocho, a fin de año éramos veinte, a principio de 2002 ya éramos cuarenta. Todo esto, a pesar de la crisis de Argentina, que en 2001 vivió el estallido de la caída del gobierno de La Rúa, el corralito y el fin del ciclo del neoliberalismo menemista. En el año 2007 ya éramos 340 personas.

\* \* \*

### *Ponencia de Jorge Dubatti*

El espectador fue durante mucho tiempo, en Argentina, una gran omisión: no se lo tenía en cuenta, o se lo tenía en cuenta

bajo ciertos rótulos, como el de *receptor*, en el que no cabía la idea de actividad, como en el de cliente o como en el de consumidor, y se tenía de él una imagen numérica. Había una suerte de ubicación del espectador en un cono de sombra, pero de pronto se empezó a producir un movimiento de reivindicación y autorreivindicación, muy ligado a procesos de empoderamiento. El espectador, del que sabíamos muy poco, comenzó a asumirse como un sujeto complejo, y empezamos a preguntarnos por el espectador real: no por el imaginado, sino por el que se sienta en la butaca.

Este empoderamiento se da a través de los medios digitales: los espectadores empiezan a tomar la palabra, escriben en blogs y en Instagram, utilizan los teléfonos móviles, crean páginas de Facebook, opinan en los espacios habilitados, como Alternativa Teatral,<sup>4</sup> donde hay un espacio denominado “Opiniones del público”, y es interesante ver, por ejemplo, que *Terrenal*, de Mauricio Kartun, ya superó las 3000 opiniones. Al mismo tiempo que se produce este empoderamiento de los espectadores, empieza un decrecimiento del discurso crítico de autoridad en los medios masivos. El centimetrage para la crítica del teatro en la prensa escrita se redujo. Creció el de cine, el de la música y el de la televisión, pero el del teatro se desplazó hacia otro lugar, y el espectador se empoderó de ese lugar desde los distintos medios digitales. Yo le llamo a esto un fenómeno de democratización de la crítica.

---

<sup>4</sup> Puede consultarse en [www.alternivateatral.com](http://www.alternivateatral.com)

En 1986, cuando era un crítico muy jovencito, era el tesoro de la Asociación de Críticos, en la que estaban todos los críticos de autoridad, y me dolía la mandíbula de no hablar. Si hablaban los críticos de autoridad, vos te tenías que callar la boca, porque “los que sabían eran los críticos de autoridad”. Hoy soy secretario de relaciones internacionales en la Asociación Argentina de Investigación y Crítica Teatral (Aincrit), donde somos casi seiscientos críticos. La presidenta, la vicepresidente y la secretaria general son más jóvenes que yo; se supone que yo soy el decano, pero nadie me da pelota.<sup>5</sup> Hemos pasado de la omisión al empoderamiento, y la consecuencia es la democratización. Estamos ante un nuevo protagonismo de los espectadores y debemos trabajar dentro de la ola de ese protagonismo.

¿Quién es el espectador o cómo se hace un espectador? La palabra *espectador* viene del latín *spectare*, que quiere decir ‘observar atentamente a la espera de que algo aparezca o suceda’. Cuando decimos *espectador* usamos la raíz que viene de *spectare*, pero cuando decimos *expectación*, nos vamos a otro verbo latino que es *ex-spectare*, es decir, se le agrega el prefijo *ex*, que quiere decir ‘hacia afuera’ o ‘desde afuera’. Entonces, la *expectación* sería, en términos etimológicos, “observar atentamente a la espera de que algo ocurra, desde afuera”. Estas palabras generan la ilusión de que, el que observa el acontecimiento, no está adentro. Esto es un elemento de la modernidad, muy racionalista, porque cuando uno se remite

---

<sup>5</sup> Expresión coloquial argentina similar a la expresión colombiana “nadie me para bolas”: nadie me presta atención.

a la historia se da cuenta de que esto nunca pasó. Hay un desfase<sup>6</sup> entre la historia del espectador real y los espectadores pensados en términos racionales.

Veamos cuatro imágenes de la historia del espectador:<sup>7</sup>



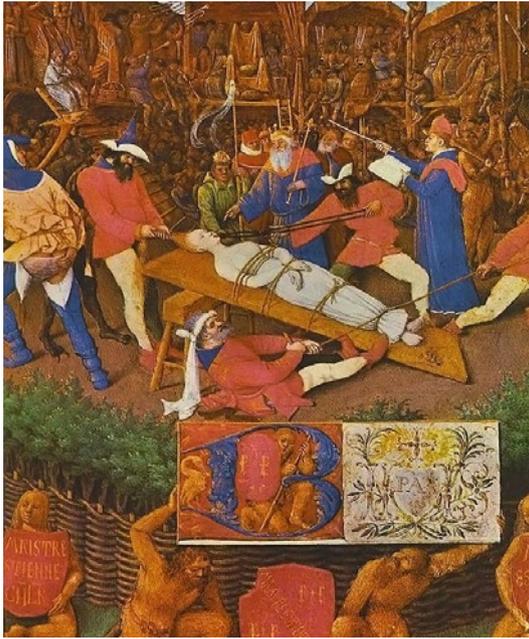
*El vaso de Sóphros* es la única cerámica que conservamos de los espectadores en la Grecia antigua. Se conserva una enorme cantidad de imágenes o ilustraciones de actores, máscaras, escenas de representación, pero la única donde se ve a los espectadores es esta.

---

6 Desfase o desajuste.

7 Jorge Dubatti está escribiendo precisamente un libro sobre la historia del espectador. El primer tomo será publicado muy pronto en España por la editorial Punto de Vista.

Lo primero que llama la atención es que todos son hombres; pareciera que las mujeres en el siglo v aún no iban a teatro; el primer dato fehaciente que tenemos de la mujer como espectadora es del siglo iv a. C. en Grecia. Lo segundo es que no se ven expectando: tienen la boca abierta, uno está levantando un palo, otros están con los brazos arriba, todos tienen una actitud enérgica claramente participativa. Parece una hinchada de fútbol; de hecho, se discutió mucho si esto era un acontecimiento teatral o deportivo. Platón, en su libro *Leyes*, decía que había que tener mucho cuidado con la *teatrocracia*, que consistía en que los públicos dominaban las ceremonias de las fiestas de Dionisio, pues parece que el público se portaba muy mal, armaba unos quilombos impresionantes, interviniendo y sabotando los espectáculos. Nosotros nos imaginamos 5000 personas calladitas, escuchando atentamente los versos de Esquilo, pero parece que no era así; por eso Platón dice que había que educar al público, porque no se podía continuar de esa manera. Esto demuestra que el espectador era un sujeto participativo en el acontecimiento teatral de los siglos v y iv a. C.



En el siglo xv, en Francia, Jean Fouquet pintó la famosa iluminación *El martirio de santa Apolonia*, la santa a la que martirizaron arrancándole los dientes.<sup>8</sup> Esta pintura es una representación teatral. En primer plano vemos a los actores representando el martirio, también vemos que santa Polonia es una mujer, o sea que ya hay mujeres actuando. Por otro lado, vemos al director con el consuetudo en la mano y una batuta. No es el director en el sentido moderno, sino su antecedente, lo que antes se llamaba el mánager. Al lado vemos al

---

<sup>8</sup> Considerada la santa de los odontólogos.

bufón tocándose el culo que lleva al aire. Esto pone en evidencia un concepto carnavalesco de la escena, donde conviven el director, el bufón y la representación solemne del martirio, que, se supone, quería producir espectadores imbuidos del sentimiento sagrado del catolicismo.

Lo más interesante está en la parte de atrás, donde se encuentran mezclados los espectadores con los actores. No vamos a poder definir quién es el espectador y quién es el actor, pues estaban en el mismo espacio liminal. Algunos son reconocibles, pero volvemos a lo mismo: el espectador era un sujeto activo participante en un espacio liminal y no tenía el rol que hoy le atribuimos con el *ex-spectare*.



Esta imagen del siglo XVI, el *Ballet Comique de la Reine, La Maga Circe y la captura de sus prisioneros* es una representación en la corte del rey Enrique III. Este *ballet de cour*, hecho con gran maquinaria y lujo, cuenta que, estando en el jardín de Circe, un prisionero (que es el coreógrafo y músico que hizo la obra) se le acerca al rey y le dice: “¡Por favor, libérennos de la prisión de Circe!”. El rey los libera, pero Circe aparece montada en un águila y los vuelve a hechizar. Luego aparece Apolo montado en una especie de dragón, hechiza a Circe y se la lleva al rey, a quien le pide que la mantenga prisionera. De pronto, el rey reanima a Circe y se ponen a bailar todos en un típico *ballet* en el que uno de los que bailan es el propio rey Enrique III. Aunque vemos más claro el espacio de los espectadores y el espacio de la representación, volvemos a la idea de liminalidad, a la pérdida del límite, a la ruptura de las fronteras. El espectador, tal como lo entendemos en el mundo moderno, nunca existió en la historia del teatro. Entonces, ¿a qué llamamos *espectador*?



En este cuadro de Giovanni Paolo Pannini, del siglo XVIII, *Fiesta musical dada por el cardenal de la Rochefoucauld en el teatro Argentina de Roma*, vemos ya una estructura a la italiana, con la ubicación de los espectadores en un lugar específico. Sin embargo, encontramos más de doscientas situaciones de expectación. En un costado hay un tipo sirviendo bebidas, en el otro costado hay gente charlando sin mirar el espectáculo, en otro lugar hay un tipo leyendo con las patas levantadas sobre la butaca de adelante y hay un perro dando vueltas por ahí. En la parte de abajo todos son hombres, pero en los palcos hay muchas mujeres que no están mirando la escena, sino al palco del frente o a la platea. Este cuadro pone en evidencia que, si bien existía ya el proyecto moderno de separar la escena del espectador, el comportamiento del público seguía siendo liminal, porque se apropiaba del espacio para transformarlo en un espacio festivo, de diálogo o de encuentro social.

Propongo un cambio en los conceptos, comenzando a ver al espectador desde su comportamiento real:

- La expectación la podemos definir como una acción que no es solo del espectador como tal: el técnico también espera, el actor, el que está tras escena, etc. En el convivio teatral, la expectación es una acción circulante entre todos los agentes del acontecimiento.
- El espectador es más que espectador: es creador, es activo en la construcción del acontecimiento y cambia el convivio. Esencialmente, el teatro es el *otro*. Vamos al teatro a encontrarnos con el otro, lo que Emmanuel

Lévinas llama una “ética de la alteridad”. Para que haya teatro debe haber por lo menos dos. Me vi obligado a proponer una teoría del convivio porque una misma obra cambia de acuerdo con el público y las circunstancias. Puedo dar mil ejemplos, pues vivo coleccionando comportamientos de públicos en los acontecimientos teatrales y me encanta ir a funciones donde la misma obra se presenta en la noche para público adulto y en la tarde para público adolescente. Por ejemplo, si vas a *La casa de Bernarda Alba*<sup>9</sup> a las nueve de la noche en el teatro San Martín, todo es silencioso, los acomodadores tienen actitud caballeresca, huele a perfumes varios (los olores son muy importantes en el convivio), encuentras gente culta de clase media que asiste a este acto social, y hay una escena de la abuela que es representada por la actriz Lucrecia Capello, en la que aparece desnuda diciendo un discurso erótico. Pero a las dos de la tarde, en pleno sol, entro al teatro y lo primero que me encuentro es que el acomodador está desahuciado, hay 1200 adolescentes que no le están dando bolas, sacan sándwiches con coca-cola, y huele a gente en hormonalidad estallante que no se baña. Empieza el espectáculo y es como si no empezara. Los chicos gritan, la actriz detiene la obra para que hagan silencio, y luego, en la escena erótica de la

---

9 Obra del dramaturgo Federico García Lorca, bajo la dirección de Vivi Tellas. Buenos Aires.

abuela, en lugar de aparecer desnuda, aparece la actriz vestida con un bata del cuello hasta los pies. La bata es la comprobación de que el convivio cambia la obra. El espectador es tan protagonista como lo que sucede en escena.

- *Espectador* es una palabra general. No podemos usar esta palabra por sí sola, pues resulta engañosa. Tenemos que acompañarla con un adjetivo o con otro sustantivo que de alguna manera desambigüe lo que está pasando en el rol del espectador. Por ejemplo, en el caso de la tragedia hablamos de un espectador ritual, en el caso del teatro medieval hablamos de un espectador liminal, en el caso del espectador del siglo XVI es un espectador cortesano.
- El espectador contemporáneo de alguna manera está recuperando la dimensión originaria de los espectadores, un espectador creador, filósofo, gestor, crítico y multiplicador, asumido desde un rol participativo.<sup>10</sup>

---

10 Se acaba de abrir la primera Asociación Argentina de Espectadores de Teatro y Artes Escénicas (Aetae), lo cual es una señal de posicionamiento del espectador como sujeto activo y participativo. Se puede consultar en internet el *Manifiesto del espectador-crítico de teatro y artes escénicas*. <https://fervor.com.ar/manifiesto-del-espectador-critico-teatral/>

Proyecta la escena/ *El público: protagonista de la experiencia teatral*



Para cerrar, quiero hablar de la Escuela de Espectadores. En la Escuela de Espectadores nos reunimos todos los lunes, y el último lunes de diciembre es la entrega de premios. En las imágenes podemos ver a los espectadores entregando los premios a los artistas; en las primeras filas vemos a varios teatreros que han pasado por las escuelas. En la escuela se recomienda, por ejemplo, ir a ver la obra de César Brie, y veinte días después va César Brie a la escuela. Entre Europa y Latinoamérica ya son veintisiete escuelas. Cada escuela es distinta, no reproduce un modelo, funciona de acuerdo con su territorialidad, con las obras que ve y su relación con otros campos.

La escuela de espectadores cumple varias funciones:

- Informar dónde está lo que el público no se puede perder. Esto es, guiar a los espectadores en una ciudad como Buenos Aires, donde hay cuatrocientas presentaciones en una misma noche.
- Brindar herramientas a los espectadores. Yo defiendo la palabra *escuela*, no en el sentido verticalista, sino todo lo contrario. La palabra *estudio* viene del latín, y quiere decir ‘desear’; por tanto, un coordinador de la escuela de espectadores tiene el rol de estimular, de ser un *maestro ignorante* que te pone en paridad, no un *pedagogo embrutecedor*.<sup>11</sup>

---

11 Conceptos de Jacques Rancière sobre la dualidad que se da entre el maestro embrutecedor y el maestro emancipador.

- Entonces, hay algo muy interesante en la escuela de espectadores, y es lo que llamaría una dimensión utópica: la construcción de una dinámica del espectador que sea amigable, disponible, con la cabeza abierta, que no pida siempre milanesa con papas fritas; por el contrario, que tenga un paladar muy amplio. Un espectador con capacidad de escucha, politeísta. No un *espectador emancipado*, como dice Rancière, sino un espectador compañero. Si el teatro es el otro, si realmente una metafísica del teatro es la ética de la alteridad, el modelo utópico de una escuela de espectadores es un espectador compañero, del latín *cumpanis*, que significa ‘el que comparte el pan con el otro’.

# Café

## con FERNANDO VICARIO



*Licenciado en Ciencias de la Información y magíster en Altos Estudios Iberoamericanos por la Universidad Complutense de Madrid. Es profesor de la Universidad Jorge Tadeo Lozano y de la EAN de Bogotá y Flaco de Buenos Aires, además de secretario general de la Red Académica de Valor Compartido de la OEI y la Cámara de Comercio de Bogotá. Ha sido director de los primeros centros culturales españoles en Latinoamérica. Coordinador cultural del Convenio Andrés Bello, en donde fue*

*segundo secretario general. Asesor de la Agencia Española de Cooperación, donde coordinó la estrategia de Cultura y Desarrollo, la colección de publicaciones que lleva el mismo título y los productos de comunicación entre 2004 y 2008. Ha sido director del Área de Cultura en la Organización de Estados Iberoamericanos (OEI) hasta 2012. Desde ese año reside en Colombia y dirige la empresa Consultores Culturales. Ha realizado trabajos de consultoría en el diagnóstico cultural de Colombia y el programa Emprende Cultura para la prosperidad en Belo Horizonte, Brasil. Ha prestado asesoría al Consejo Nacional de Cinematografía en Ecuador. Como consultor ha colaborado con el programa de Industrias Creativas en Buenos Aires y el programa de Chile Creativo, en Santiago de Chile. En la actualidad prepara dos investigaciones sobre públicos y consumos culturales en Medellín y Bogotá.*

\* \* \*

**Guevara:** ¿Por qué su interés en la cultura?

**Vicario:** Cuando era joven me gustaba mucho el cine. Me escapaba de clase para ir al cine Morasol, que quedaba junto a mi colegio. El teatro lo descubrí tarde y me produjo una fascinación total; más tarde descubrí las artes plásticas y ahora he descubierto la danza contemporánea, y me ha costado mucho entrar en ella, pero conforme voy entrando me fascina cada vez más. La cultura me ha descubierto lenguajes que no sabía que existían y posibilidades de entender la humanidad de otras maneras.

Hay una teoría que tienen muchos críticos de arte y muchos constructores culturales, y que es muy cierta, según la cual el contexto importa mucho en lo que se crea y en cómo se crea; pero de pronto aparece un curador en el Museo del

Prado, en Madrid, con una exposición que se titula “Miradas paralelas”, y dice que no importa tanto el contexto territorial, sino otros contextos. Plantea miradas paralelas entre Velázquez y Rubens y muestra cómo retratan la pobreza de la misma forma, con los mismos encuadres, contando las casas, las calles, la miseria, con una mirada muy parecida. Esta curaduría realizada para explicarnos que son otros los contextos que importan, aún me pone la carne de gallina. La cultura tiene otras formas de contar la vida, porque quizá con la palabra nos quedamos cortos.

Llegué a la gestión cultural porque fracasé como director de cine. Luego me dediqué a la publicidad, pero hice una primera película, *Ópera prima*, con Fernando Trueba, y funcionó muy bien. Luego quise hacer una segunda película y fracasé totalmente, arruiné a mi familia y amigos. Entonces pensé en que debía dedicarme a un trabajo que me diera dinero, y me dediqué a la gestión cultural.

Me fascina el tema de la cooperación internacional y el trabajo que lleva la cultura más allá de sus fronteras. Los que trabajamos en cultura a veces somos localistas y endogámicos y vivimos muy dentro de nuestro mundo y nuestros conceptos; me gusta cuando de pronto salimos y entendemos que la cultura es un proceso que no tiene fronteras ni límites, que aun siendo importantísimos los territorios, tenemos una capacidad de hibridación, de mezcla, de mixturación. Hay una idea que me gustaría que fuera debatida por ustedes: las culturas no dialogan; han nacido para ser los reductos en los que cada uno de los territorios se encierra y enferma de sí mismo, pero al mismo tiempo los actores de las culturas se dan cuenta

de que esas culturas están enfermando de sí mismas y necesitan salir. Entonces se producen los mestizajes, esa capacidad de hibridar con el otro, y esto es lo maravilloso de las culturas. Por eso me gusta mucho la cooperación y el trabajo de interacción cultural y de interacción en las disciplinas culturales, cuando no sabes muy bien si el cine es cine o es transmedia, si el teatro es calle, política urbana, trabajo de transición, de transacción, de traslapación; cuando no sabes muy bien si lo que estás haciendo es teatro, es interpretación o un trocito de vida; cuando no sabes si la vida es sueño y los sueños, sueños son.

El artista se debe a la obra; el gestor cultural se debe al público y tiene que ser mediador entre el artista y el público. Conocer a los públicos me fascina, sobre todo en esta época en la que los públicos no saben muy bien lo que les gusta y lo que no, lo que les seduce y lo que no, o lo que les están ofreciendo; entonces, el gestor debe traducir los lenguajes y trasladarlos a los públicos. El gestor tiene una responsabilidad política, no ideológica, que solo puede transmitir a partir de la cultura, y que está por encima de las responsabilidades circunstanciales de los ministerios. Un gestor cultural tiene la responsabilidad de imaginar y diseñar el tipo de país al que queremos llegar; de diseñar modos de convivencia, esto es, modos de estar juntos, formas de desarrollarnos, de crecer y colaborar para construir una utopía común.

\* \* \*

## *Ponencia de Fernando Vicario*

Desde hace mucho tiempo nosotros somos público, desde que existe la necesidad de contarnos historias. Los escenarios de los públicos siguen siendo los mismos, pero los espacios en los que trabajan los actores ahora combinan muchísimas cosas y hay que ver qué es lo que seduce. Encuentro varias tensiones que se están dando en estos momentos en el mundo de las artes escénicas, y me voy a permitir plantear algunas estrategias,<sup>12</sup> que ojalá sean debatidas por ustedes:



Los gestores culturales  
(animadores, productores,  
programadores, distribuidores,  
exhibidores, etc.)

LOS PÚBLICOS

### *Primera tensión: muy tensa*



Los artistas (creadores,  
creadores, creadores, crea-  
dores, etc.) LA OBRA



¿Qué sucede cuando un  
creador tiene que ser a la  
vez gestor...? ¿Qué priorizar?

---

<sup>12</sup> Las imágenes de esta sección fueron proyectadas por Fernando Vicario durante su discurso.

Esta tensión surge cuando un creador tiene que ser a la vez gestor cultural. En casi todos los grupos pequeños de teatro sucede que los artistas, después de escribir la obra, dirigirla y actuarla, tienen que salir a venderla. Esto es una crueldad, es como si un dentista tuviera que salir a atender el consultorio, a hacer de enfermera y de recepcionista y que además le dijeran que lo hiciera gratis, por amor a la odontología.

***Segunda  
tensión:  
casi como en  
los tiempos  
actuales***



La experiencia teatral como un hecho cultural. Denso, sólido, complejo.



La experiencia teatral como un hecho comercial. Fluido, líquido, un poco vacío de complejidades.



¿Se puede lograr el diálogo de los dos espacios?



Gestores jóvenes obsesionados con el *marketing*, los datos y con convertir esto en audiencias.



Gestores viejos peleando por no dejar totalmente la cultura en manos del mercado.

Esta segunda tensión nos presenta la experiencia teatral como un hecho cultural complejo, sólido, pero a la vez como un hecho comercial, líquido. ¿Se podría lograr el diálogo entre ambos hechos? También nos presenta al joven gestor obsesionado con transformar los datos en espectadores y al viejo gestor peleando por no dejar la cultura en manos del mercado. En España me regalaron un libro muy grueso que explica cómo transformar los datos en público. ¡Maravilloso! Pero también lo tiene Movistar, Carulla y el Corte Inglés. Claro que es necesario, pero no puede ser imprescindible. En la oficina me llaman *naranjuelo*, porque soy el asesor en economía naranja en la Organización de Estados Suramericanos. Y si me preguntan qué es eso de la economía naranja, digo que es una neura, es un desdoblamiento de la personalidad, porque en el fondo, la gestión cultural es un encargo social. La sociedad nos encarga dos cosas fundamentales: mantener el pasado, esto es, salvar el patrimonio, conservar las identidades y estructurar la memoria, pero al mismo tiempo nos encarga romper con todo eso y ser innovadores y creativos.

En teatro hay que saber compaginar el mundo de las bases de datos con la necesidad de mantener la calidad. Hay gestores que a veces confunden el concepto de *éxito* con el de *dinero*, pero ¿qué es más importante: llevar mucho público al teatro o que el público que asiste salga realmente transformado? ¿O una mezcla de las dos? Esto produce la tercera tensión:

***Tercera  
tensión:  
muy  
compleja***



La pereza... Movilidad, seguridad, incomodidad, falta de garantías sobre calidad, horarios, etc.



La pobreza... Accesos de todo tipo, pero sobre todo económicos, recursos que hay que movilizar, conocimiento de artistas, de géneros, de obras, etc.



Frente a miles de ofertas culturales cómodas, constantes, asequibles



**La propuesta tiene que ser valiente porque se busca gente valiente**

Tenemos que lidiar con la pereza de los espectadores, por ejemplo, en relación con la movilidad. Imagínense salir a las once de la noche del Teatro Mayor Julio Mario Santo Domingo, sin carro, o salir caminando a esa hora del teatro Jorge Eliécer Gaitán. A esto hay que sumarle el hecho de que no debemos confundir la austeridad con la falta de respeto al pote<sup>13</sup> de

---

13 Trasero.

los espectadores, porque recuerdo que ayer alguien contó que había ido a un teatro y lo habían sentado en una banqueta, y la obra duraba tres horas, pero a la media hora ya tenía un dolor de poto espantoso. Por otra parte, los horarios... Todas estas cosas constituyen pereza, y a esto se le suma la pobreza en los accesos de todo tipo. Brindar la posibilidad de acceso a los espectadores no solamente es construir plataformas: significa también construir guías para que sepan quiénes son los actores, quién es el autor, de qué va la obra, para que el actor-público tenga idea y vaya con capacidad de entender mejor.

Frente a esto hay miles de ofertas culturales cómodas constantes y accesibles. Les recomiendo el libro *La cultura en el mundo de la modernidad líquida* (Bauman, 2013), en el que, de pronto, el autor contradice todo lo que por muchos años había dicho sobre sí mismo y sobre la cultura, en su libro *La cultura como praxis* (Bauman, 2012), que había escrito en los años cincuenta y reescrito a finales de los noventa. Entonces, un periodista le pregunta: ¿por qué nos ha expuesto tres teorías distintas sobre la cultura en tres momentos diferentes?, y él responde: Precisamente porque eso es lo que está haciendo la cultura, decirnos cosas distintas cada día, y yo tengo que estar muy al tanto. Por ejemplo, Vargas Llosa, en *La civilización del espectáculo* (2009), se enfrenta a la vaciedad de la cultura, y lo que la gente le ha contestado es que esta es la civilización que tenemos y lo que hay que hacer es justamente construir contenidos en estos modos de consumir, en lugar de enfadarnos con ellos.

La propuesta frente a esta tensión tiene que ser valiente, porque se busca gente valiente, dispuesta a superar estas condiciones de pereza y pobreza; y nuestras propuestas a veces no son lo suficientemente valientes.

***Cuarta  
tensión:  
esto va  
de mal en  
peor, es casi  
insalvable...***



Políticas culturales monolíticas, ancestrales, de la Ilustración, y financiando siempre lo mismo: reproducción, producción y poco más.



La vida cultural cambiante, inestable, pseudodigitalizada, nostálgica, histórica y demandando recursos para la distribución, la circulación, la exhibición, y espacios culturales ágiles, cambiantes, inestables y pseudodigitalizados.

Hay una gran dicotomía en este momento entre la vida cultural de la gente y las políticas culturales de las instituciones. La gente quiere que le faciliten los accesos. En el campo del cine, por ejemplo, Colombia está produciendo en el último año 44 películas, solamente 15 han estado en cartelera y cinco han conseguido más de cinco millones de pesos. ¿Qué pasó con las otras películas, pues no tenemos dónde encontrarlas?

A mi proveedor de cine pirata, que me consigue toda clase de cine exclusivo, le pregunté por películas colombianas, y me contestó que no tiene, porque ese cine no se vende. Tenemos políticas culturales que financian siempre lo mismo, financian la producción, y los productores tienen suficiente con saber que les están financiando la película, porque ya tienen el apoyo. Esto que estoy diciendo es fundamentalmente provocador, para que ustedes lo debatan.

¿Dónde están las políticas culturales de los museos? El Museo de Brooklyn, por ejemplo, permite a los niños interactuar con la obra, tocarla, incluso entrar comiendo. Esto para los puristas es un choque, pues creen que a los museos prácticamente hay que entrar de rodillas a ver a san Velázquez y a san Goya, y no se permite hablar en voz alta. En el Museo de Brooklyn hicieron una exposición de zapatillas, de grafitis, de cómo comen los africanos, mientras que en el Museo Nacional, al que fui hace tres meses, encontré dos reproducciones de afrodescendientes, solo dos, en un país que tiene más de un 16% de población afrodescendiente. Entonces, ¿sirven realmente los museos para contar el tipo de historia que tenemos? ¿O la que queremos recordar? ¿Dónde está ese encuentro entre la vida cultural y las políticas culturales? ¿Dónde está el encuentro entre la economía naranja y lo que hace la gente para sobrevivir?

*Una tensión doméstica, muy colombiana, y especialmente bogotana*

**La falta de información.**

La total falta de información para el nuevo espectador.

- No informamos porque en este país todo el mundo tiene enemigos y no es bueno dar papaya.
- No informamos porque no lo sabemos hacer, y por eso hablamos de hacerlo... sin hacerlo.
- No informamos porque nos da mucha pereza todo lo que implica informar.
- Somos artistas: no es lo nuestro...
- Somos gestores: tenemos que coordinar muchas cosas...

Hay muchas razones para decir por qué no informamos, pero tenemos que plantearnos estrategias de información para atrapar públicos, para seducir nuevos públicos. La página de *Kiosko Teatral* es muy interesante, pero está pensada más para gente de teatro. Entonces ¿cómo atrapar públicos que vengan de otras especialidades culturales? Por ejemplo, poner en marcha un proyecto como *GO. Guía del Ocio*, donde están los cines, las salas de teatro, las galerías de arte, las librerías, las conferencias, la vida cultural de las universidades. Las redes se han convertido en nuestro microclima, por eso en ellas también debemos tener al que no piensa como nosotros,

porque también tenemos que hablar con él, atraerlo, sobre todo si nos dedicamos a esto de la cultura, si defendemos esto de la diversidad, de la aceptación de los diferentes. Tengo algunas propuestas, a modo de sugerencia, para cada una de estas tensiones:

### 1.

- Vamos a repartir funciones: zapatero a tus zapatos. Entonces me van a decir que no tenemos presupuesto y yo les voy a responder: ¿Tenemos que seguir siendo un sector acostumbrado a vivir eternamente sin presupuestos, o vamos a reivindicar que somos una profesión pensada para cambiar sociedades? Y para hacerlo con la mayor calidad posible hace falta dinero. El discurso permanente del gestor cultural es que siempre le quitan el presupuesto al área de cultura, pero los estudiantes de las universidades no saben ni siquiera cómo se hacen los presupuestos del Estado; ellos no saben que los presupuestos de cultura tienen que entrar en los presupuestos del Estado con argumentos de Estado. Por eso tenemos que aprender a reivindicarnos en el Congreso, en el Senado y en los demás espacios políticos, porque somos una profesión política, tenemos una responsabilidad política de transformación social. Mirar hacia atrás, ver lo que no ha salido bien y tratar de hacerlo mejor, por medio de la cultura, es un encargo importantísimo que requiere de especialistas. Los artistas son artistas, y los gestores son gestores.

- ¿Un artista no puede ser gestor? Naturalmente que sí, todo el mundo puede ser gestor, siempre y cuando aprenda cuáles son los condicionantes de esta profesión, comprenda qué es lo que implica llevar las políticas culturales de un país, y las responsabilidades económicas industriales tan fuertes que esto acarrea. Por ello hay que tener especialistas tanto en gestión como en creación.

## 2.

- Los nuevos tiempos y las viejas soluciones: vender a nuevos y a viejos espectadores. Hacen falta bases de datos, formación y fidelización de públicos, constancia y presencia, técnicas de *neuromarketing*, pero sin olvidar que hay que innovar, pensar en la diversidad, asumir riesgos, proponer, estudiar y servir de experiencia única y apetecible a los espectadores. Lo uno sin lo otro, y lo otro sin lo uno, están llamados al fracaso. Entonces, tenemos que aprender a coordinar y convivir entre lo viejo y lo nuevo. ¿Qué es el presente? Es estar aquí en estos momentos, claro, pero la mecánica cuántica es imprescindible para entender qué es el presente. El presente no es, no está, no existe. Yo estoy aquí porque ustedes me ven, pero no estoy aquí para el resto de Bogotá que no me ve. Las partículas están y no están al mismo tiempo. Que estén o no estén depende de cómo se proyectan y de cómo se lanzan, de dónde vienen y hacia dónde van, de quién las toca y de cómo esa

mirada trastoca su circuito y su movimiento. Entonces nosotros tenemos que entender que este presente en el que estamos ahora mismo es la suma de todos los pasados, acertados y equivocados, y de todos los futuros a los que queremos llegar. No es nada más que un proceso de movimiento en el que estamos trasladándonos, poniendo en marcha nuestros pasados y activando nuestras memorias para ver qué tipo de futuro queremos construir.

- Las viejas soluciones para los nuevos tiempos, veamos cómo las ponemos a funcionar ahora. En el fondo no hay nada distinto entre la cultura oral que llevaban nuestras comunidades indígenas y el WhatsApp de hoy. El WhatsApp es cultura oral, con errores de ortografía que antes eran fonéticos. Siempre hemos buscado lo mismo: entendernos.

### 3.

- El territorio de la curiosidad es uno de los más fértiles y peligrosos: la curiosidad mató al gato. A mi gata Nieve le da igual la inmensidad del abismo que pueda haber delante de ella: ella tiene que ir a él, y yo creo que todos tenemos algo de Nieve. Cuántas noches hemos metido la pata, entrando a bares y tugurios, preguntándonos ¿qué hago aquí?, pero es que nos llamaba tanto la atención entrar... Esa curiosidad se va domesticando, aburriendo, porque encuentra pocas

propuestas diferentes. Es nuestra responsabilidad que esa curiosidad siga activa, que haya complicidad.

- Pertenece a unos grupos culturales y nos gusta que nos vean o no con esos grupos culturales. Este tipo de cosas tienen que estar presididas por el territorio de la coordinación. Tenemos que coordinarnos con otras disciplinas y acciones que construyen ciudadanía, porque en el fondo, ser buen espectador es ser buen ciudadano, y ser buen ciudadano me convierte en buen espectador. La vida teatral no solamente está en las salas de teatro: está en las calles, en todo lo que aprendo a mirar y en cómo me dejo ver por los demás. Si construyo ciudadanía, estoy construyendo espectadores comprometidos con un trabajo conjunto. Vean ustedes cómo cambió la carrera 15 cuando Mockus amplió las aceras: aprendimos a mirarnos porque no teníamos que mirar más el suelo para no caer en esos pozos infinitos. Que los espectadores aprendamos a mirarnos es fantástico y construye ciudadanía; esto es el territorio de la coordinación. Para ello tenemos que propiciar nuevos accesos, facilitar informaciones y hablar de la política de precios. Es verdad que hay gente que no va a teatro porque es muy caro, y es verdad que tenemos que replantearnos esto de la gratuidad. La gratuidad sirve a los políticos para ganar votos, pero ¿nos sirve a nosotros para ganar espectadores? Con la gratuidad le estoy diciendo a la gente que no pague por mi trabajo porque total me va a pagar la Alcaldía, porque yo vivo

de subvenciones. Claro, cuando no hay subvenciones, decimos qué ruina que es el Estado. Es que no hemos construido una política en la cual los espectadores se acostumbren a que mi talento y trabajo como gestor y creador vale.

#### 4.

- ¿La vida cultural de ustedes tiene algo que ver de verdad con la política cultural? No sé si esto es un matrimonio imprescindible o es un proceso para evitar un divorcio, no lo sé, no puedo decir mucho sobre esto. La política cultural de Bogotá en verdad es una magnífica política cultural, pero pregunto: ¿tiene algo que ver con la vida cultural que llevamos los ciudadanos? No tiene nada que ver. Me perdonan que esta idea quede así, pero trataremos de completarla. ¿Cómo convertirnos en un aliado imprescindible de la gente que consume cultura?

#### 5.

- No hay un solo modelo de espectador teatral. Debemos entender cómo miran aquellos que creemos que no saben mirar, intentar entender las otras formas como el público ve lo escénico. Cuando era joven, en España, ver algo que pudiera significar cierta ruptura con la política cultural del sistema de Franco era como una alabanza a la libertad. Empezó a llegar el cine francés,

y con él llegó el cineasta Jean-Luc Godard, que, para los intelectuales, los modernos y los progres, se convirtió en una bandera. De él llegó la película *Al final de la escapada*, y todo el mundo amaba a Godard, pero yo no lo entendía y me daba mucha vergüenza decirles a mis compañeros eso. Hasta que un día, al salir de cine me preguntaron, y yo respondí: ¡No sé si es que es una mierda o es que no lo he entendido! Qué alivio sentí de no tener que identificarme con la intelectualidad del momento. Entonces, la irreverencia, la expulsión de la culpa intelectual, el disfrute, pertenecen a la nueva forma de estar en un patio de butacas, y nos lo están diciendo los jóvenes todo el día.

*En lo puro no hay futuro  
la pureza está en la mezcla  
en la mezcla de lo puro  
que antes que puro fue mezcla.*<sup>14</sup>

---

14 Canción *En lo puro no hay futuro*, del grupo español Jarabe de Palo.

# Panel Temáticos



Presentamos los seis paneles temáticos en el orden en que se llevaron a cabo a lo largo de los tres días del seminario. Cada día se realizaron dos paneles con invitados especiales y un moderador.

# Primer panel

## REDESCUBRIENDO PÚBLICO **TA** TEATRAL

*Este panel aborda la figura del espectador como actor fundamental en el hecho teatral, en su rol de receptor activo de una experiencia escénica: su definición, sus funciones, sus privilegios, sus retos y qué esperan los teatristas de este agente fundamental en el diálogo entre escena-destinatario.*

## Panelistas



BRIÉ

**CÉSAR**

Actor, director, dramaturgo  
y escritor (Argentina)



ORTEGA

**ERIKA**

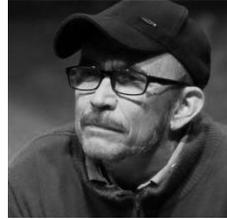
Actriz, directora y productora  
de la Corporación  
Producciones La Ventana



ARBELÁEZ

**OCTAVIO**

Director del Festival  
Internacional de Teatro de  
Manizales



BADILLO

**CÉSAR**

Actor del Teatro La Candelaria



GUEVARA

**WILLIAM**

**Moderador**

Director de la revista virtual  
*Kiosko Teatral*

**Guevara:** Para ustedes, ¿qué es el público?

**Ortega:** Para mí, el público es el amante. No pretendo formar público, sino seducirlo. Esta es la relación que he venido desarrollando para crear nuevas estrategias que hagan que nuestros espacios vivan. El público asiste a ver nuestras creaciones de manera libre, con ganas de lo que le provocamos. Entonces, yo quiero despertar en él justamente esa necesidad de repetir, como sucede con el amante: avivar ese impulso que no sabemos bien dónde se centra, pero que está ahí.

**Arbeláez:** Yo soy un lector de ustedes, un espectador de teatro que hace festivales y encuentros y que siempre se está preguntando por el público. Desde luego, los festivales están en la cresta de la ola, entonces las salas se llenan y todo es muy festivo, pero el asunto es ver si luego, en la cotidianidad, las personas van a teatro.

Vivimos en el mundo de las metáforas, y todos los procesos creativos tienen que ver con la construcción de metáforas. Pero el teatro, fundamentalmente, es una gran metáfora en la que todos, público y actores, somos cómplices por una noche, en una relación de amantes, en un momento único e irrepetible. Al día siguiente será otro el público, será otro amante.

**Brie:** El público es un testigo. Cuando comencé a hacer teatro, hacía un teatro espantoso, un teatro lleno de ideas que mostraba a la gente que tenía mis mismas ideas, o sea que estaba de acuerdo *a priori* con lo que les iba a decir. Tengo un maestro que comenzó a ser mi maestro el día en que había

hecho una función para un público cautivo, que estaba completamente de acuerdo con todo lo que le estaba diciendo, y justamente me acababa de elogiar. Entonces mi maestro me preguntó: ¿Vos querés ser un actor o un comediante? Yo le pregunté: ¿Cuál es la diferencia?, y él me dijo: El comediante quiere gustar; el actor quiere inquietar (Diderot, 1994). Yo lo pensé y le dije que quería ser un actor. Él me miró y me dijo: Vos sos un comediante.

Años más tarde, en una crisis muy profunda, en la que me jugaba todo, hice mi primera obra buena; hasta entonces había hecho solo porquerías que le gustaban a la gente. Pero esta vez mi maestro no quería venir a verme porque ya lo había decepcionado demasiado. Entonces lo amenacé con dejar de hablarle, y finalmente vino a verme. Cuando terminó la obra, él estaba conmovido y me dijo: Has entendido que el teatro es como la vida, y te comportás en el teatro como si estuvieras en la vida: todos te hemos creído. Pero ahora, con esta lucidez, tenés que entrar en el teatro, montar las grandes obras, montar a Shakespeare y a Chéjov. Te ganaste el derecho a comenzar.

**Badillo:** El público es un misterio y a la vez es algo muy concreto que necesitamos, no solo porque nos resuelva la economía, sino por la relación que establece con las obras. Es un misterio que tenemos que pensar a diario, cómo ganarlo, cómo inquietarlo, cómo no caer en la comedieta para atraerlo, pero tampoco construir un trascendentalismo aburrido. Por ejemplo, hay un fenómeno que ocurrió con un remontaje que hizo Patricia Ariza de la obra *Guadalupe años*

*sin cuenta*. Cada vez que se presenta, van cientos y cientos de personas, deja las arcas llenas y muchas ganancias para todos, pero no se trata solamente de una relación de dinero: allí hay una relación política y social con una memoria que se sigue construyendo.

**Guevara:** ¿Qué rol juega o le encantaría que jugara el espectador en ese diálogo, frente a esa propuesta que le hacemos en el escenario?

**Badillo:** Es difícil de medir, pero hay un algo que el espectador se lleva que es inasible y que depende de cada persona. Nosotros vamos a iniciar ahora un taller de apreciación teatral para crear teatrómanos, porque queremos saber qué es lo que pasa con el espectador, porque es un misterio, un motivo de investigación que hay que continuar.

**Brie:** Creo que no se trata de un verdadero diálogo. El actor está en una situación de poder, por un lado, y de fragilidad por otro. Nosotros sabemos a dónde vamos, pero el público no lo sabe. Tenemos poder sobre ese público y hay que ser muy respetuosos, porque lo estamos llevando a un lugar que él desconoce. Pero, al mismo tiempo, tenemos absoluta necesidad de un público, por la razón económica que dice Coco, ya que el público compra la obra, y no queremos reducir esta relación a la que hay con un cliente. Porque estamos dándonos a nosotros mismos con el cuerpo, la voz y el alma, pero no estamos juntos, porque en realidad yo estoy pidiéndoles que me miren; entonces, parte de mi acción es atraer su mirada.

En Argentina hay algo muy bello que es la Escuela de Espectadores, donde la gente paga por aprender a ver teatro. Dubatti les da las pautas y después los lleva a ver las obras de teatro. Y, aunque los espectadores sigan las pautas del maestro, no renuncian a sus propios gustos. Esto es algo muy bello. Por eso todos los artistas deseamos que Dubatti nos invite a la escuela.

**Ortega:** El espectador que está volviendo al circo es un espectador activo y muy exigente, que todavía cree que los artistas son superhumanos o que se inyectan cosas raras para convertirse en fenómenos como la mujer barbuda. Nuestro espacio es pequeño, íntimo, donde le alcanzan a caer al público las gotas de sudor del trapeceista, y el público lo disfruta porque es un espectador voyerista que goza de ver el sufrimiento de los artistas, pero también le gusta que lo revuelquen por dentro, que lo reten, lo sacudan y, por supuesto, que lo alimenten. Los espectadores van al espacio teatral, dancístico y circense a tomar de una fuente que les revitaliza el espíritu. Como artistas tenemos la corresponsabilidad de cuidar cuál es ese alimento que les estamos ofreciendo.

Estos espacios de interlocución con el espectador son vitales para seguir construyendo amantes del espectáculo en vivo, para hacer que el espectador forme parte, pueda contar y ser contado, y en esa medida sea más consciente de habitar estos espacios. Por ejemplo, hace unos días estuvimos presentando en un pueblo del eje cafetero *El deseo de Agustín*, una obra para público familiar, y coincidimos con que el pueblo estaba en ferias y fiestas. Pensé que no iría gente a ver el espectáculo, dada

la cantidad de oferta de entrada libre que había en el pueblo. Sin embargo, la función se llenó, y al finalizar, un señor que había asistido con toda su familia pidió la palabra y dio las gracias diciendo que él, sagradamente, llegaba del trabajo a ver televisión, pero que esta vez su mujer le insistió tanto en que viniera, y gracias a lo que presencié en la obra quiso hacer un compromiso con su familia delante de todo el pueblo: se sentará con ellos a mirarlos a los ojos y se despegará del televisor que lo ha distraído de lo que es realmente importante. Un espectador que nunca había ido a teatro y que la primera vez que asiste tiene este tipo de reflexiones, me hace agradecer la relación en la que un espectador activo reconoce la importancia de lo que nosotros cocinamos en el escenario.

**Arbeláez:** Se crean estrategias para enseñar al público a ver teatro, para llamar al público, pero a veces se olvida la calidad. ¿Cuál es la experiencia teatral que estamos ofreciendo? A veces el espectador llega a la sala sorteando todas las dificultades de transporte y de peligrosidad de la zona, y se encuentra la cafetería cerrada o un café feo. A veces pensamos que, porque somos artistas, el espectador está en la obligación de entendernos, y si no lo hace, es problema de él. Hay que seducir al espectador. Cuando se plantea una relación con el espectador, siempre se tiene que plantear en términos de experiencia. Es maravilloso lo que está pasando con las salas de Bogotá, que están más cómodas, más bellas y amables con el espectador, ya que no eran así hace algunos años. Sin embargo, deberíamos tener una relación más orgánica con el espectador, desde el aspecto formal y desde el conceptual.

En el caso argentino, que es emblemático, me invitaron a una reflexión sobre públicos, y yo les preguntaba: ¿Por qué hablan sobre públicos si precisamente lo que más tiene Argentina es público? Hay más de trescientas obras en Argentina, y las salas siempre están llenas. Este es un fenómeno muy interesante, precisamente en una época *netflixada*, en la que el tema de conversación es qué serie estás viendo en Netflix. Pero el teatro sigue ahí, vivo, transmitiendo cosas, inquietando; siendo una de las artes milenarias, no nos han podido desbancar. Como el dinosaurio de Monterroso: Cuando el espectador despertó, el teatro aún estaba ahí.

Colombia tiene ese reto. Las estadísticas dicen que los espectadores están yendo a teatro, pero quisiera verlos, me encantaría ver las salas llenas, porque he ido a muchas salas del país, y no las encuentro tan llenas como aparece en las estadísticas.

**Guevara:** En el escenario ficticio de que esta experiencia que menciona Octavio sea agradable, amena y de calidad, ¿qué esperan ustedes que el público sea?

**Arbeláez:** Esperamos que sea un espectador activo. En Colombia hay nuevas generaciones que irrumpen en la escena, que están renovando los lenguajes, que están proponiendo con osadía e ímpetu en la creación, y el público también está esperando eso: nuevas reflexiones, cometer nuevas faltas, un espacio para la experimentación. No podemos abandonar la posibilidad de la experiencia frente a la experimentación. Uno espera también llegarle al alma al espectador.

¿Qué es teatro? Es ese momento en el que nos abrazamos espectador y actor, y nos conmovemos mutuamente. Ese momento que justifica toda una vida de trabajar en el teatro. Eso quisiera que ocurriera.

**Ortega:** Yo anhelo que sucedan cuatro cosas con el espectador: quiero que se inspire, que se toque y se transforme por dentro, que a partir de esa experiencia le cuente al otro, y que vuelva esta experiencia parte de su vida.

**Brie:** El público es un testigo al que quiero conmover. Llamo *conmoción* al lugar donde el cerebro y el corazón se juntan. Quiero que el público que salga de la sala no sea igual al que entró. Tocarlos en lo más íntimo, sacudirlos, estremecerlos y hacerlos reír también. El teatro es enemigo de la solemnidad, y la mejor arma para abrir a alguien es el humor. Es importantísimo, para conmover a alguien, primero hacerlo reír. Eso es lo que quiero con el espectador, claramente quiero que vuelva, quiero que pague, o, aunque no pague. El teatro no siempre se debe afirmar: a veces el teatro se afirma negándose. Una vez fui a hacer una obra a un festival en un manicomio. Pero los locos, que estaban sentados en la primera fila, no entendían muy bien a qué iba este festival. Antes de comenzar la función dije “Este lugar pertenece a los que están sentados en la primera fila, a ellos, que viven aquí y son los dueños de este espacio; todos los demás somos intrusos, y yo no voy a exigirles a ellos que respeten las convenciones del teatro, cuando están viviendo una situación mucho más complicada, entonces tampoco voy a permitir que nadie los haga callar o impidan

que se paren; así la obra podrá durar un minuto o una hora”. Y precisamente sucedió un momento muy bello y común en la presentación, pero fue justamente diciéndoles lo contrario. A veces no hay que imponer. El teatro es teatro, y si se cae el techo, salimos corriendo por más que estemos conmovidos; la vida es más dura y es mucho más concreta.

**Badillo:** ¿Qué quiero que ocurra en la sensibilidad del espectador con esta obra? Esto es lo que nos preguntamos siempre, pero aquí hay una paradoja, porque si yo quiero, por ejemplo, violentar al espectador, en un sentido estético, claro está, como lo hace Lars von Trier, primero necesito que venga a la sala, pero en una ciudad como Bogotá, que no está hecha para los ciudadanos, ¿cómo hacer que el espectador llegue a la sala para poder violentarlo?

**Guevara:** Ustedes también son público. ¿Qué beneficios les trae ser público?

**Ortega:** Te estás llenando de motivos, estás sintiéndote vivo. Los beneficios reales de acudir al acto escénico son descubrir que todavía somos sensibles a unas realidades fantásticas e inexistentes y que aún somos humanos.

**Arbeláez:** Me encanta ser espectador; entonces, mi principal beneficio es que soy feliz yendo a teatro. Los medios digitales han permitido construir relaciones potentes de difusión y fidelización con los espectadores, y hemos encontrado que se ha generado comunidad. Pero es responsabilidad de

la institución pública invertir recursos para generar, desarrollar y potenciar estas plataformas de difusión teatral, de modo que ese trabajo de redes, de los nuevos medios, esté al servicio de seducir al espectador para que vaya a las salas. El estímulo debe partir de la institucionalidad pública.

**Brie:** Quiero que me estremezcan, me conmuevan, me hagan reír, llorar, viajar, enojar, y cuando se encienda la luz, yo siga sentadito en el mismo lugar, pero me ha pasado un mundo por dentro y ya no soy más el mismo: ha habido un tránsito. Quiero que el teatro cada vez me revele por qué hago teatro.

**Badillo:** Últimamente me han pasado más bien unos maleficios terribles. Antes me salía de las obras, pero ahora pienso, por ejemplo, en no cometer los errores de dramaturgia que estoy viendo en la obra. Ser teatrero y espectador es difícil: a veces uno es un bulto de sal.<sup>15</sup> Pero cómo aprender también como espectador. En ese sentido, me he vuelto mucho más abierto a jugar con ese maleficio. Creo que en Grecia el Estado le pagaba un talento al espectador que entraba a ver un espectáculo. Es interesante ver cómo el Estado invertía en eso.

**Ortega:** Volviendo al tema de corresponsabilidad en la seducción de públicos, hay corresponsabilidad de los artistas y

---

<sup>15</sup> Expresión para decir que la presencia de tal o cual persona genera mala suerte.

una corresponsabilidad del Estado. Los artistas tenemos que mantener la creación constante, con o sin apoyo, ser auto-críticos para ser excelsos en la experiencia que le brindamos al espectador, y ser generosos con nuestros compañeros. Y el Estado tiene que velar por que haya un contacto temprano con las artes en jardines y colegios, tiene que mantener el apoyo a los creadores y construir espacios cuidadosos para la circulación.

## Segundo panel

# DINÁMICAS DEL PÚBLICO DE TEATRO

*Este panel reflexiona sobre cómo el público percibe hoy el hecho teatral, qué busca en las salas de teatro y cómo se comporta con respecto a las variantes, corrientes teatrales, temas y aspectos prácticos como características de las salas de teatro, ubicación y costos.*

## Panelistas



LOAIZA

**YHONATAN**

Periodista cultural



RUBIANO

**FABIO**

Director y dramaturgo del  
Teatro Petra



HERNÁNDEZ

**GUILLERMO**

Subgerente administrativo y  
financiero de Bibliored 2019



MATALIANA

**MARIO**

Director del Teatro Taller  
de Colombia y del Festival  
Al Aire Puro



ESTRADA

**LEONOR**

**Moderadora**

Directora de la Casa del  
Teatro Nacional

**Estrada:** ¿Cuándo se dieron cuenta de que el público existía y comenzaron a reflexionar sobre él?

**Hernández:** Estudié derecho en la Universidad de los Andes, era ajeno al mundo del teatro y estaba muy bien así, hasta que me llamaron a trabajar en una programadora de televisión cultural, y fue entonces cuando comencé a pensar en los públicos de la cultura. Me acerqué al teatro gracias a María Cecilia Botero, quien me llamó a trabajar con ella cuando estaba haciendo el musical de *Peter Pan*. Los musicales eran muy rentables, tenían un gran mercado y una gran cantidad de público en aquella época. Durábamos un año entero circulando un musical por todo el país, y por ejemplo, en Manizales llenábamos diez veces el Teatro Fundadores, de 1800 sillas. Pero también fui testigo de cómo ese mercado fue decayendo.

Un día Ramiro Osorio me llamó a trabajar como jefe de la Oficina Jurídica del Ministerio de Cultura, con el reto de reglamentar la ley de cultura. Ahí comenzó para mí la necesidad de estudiar y leer mucho sobre el público. Por ejemplo, leer a Shakespeare fue muy importante para entender lo que hacemos. Fue muy gracioso descubrir que lo que hacía Shakespeare en 1600 es igualito a lo que hacen ustedes los artistas de teatro hoy en día, incluso en las formas de contratación de los actores, en la relación con el público, en la financiación. Comencé entonces a conocer el país y a sus públicos, lo cual tiene muchas variables que es complicado poner en modelos financieros. Con todo este análisis comenzamos también a trabajar la ley de espectáculos públicos. En ese entonces yo

no pensaba que eso era economía naranja; pensábamos en el público, en cómo esto le llega y cómo le facilitábamos a la gente el oficio. Queríamos hacer un fondo parafiscal que fomentara nueva creación y nuevo contenido. Lo que nunca pensé es que fuera todo dedicado a infraestructura. El tema de infraestructura es un problema, pero no estaba ahí la solución. Creo que el tema de contenidos es un problema grave, y lo que pretendíamos con la ley era financiar contenidos.

Un documento que me sirvió mucho para entender el tema de públicos fue *La sociedad del cansancio* (Han, 2017). Ese es su público, un público saturado, al que le vendieron que usted es capaz de todo, que usted es su propio empresario, y claro, usted se volvió su propio esclavo. Un público que está abarrotado de información y de pronto el autor plantea que el ocio es la tranquilidad, que el silencio es necesario. Ese es el público al que ustedes le tienen que llegar con su producto, que es además artesanal; por eso están llamados a transgredir con su producto y no buscar parecerse a nada. Lo que ustedes hacen es para unos públicos de nicho, aunque por año se venden dos millones de boletas, lo cual es una gran cantidad.

**Loaiza:** En Manizales, casi toda mi generación nació con el Festival de Teatro. Entonces, yo empecé siendo público y me encontré con un producto de calidad, que fue *En un sol amarillo*, del Teatro de los Andes, y esa obra me voló la cabeza. Desde ahí me aficioné y seguí yendo a teatro. Empecé a reconocer un público que va en la cresta de la ola, un público universitario que está en formación y que es muy fiel a algo que es patrimonio de una ciudad, como el Festival de Manizales.

Cuando llegué a *El Tiempo*, empecé a abrir la mente hacia otro tipo de público, viendo cómo generar, desde una sala de redacción, que la gente fuera a ver las obras. Para eso tenía que ir a las salas, y me encontraba casi siempre con las mismas personas. Esto es un público reducido, comparado con el público del cine. Pero hay un público masivo que los medios hemos malcriado, y que cree que solo hay una forma de hacer teatro. Esto ha sido difícil de cambiar. Porque la gente tiene en la cabeza que el teatro o es una cosa muy graciosa y uno se va a reír, o es una cosa muy dramática, intelectual. Los medios solo ven el teatro como noticia en términos de estreno, o solo hablan de él si son grandes actores o grandes textos.

En mi experiencia, he visto el público de dos maneras: un público fiel, que quiere sorprenderse, y el otro es un público que está influido por la idea de que hay dos formas de hacer teatro. Ahora, en el Teatro Mayor estoy conociendo la experiencia de cómo formar públicos, y hay muchos programas que el teatro ha desarrollado para formar, fidelizar, enamorar a la gente del sector, a los niños...

**Rubiano:** Desde el primer momento, cuando hicimos la primera obra con Marcela Valencia, fuimos a todos los periódicos, programas de radio y televisión para captar públicos. Ningún teatro en el mundo sobrevive esperando en la taquilla a ver quién llega. Y eso que hacíamos temporadas en teatros poco conocidos. En 2002 presentamos *Mosca* para un público de maestros, y antes hubo un coctel, así que los profesores comenzaron a beber vino desde temprano. En una escena en la que van a violar a Lavinia, ella dice que es virgen, y se para

un espectador y dice: esa vieja qué va a ser virgen. Ahí entendí muchas cosas: el espectador emancipado de Rancière, el distanciamiento brechtiano, la relación del espectador con el personaje de Artaud, la empatía, la antipatía. Los mecanismos para atraer al espectador deben ser los mismos que para crear una obra: debe ser un proceso muy serio, largo, continuo y de humildad. A veces nos quejamos de tener un público inculto, idiota, que no acude a nuestras grandes creaciones, al que hay que concientizar, como si nuestra consciencia fuera la correcta. Pues no debe haber tan grandes ideas, si el teatro no está lleno. La única manera de que esto sea una necesidad es mediante la seducción, por medios creativos, y lo primero es que la obra no sea aburrida, ni que llame al público a regañarlo.

**Matallana:** El Teatro Taller de Colombia inició en 1972. Con Jorge Vargas comenzamos con un teatro itinerante. Nos fuimos de gira con un espectáculo que se titulaba *Génesis* por todo Centroamérica, Panamá, Costa Rica, Guatemala, México, y terminamos después de cuatro años en California. Estuvimos año y medio trabajando con la comunidad que vivía allí. Ahí iniciamos el teatro calle. Hicimos un espectáculo de la vida de Cristo, alrededor de una iglesia, en la calle. Ahí fue el descubrimiento de un público, el público que se reúne en las calles, al aire libre, y ese público fue el que nos dio vida y nos dio un objetivo en el teatro.

Cuando regresamos a Colombia, empezamos a trabajar en el parque Nacional, con actos callejeros, todos los domingos, recurriendo al carnaval y a la música. Ahí nos identificamos totalmente con el público y el teatro de la calle.

Siempre teníamos el público ahí, no teníamos que buscarlo, estaba en las calles, en los barrios, en las cárceles, y empezamos a crear un lenguaje y una dramaturgia para teatro de calle, que no existía en Colombia. Se inició un proceso fuerte con el Festival Iberoamericano de Teatro, que hizo trascender nuestro teatro, ayudándonos mucho a formar público, trayendo grandes espectáculos de calle del mundo. Aquí, en este teatro, teníamos una carpa de circo en el año 78, donde ensayábamos y salíamos a presentarnos en las calles, parques y plazas.

**Estrada:** ¿Cómo han sobrevivido ustedes a esa marea de públicos tan diversos, los que nos aman sin filtros, los emancipados, los amantes, los que critican? y ¿cómo han logrado que ese público regrese?

**Matallana:** Para mantener el público lo primero es hacer un trabajo de calidad. Tenemos que ser exigentes con nuestro trabajo y resultados artísticos. Siempre hemos querido profesionalizar el teatro calle. Tener formación para los actores, investigar y hacer el montaje con todos los recursos, para atrapar y tocar al público con grandes imágenes y actores preparados que pudieran comunicarse con el dominio de su cuerpo y con su interpretación. La esencia del teatro es la comunicación que hay entre el actor y el espectador. El teatro se ha cualificado en estos sesenta años de historia, y hoy vemos mejores espectáculos, más oferta, más grupos; ha crecido el movimiento. Necesitamos seguir trabajando y contar con el apoyo vital del Estado.

**Rubiano:** A mí la economía naranja no me asusta mucho, porque en Colombia siempre hemos hecho autogestión. Habría que estudiarla muy bien. Lo que uno más ansía es que el espectador diga “me encantó”, pero, una vez me pasó que una espectadora me dijo “No me gustó el concepto de la obra, pero les voy a decir a unos amigos que la vean para que la podamos discutir”. Esto significaba que lo estético no le había disgustado, que le disgustó fue el concepto, lo que la obra estaba diciendo, mas no cómo estaba hecha. Y ahí hay una gran diferencia. ¿Y a dónde tendríamos que llegar? A que las obras gusten o disgusten en su contenido, pero no en su forma.

He llegado a la conclusión de que los estudios sobre el público nunca aciertan, porque el público es variable: no se puede determinar. Entonces, ¿cuáles son los mecanismos para atraer al público? Todo es dramaturgia en la estructura social. Por eso es una de las carreras con más proyección, porque todo necesita narrativas potentes. En las empresas se hace dramaturgia. El *storytelling*, por ejemplo, la publicidad necesita dramaturgia. ¿Qué necesitamos para que el público venga? Necesitamos dramaturgia, drama, incomodidad, movimiento, fricción. Tenemos que empezar a utilizar nuestro propio trabajo para establecer mecanismos para atraer al público.

**Hernández:** El teatro callejero es fundamental para buscar público, porque si no salimos a las calles, la gente no va a ir a los teatros. En el Festival Iberoamericano, el teatro callejero me servía para atraer público. Cuando presentamos *La Fura dels Baus*, una semana antes de iniciar el Festival, al otro día

las taquillas se dispararon. Ustedes mismos tienen sus mecanismos para producir su trabajo. El teatro callejero te despierta el público y te lo lleva a las salas.

El público bogotano es muy inteligente. Cuando hice la producción de los festivales Malpensante, trajimos a Thomas Cahill, y llenamos el auditorio. La gente le preguntaba cosas sobre sus escritos, y el autor me decía después que le parecía increíble el público de esta ciudad. Para fidelizar al público de esta ciudad hay que darle buenos productos y ser singulares en el mercado, hay que pensar en toda la experiencia.

**Estrada:** ¿Cómo podríamos lograr, desde nuestras especialidades, una oferta plural para satisfacer los apetitos de los públicos, sin que nos traicionemos en el aspecto artístico y sin ofendernos por lo que el público decida ver?

**Loaiza:** Hay un público que va a teatro porque está de moda. Son como los amantes de un día, un público efímero, difícil de mantener. Nos hace falta un ejercicio sostenido de crítica, que hable de lo que está pasando y es bueno, que también sea un balance, que valore el hecho artístico con fundamento, un esfuerzo sostenido de los medios y las instituciones.

**Rubiano:** En Bogotá hay un público que va a teatro sin importar el género, que ve de todo, no discrimina y valora la multiplicidad, cosa que no sucede mucho de nuestro lado. Si nosotros fuéramos cocineros, diríamos que la única cocina es la alta cocina y que vamos a acabar con todos los sitios de comida rápida. Es como si dijéramos que el único teatro

válido es el nuestro. Tenemos que comenzar a convivir con los otros géneros que están surgiendo. No tiene por qué existir solamente un tipo de teatro.

Creo que nos hace falta una investigación profunda de lo popular, porque siempre hemos tenido un concepto errado de lo popular, como si fuera lo marginal. ¿Cómo se hace popular una pieza? Nosotros tenemos la capacidad de generar el voz a voz, algo en lo que las grandes multinacionales se gastan millones de dólares. Las grandes campañas publicitarias son creadas para que finalmente eso termine siendo el voz a voz, y nosotros no hemos logrado aún captar esos mecanismos de multiplicación de los espectadores. Entonces, ¿cómo entrar en lo popular sin asumir que es marginal? ¿Cuáles son todos los desarrollos artísticos que ha habido a partir de lo popular? Incluso hay géneros populares que uno desprecia, en vez de aprender de ellos. Nos hace falta, en la formación de públicos, una investigación sobre lo popular.

**Hernández:** Con mi experiencia en la Red de Bibliotecas me doy cuenta de que ese producto tiene gran público. La red tiene 1600 eventos mensuales en promoción de lectura que generan un gran impacto. Es un ejercicio continuo de llevar a la gente y tratar de enamorarla del libro. Hablo de esta experiencia porque la gente que lee libros también puede ser la que se acerca a ver una obra de teatro. Creo que esto tiene un gran futuro.

**Estrada:** ¿Qué debemos hacer con la gratuidad y cómo debemos cobrar?

**Matallana:** Siempre hemos intentado vivir del teatro, y a veces lo logramos: llevamos 47 años sobreviviendo con esto. Tenemos programas de gratuidad y trabajo social que van a repercutir en que a toda esa gente le guste el teatro y luego vaya a las salas pagando su boleta.

**Rubiano:** En un taller de formación de públicos, el primer punto debe ser que paguen. Hay que pagar la boleta. La gente no duda en pagar la suscripción a Netflix. La gratuidad es un gran peligro. Espectador al que le regalan la entrada una vez, dos veces, tres veces, ¿cuándo vuelve a pagar?

**Loaiza:** Yo, que vengo de los medios, entiendo lo vicioso que puede resultar que el principal referente sea que las cosas sean gratis. Luego de que los grandes medios hicieron su página de internet, todo se hizo gratis, y ahora están tratando de cobrar de nuevo, y está muy difícil. Si hay un festival de teatro que acostumbre a la gente a que las entradas son gratuitas, afecta el mercado y resulta fatal, porque después de eso ya no van a teatro.

**Hernández:** El Estado, por lo menos, debe dejar que las cosas se hagan de manera fluida. La intermediación de las tiqueteras, por ejemplo, eleva demasiados los costos de las entradas, de los cuales solo el 20% va para los artistas, y el resto, ¿para quién va? Las salas muchas veces están en función de pagar la nómina, el agua y la luz, y es al público al que se le está cobrando todo este montón de agregados. Creo que vale la pena revisar estos costos, porque si uno se pone a

desagregar se da cuenta que no va a salir rentable, y es aquí donde el Estado tiene que intervenir, impulsar y fomentar, mas no hacerle competencia al sector. Les recomiendo un ensayo del filósofo italiano Nuccio Ordine (2013), *La utilidad de lo inútil*, que habla de que no todo tiene que ser con las lógicas del mercado. Las decisiones de sus contenidos artísticos no se deben tomar pensando en el mercado. Hay unos costos que hay que reevaluar, y hay que ver cómo el Estado interviene y deja de intervenir, porque la gratuidad es y no es.

El problema del sector es la circulación. Y si vamos a hablar de emprendimiento duro y puro, hay que entender que el emprendimiento ha cambiado. Por ejemplo, salas de mil sillas son ahora inviábiles. Los teatros necesitan otras formas administrativas y técnicas de hacerse. Les recomiendo leer *Organizaciones exponenciales*, de Salim Ismail (2016), que habla de organizaciones más horizontales, con más movilidad de la gente, que podrían mejorar el servicio y a la vez hacer que el valor de una boleta baje.

**Matallana:** Yo quisiera reconocer la labor del Ministerio de Cultura y del Idartes por los Programas de Salas Concertadas, porque nos garantizan cierta sostenibilidad, aparte de la gestión ardua que realizamos constantemente.

\* \* \*

**Intervención del público:** Los impuestos que nosotros pagamos deben ir también para el arte y la cultura, entonces la gratuidad puede verse como una forma de atraer a un

público que después se va a fidelizar, como lo hace Netflix, que otorga un mes gratis a la gente para atraparla. Entonces mi pregunta es, ¿cómo juegan ahí los impuestos? ¿Ustedes tienen más apoyo y es suficiente para lo que están haciendo?

**Hernández:** El tema tributario fue manejado de la forma más desordenada. Cuando se quemó Quibdó, decidieron que los espectáculos (que en esa época se presentaban en el Colón para gente rica) debían pagar un impuesto del 10%. Luego, la Beneficencia de Cundinamarca hizo que se cobrara al espectáculo otro 10% del impuesto al pobre, luego otro 10% para el deporte, y estos impuestos continuaron así durante muchos años. Incluso, si se traía a un artista extranjero, había que cobrarle un 35% de retención. Sin embargo, después de muchos años se logró hacer un impuesto razonable, un fondo parafiscal para el mismo sector. Debemos reunirnos y ver qué vamos a hacer con ese recurso, debemos ponernos de acuerdo. La economía naranja tiene una visión muy estrecha de lo que es la cultura, porque la ve solamente desde la dimensión económica. Cómo hacer también para que la empresa privada vea en el teatro una forma de promocionar sus productos.

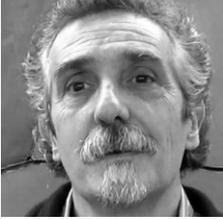


## Tercer panel

# HACIA <sup>3</sup> ESPECTADOR TEATRAL ACTIVO

*Este panel aborda los procesos y las estrategias en la formación de espectadores, a favor de motivar un público que viva el teatro como opción de confrontación y entretenimiento.*

## Panelistas



DUBATTI

**JORGE**

Investigador y filósofo  
teatral (Argentina)



GALLARDO

**MARGARITA ROSA**

Actriz del Teatro Ditirambo



SALAZAR

**YACUELÍN**

Directora artística del  
Ateneo Porfirio Barba  
Jacob (Medellín)



CONTRERAS

**NATHALIA**

Gerente de Arte Dramático  
del Idartes 2019



RICAUORTE

**JUAN PABLO**

**Moderador**

Revista *A Teatro* (Medellín)

**Ricaurte:** Ahora que hay nuevas formas de vivir el hecho escénico, ¿cómo ven ustedes esas nuevas formas de hacer teatro en apartamentos, en calles cerradas y muchas veces en contra de los códigos civiles? Y ¿cómo creen que el público debe acompañar esas nuevas formas?

**Contreras:** Cuando estábamos revisando dónde nos íbamos a parar para hablar del público en este seminario, una de las miradas esenciales era la de los creadores, y seguramente se nos quedaron por fuera muchas de las nuevas manifestaciones o apuestas creativas que buscan involucrar al público de otras maneras, por ejemplo, el teatro sensorial. Ojalá podamos tener más adelante su mirada y darles su lugar, porque involucran al espectador desde otros sentidos que no estamos acostumbrados a priorizar. Este tipo de experiencias no son de carácter masivo: el teatro no tiene un carácter masivo, sino más bien intimista, y cuando se está en el ejercicio de la política pública y de la gestión cultural, es difícil leer y entender que la dinámica con el espectador es de contacto, de proximidad. Por ejemplo, en esta sala<sup>16</sup> vemos que la silletería es retráctil, lo cual posibilita que se forme un gran salón que hace variar la experiencia del espectador, conforme a la disposición que el creador plantee.

Esta diversidad de miradas, que está presente en el ejercicio creativo de los bogotanos, muchas veces, en la institucionalidad, no la alcanzamos a leer, porque es difícil abarcar

---

16 Teatro Taller de Colombia.

todo lo que está pasando con la creación, ya que es viva, dinámica, cambiante. Sin embargo, sabemos que hay una riqueza indiscutible: la vemos en los festivales y en las convocatorias. Vemos que hay cada vez más artistas, sobre todo jóvenes, haciéndose una pregunta acerca del público. Aunque esta pregunta muchas veces surja al final del proceso creativo, ahora nos estamos preocupando mucho más por saber a quién le queremos hablar. Si todos queremos que alguien nos vea, lo mínimo que debemos hacer es preguntarnos quién es ese otro a quien queremos llegar y cuáles son los mecanismos para lograrlo. En el encuentro Alteratro, por ejemplo, que es de los jóvenes creadores de Bogotá, se observan más estas nuevas búsquedas y miradas acerca de aquello que llamamos ‘el público’, que a veces creemos que es una gran masa homogénea, pero en realidad es una suma de particularidades.

**Salazar:** Ahora en Medellín algunos creadores están optando por trabajar el teatro en su casa o apartamento, y es una de las muchas formas de asumir la creación. Lo valioso en ello es descubrir qué es lo que queremos compartir. Esa es la palabra clave, porque nosotros siempre estamos compartiendo un pensamiento por medio del teatro. Entonces, cuando se construye una relación tan íntima en un apartamento con veinte personas, se vuelve a esa esencia de lo que se quiere que pase en esa noche.

Es muy importante diferenciar el *público* del *espectador* de teatro. El *público* es mucho más amplio; por ejemplo, cuando se habla de un lugar como el Ateneo, el público no son solo los espectadores, sino también los artistas, la comunidad, los

visitantes y una cantidad de personas que hacemos parte de la vida de este centro cultural; pero no todos son espectadores.

Cuando pensamos en las nuevas formas de creación, hay algo muy interesante: los directores y artistas que hacemos teatro en las salas, lo hacemos para construir esa relación con el espectador; pero a la vez nos ponen la presión de que tenemos que llenar, que las taquillas tienen que ser altas, la sostenibilidad, la cobertura, los indicadores; son cosas que se complementan, pero son muy distintas, y en eso que tenemos que pensar los gerentes de una sala de teatro. Mientras que los que están trabajando en un apartamento, o están haciendo *performance* en la calle, a pesar de las normas, dejan esto en otra parte y vuelven a la esencia, a la obra, a la técnica, a la relación íntima con el espectador. Si situación es muy distinta a la de los grupos con sala, y los temas de sostenibilidad no los tienen que sortear.

**Gallardo:** Quisiera diferenciar las expectativas y los objetivos que existen cuando se piensa en los espectadores y en el público. Es muy diferente la relación que una sala de teatro tiene con el espectador que la relación que tiene un grupo de teatro sin sala. Esa relación tan íntima que se vive cada noche y en la que coexisten los públicos y los creadores es muy diferente de la relación que se tiene con el personal de logística o con quienes apoyan prensa y técnica. Cuando tuve la experiencia de ser gerente de Arte Dramático, una de las preocupaciones que teníamos era cómo hacer para contribuir a la construcción de nuevas relaciones con los públicos; por eso creamos Bogotá Distrito Teatral, una estrategia que tenía

como objetivo acercar a los espectadores a la experiencia. No se trataba de mostrar la oferta, sino de contribuir a fortalecer la experiencia, porque lo que el público se lleva es una experiencia de vida. Al ser tocado por la obra, se convierte en un cómplice multiplicador que querrá contarles a todos lo que vio. Pensábamos en ese entonces que la institución debía contribuir también a la difusión.

En *Ditirambo* nos hemos inventado mil cosas para animar a nuevos espectadores de los diferentes focos que hemos identificado: cajas de compensación, público universitario, comunidad en general. No es suficiente con tener la obra y la sala dispuestas: es una labor que empieza desde que se está informando y pasa por toda una suerte de estrategias que constituyen la experiencia.

**Dubatti:** Necesitamos nuevas teorías, necesitamos pensar territorialmente lo que está sucediendo en la sociedad contemporánea. Por ejemplo, hemos hecho las primeras jornadas de teoría e historia del espectador en la Universidad de Buenos Aires (UBA), desde la neurociencia, desde los estudios de campo y el *neuromarketing*. No podemos seguir pensando desde categorías del pasado, porque estaremos ciegos. Necesitamos formar mediadores, coordinadores de escuelas de espectadores que organicen presentaciones en cárceles y en espacios diversos, no desde la figura de autoridad, sino desde la figura de quien estimula y transmite pasión, con una formación filosófica. La filosofía nos permite entender la singularidad del acontecimiento, la singularidad de la experiencia, para que la gente entienda por qué ir al teatro no es lo mismo que ir al

cine o quedarse en casa viendo una serie en Netflix. Pensar el acontecimiento filosóficamente pone a la gente a pensar en lo real, en la idea de reunión de cuerpos presentes, en la idea de territorialidad, en algo que va más allá del lenguaje, en la experiencia del duelo, en la cultura viviente, en la existencia. Esto es construir un vínculo filosófico existencial. Hay que crear espacios de referencia para orientar y dar herramientas al espectador, para que se reúna periódicamente, para que vaya creciendo y se vaya multiplicando.

**Ricaurte:** Desde hace más de quince años el Estado, en sus políticas, ha introducido el tema de la formación de públicos. ¿Serían las escuelas de espectadores una alternativa para abordar el tema de la formación de públicos, teniendo en cuenta la particularidad de cada territorio? ¿Sería este el tema que deben abordar los investigadores y especialistas? Y ¿cómo abordar también la formación para ellos y no solo para el espectador? Por último, ¿cuál es el papel de los centros de documentación en este tema de la formación de públicos y qué hacer para que las publicaciones teatrales puedan también considerarlo?

**Salazar:** Las salas y los centros culturales ya tenemos un recorrido de cómo hemos construido esa relación de formación con los espectadores, con los niños, con las escuelas. Luego llegaron otras experiencias de formación de públicos en México, en España, en Argentina, que nos ayudaron a ver desde dónde construir la pregunta al grupo, a la sala y al espectador. Fuimos encontrando en estos años que lo importante era volver a la construcción de la comunidad, en el caso del Ateneo, con los

vecinos. No es solo lograr que compren boletas: es saber qué estamos construyendo con el otro, cómo es ese ser al que miramos a los ojos, con el que dialogamos y construimos juntos.

**Contreras:** Hay una serie de conceptos que no hemos podido decantar y que deberíamos precisar para determinar lo que realmente queremos. Se habla de formación de públicos, de generación de audiencias, de vinculación de nuevos públicos. Si requerimos formar públicos, deben ser la familia y la escuela los lugares donde podamos desarrollar el gusto por la práctica artística, como lo hacen los programas Crea y Nidos del Idartes, porque desde ahí podemos empezar a ver resultados que incidirán en el futuro; este puede ser el germen. Como creadores, la formación de públicos debe enfocarse justamente en la experiencia del espectador, poniéndose en su lugar y pensando en su comodidad física, para que pueda vivir una experiencia óptima.

Necesitamos también saber cuál es el estado de la cuestión. Justamente carecemos de estudios de públicos, suficientemente profundos, que vayan más allá de la estadística y que nos permitan entender en qué estado estamos y cómo se da esa relación con el espectador. Marco de Marinis plantea que, en el circuito teatral que es ese tránsito continuo que hay entre el espectáculo y el espectador, hay unas estrategias receptoras y entre ellas menciona:

- Procesos que ocurren en el espectador y que tienen que ver con la percepción, la emoción, la interpretación, la apreciación y la memoria.

- Resultados de la recepción.
- Precondiciones de la recepción, que tienen que ver con los *conocimientos, metas e intereses* con los que el público llega a ver una obra.
- Pareciera que nuestros estudios están situados en el análisis de las *precondiciones de la recepción*, pero no hemos podido indagar acerca de los procesos que se dan en el espectador. Se debe entonces volver a la Academia.

**Gallardo:** Hicimos una investigación que denominamos *Hacia una escuela de espectadores*, a partir del trabajo que tiene Jorge Dubatti con su escuela de formación de espectadores en Buenos Aires. Fuimos a ver cinco obras y desarrollamos una metodología de cuatro momentos: prefacio, convivio, charladio y cuéntamelo de voz a voz; de esto esperamos unos resultados: espectadores reflexivos, analíticos y comprometidos. En esta fase piloto de la investigación (ya vamos a comenzar un nuevo ciclo) tuvimos situaciones emergentes que, con inteligencia y resiliencia, logramos convertir en estrategias poderosas, como fue el caso del prefacio que teníamos con la maestra Patricia Ariza. Al enfermarse, la maestra no nos pudo atender en la Corporación Colombiana de Teatro (CCT), sino que nos recibió en su casa; el hecho de conocer y ser atendidos por la directora en su propia casa resultó maravilloso para el público. Tuvimos también situaciones ideales, por ejemplo, en el Teatro Libre, donde nos recibieron muy bien desde la portería y el café, y nos hicieron un recorrido

guiado por los camerinos. Conocer todo esto genera mucho interés en el espectador.

**Dubatti:** En este proceso de empoderamiento del espectador aparecen cosas muy buenas y muy terribles para el campo teatral. Un coordinador o mediador tiene que saber lidiar con esto. Tenemos que trabajar con el modelo utópico de espectador, saber que al espectador no lo trae la cigüeña, sino que viene de un campo social atravesado por la violencia, el solip-sismo, la autorreferencia y los múltiples odios; esto resuena en una escuela de espectadores. Tengo un listado de 43 contra-modelos de espectador que he identificado: el monologuista, el metroteatral, el verdugo, el asesor, el acreedor, etc. Antes les tenía terror a estos espectadores, porque me desarmaban todo, pero luego pensé que no tenía que temerles, sino que debía comprenderlos, pensarlos, elaborarlos teóricamente.

\* \* \*

**Intervención del público:** Quisiera saber más sobre cómo es hacer teatro en un apartamento, cómo se trabaja con los vecinos.

**Salazar:** Lo que se hace es un evento privado, con invitados. El portero sabe exactamente quién va a ir, y solo pueden ingresar los invitados. Se disfruta de la obra, de una copa de vino y de una comida.

**Ricaurte:** En el caso de Sandra Zea en Medellín, las reglas de los edificios son tan cerradas y los porteros tan grandes

divulgadores, que todos los vecinos comenzaron a inquietarse y a murmurar sobre lo que estaba sucediendo en su apartamento. Hasta que a ella le tocó invitar a apartamento por apartamento y ahora los vecinos son sus principales aliados.

**Intervención del público:** ¿La Escuela del Público tiene convenio con las salas para obtener descuento en las entradas? ¿Las herramientas que se les da en la Escuela de Espectadores son solamente de apreciación del espectáculo, o también hacen un trabajo teórico previo?

**Dubatti:** Encargamos varios espectáculos al mismo tiempo. No damos ninguna herramienta previa, pues mi experiencia es que no hay que subestimar la capacidad de relación y de apropiación con el material que tienen los espectadores. Ellos leen a partir de los lugares que más les apasionan, y luego, en la escuela se les brindan herramientas diversas, sin la intención de cerrar, para que cada quien entable su vínculo de creación de manera diferente. Con respecto a la primera pregunta, hemos cambiado las estrategias según las épocas. Apoyamos decididamente el teatro independiente y no pedimos descuentos, pero sí lo hacemos en el teatro comercial, porque sale muy caro para la gente. En este momento, debido a la crisis que vive Argentina, por primera vez hemos tenido que preguntarles a los grupos de teatro independiente si nos permiten hacer 2 x 1 o bajar los precios. Sin embargo, para los grupos es muy importante que recomendemos la obra en la escuela, porque eso se ve reflejado en cantidad de boletas vendidas y en el incremento de la asistencia gracias al voz a voz.

**Intervención del público:** ¿Cómo se ve el espectador en la política pública?

**Dubatti:** En Argentina se está haciendo formación de espectadores en todo el país, y esto ya es agenda de gobierno. La Escuela de Espectadores llegó para quedarse y va a seguir creciendo. Hay clubes de espectadores en las diferentes salas, con transversalización y métodos muy diferentes. Recomiendo la lectura del dossier que saldrá prontamente de la revista *Paso de Gato*, sobre teoría, historia y gestión del espectador, con un texto de Marielos Fonseca y José Montero, de Costa Rica.

**Intervención del público:** Hay un fenómeno en los sótanos de la ASAB, y es que siempre hay público, y es, en cierta medida, porque los estudiantes somos una amplia red de comunicación. ¿Ustedes cómo incluyen a los estudiantes en lo que están haciendo?

**Gallardo:** El público universitario y de nuevos profesionales es el que más asiste a nuestra sala. Por eso hemos creado muchas estrategias especiales para tener con ellos una relación diferente, como una tarjeta de fidelización con descuentos especiales, convocatorias específicas y la vinculación a ensayos. Estas estrategias no siempre funcionan, pero estamos trabajando en ellas, pues los estudiantes tienen un gran poder, y las relaciones que se construyen con ellos son duraderas.

**Cuarto panel**

**EL PÚBLICO  
FRENTE A LA  
EXPERIENCIA  
TEATRAL**

*En este panel se realiza un análisis del comportamiento del público frente a la propuesta teatral que se ofrece en las salas y eventos: participación, reacción y evolución.*

## Panelistas



REY

**GERMÁN**

Investigador en temas de comunicación y cultura



PARRA

**HERNANDO**

Director del Teatro R101 y del Festival de Teatro de Bogotá



CASTRO

**LUIS DANIEL**

Director de la Corporación Tercer Acto



MORA

**MARGARITA**

Directora de mercadeo, publicidad y comunicaciones del Teatro Mayor Julio Mario Santo Domingo



OROZCO LUCENA

**NATALIA**

Gerente de Danza del Idartes 2019

**Moderadora**

**Orozco:** Cuando nos preguntamos por la activación del espectador, mediada por la vivencia no diferida de estar en contacto con el otro, ¿de qué carácter de espectador activo estamos hablando hoy, que estamos siendo configurados a través de unas tecnologías y de unos procesos de la información?

**Rey:** He observado otros espectadores en otros lugares de la ciudad, y no hablo precisamente de espectadores teatrales. Porque no creo que estemos hablando de un espectador aislado, sino de un espectador que pasa por distintas errancias y flujos muy diferentes, pero articulados entre sí. Los espectadores que hoy transitan por los diferentes medios son muy diferentes a los de antes. Los espectadores de cine o televisión que yo analicé en los años ochenta y noventa ya no existen. Puedo hacer entonces una arqueología del espectador, pero esos ya nos son los espectadores jóvenes.

Cuando empecé a interesarme por las errancias digitalizadas me encontré más cerca del espectador contemporáneo. Con Jesús Martín Barbero y Omar Rincón escribimos un libro que hablaba sobre el paso entre el consumidor y el ciudadano. Ya no tenemos al frente solamente a un consumidor de programas; cada vez tenemos más a un sujeto de derechos, a alguien que actúa frente a las narrativas televisivas. Atrás queda la idea de las pasividades y hoy tenemos una actuación polimorfa, heterogénea, a través de tránsitos, que es en ocasiones tráfuga y se ubica en los márgenes. Con razón Michel de Certeau dijo que la cultura está en los márgenes, no está en los centros, y hoy ni siquiera la política está en los centros. En los centros están los *planners*

y los *youtubers*, aunque estos últimos ya están desplazándose hacia afuera.

La idea de los *prosumidores* es muy interesante en la reflexión sobre el espectador, porque sienta preguntas como ¿cuál es el papel creador de aquel que llamamos *espectador*?, ¿cómo influye su manera de ser espectador en los procesos de creación?, ¿cuáles son los mecanismos para que su asistencia a la obra o su lectura se convierta en dramaturgia o en texto? Es necesario un esfuerzo teórico, porque aquí estamos hablando de experiencia, de vivencia, de presencias y ausencias, de tránsitos, no de fijezas, de temporalidades, es decir, de grandes asuntos, y en estos grandes asuntos surgen, emergen y actúan los nuevos espectadores y los espectadores de siempre.

**Parra:** La apreciación del espectáculo teatral se hace teniendo en cuenta tres niveles: un nivel sensorial, uno emotivo y uno de aprehensión intelectual. Por eso, en el Teatro R101 hemos hecho una programación segmentada por diferentes estilos y maneras de ver el teatro. Entendimos que, al segmentar el público, estábamos segmentando las diferentes maneras de vivir el fenómeno teatral, y así encontramos nichos de espectadores que privilegian una manera de ver y sentir el teatro. En los monitoreos y estudios sobre el público, descubrimos que nuestro público no migra de actividad. Nos ha interesado estudiar las teorías de la percepción de la imagen para entender cómo percibe la gente; también ha sido una fuente importante el acercamiento a las artes plásticas y a la forma en que realizan su mediación. En el teatro tenemos un pequeño observatorio de públicos donde hemos

identificado aproximadamente doscientos textos colombianos sobre público. Esto nos ha dado pistas de activaciones y comportamientos que hemos logrado monitorear. Pero, finalmente, tengo una gran inquietud sobre cómo activar generacionalmente a los públicos. Creo que la clave la tiene, en parte, el teatro infantil, al que debemos acercarnos.

**Castro:** En la casa Tercer Acto, ubicada en un barrio popular de la ciudad, tenemos dos tipos de público: uno que encuentra el teatro porque está cerca, y otro al que llevan de los colegios como experiencia pedagógica. Hemos tenido experiencias significativas que han constituido un cambio para la vida de ambos tipos de espectadores. El público que se encuentra con el teatro ha encontrado en ello una alternativa a su vida rutinaria, porque además se siente parte, ha aprendido a aplaudir y a hablar en los conversatorios, donde ha tenido la posibilidad de indagar sobre el espectáculo. El público de colegio va casi obligado, pero esa obligatoriedad también se convierte en una experiencia de vida, porque sale de las paredes del colegio, recocha en el camino, se encuentra con algo diferente y se expresa libremente.

**Orozco:** Entre la búsqueda y el encuentro de los espectadores, y siguiendo con la idea de los espectadores activos, ¿cuáles son esas estrategias para posibilitar experiencias en una programación a gran escala?

**Mora:** En el caso del Teatro Mayor tenemos que partir de una experiencia extraordinaria; nuestra gran apuesta es que

lo que hacemos sea para generar una experiencia extraordinaria que haga un cambio en la vida de la gente. Si hay algo que caracteriza nuestra oferta es la diversidad y la calidad. Esto ha hecho que tengamos una segmentación de los públicos para saber a quién le estamos hablando, desde las áreas de comunicaciones, mercadeo y los demás servicios. Es muy diferente el público que voy a tener en un concierto de música clásica al público que asiste a ver a un rapero: son dos lógicas diferentes.

Con respecto a la oferta del teatro, me interesa hablar de algunos elementos para preguntarnos cómo viven los públicos de la ciudad, sobre todo de una ciudad tan grande como Bogotá. En lo relacionado con el *territorio*, ha sido un desafío para nosotros encontrar cómo llegarle al público, ya que estamos ubicados en el extremo norte y tenemos una infraestructura diferente a las salas tradicionales del centro. *Los códigos culturales* que hay en la experiencia son muy interesantes. Por ejemplo, en un concierto de música clásica, cuando termina un movimiento y alguien, que viene por primera vez, aplaude, todos le hacen mala cara, pero los músicos están emocionados porque saben que es un público nuevo. Otro desafío muy grande es dónde nos paramos frente a la *tecnología* y cómo nos relacionamos con ella. *Las edades del público* son determinantes, y en nuestro teatro no tenemos un público tan joven, tenemos muchas cabezas blancas, pero estamos convencidos de que la puerta de entrada número uno de la formación de públicos es la oferta para la familia. Por eso tenemos programas como Vecinos al Mayor, con el que hemos ganado más de cuatrocientas familias, a las que les damos un trato especial.

**Orozco:** Quisiera que entráramos en el ámbito del territorio, sea global, local o tecnológico, que disloca las relaciones con los públicos. ¿Cuál es esa vivencia y activación del espectador cuando el teatro se abre a otros territorios que no son propiamente convencionales y genera otros lugares para el encuentro?

**Castro:** El teatro de calle siempre ha permitido el encuentro con la comparsa. Cuando vemos al espectador que acude de manera informada o por casualidad a ver las comparsas, encontramos que hay una verdadera compenetración o empatía con lo que hacemos. El año pasado tuvimos la oportunidad de llegar con el Iberoamericano a plazas de barrios de las veinte localidades de la ciudad, donde nunca había llegado el teatro de calle. Esto fue muy significativo, pues la gente apreció que el Festival Iberoamericano hubiera ido a su territorio. Lo mismo sucede con la casa Tercer Acto: la gente valora que haya teatro en su barrio y por eso sabe que tiene que ir al teatro, no por obligación, sino porque comprende que sin el público no habría funciones. Nosotros hemos sido testigos de cómo el acto de conversar y compartir ha hecho que el público crezca, se amplíe su mirada y su manera de entender y analizar el teatro.

**Rey:** No nos debe preocupar que al teatro *se lleve* o al teatro *se vaya*. Muchas veces, de la lectura o la asistencia por deber, se puede llegar a la lectura o a la asistencia por placer o autonomía.

Entiendo perfectamente que los públicos se segmenten, pero empiezo a pensar en la relación que existe entre

segmentación y diversidad. Diversidad no quiere decir segmentación. La diversidad precisamente va más allá de la segmentación. Con respecto a lo que decía Hernando, vemos cómo la segmentación muchas veces lleva a apasionarse por lo mismo, mientras que la diversidad lleva a apasionarse por lo diferente. ¿Qué tanto pierde en diversidad una sociedad que se segmenta, y al perder en diversidad, qué tanto perdemos como ciudad y como seres humanos? Cuando voy al Teatro Mayor siempre me punza saber que estamos los mismos ahí, y entonces empiezo a fabular: ¿Qué pasaría si el rapero que está sentado junto a mí aplaude cuando quiere, y yo me siento familiar de él aun si es diferente a mí?

¿Qué es un territorio? Cada vez nos venden más los centros comerciales, cerrados y con cámaras, como lugares segmentados. Y ¿qué es una calle? Es cada vez más, si no fuera por la violencia, un lugar de diversidad. Pienso en la calle como un territorio con un potencial escénico e imaginario bellísimo; pienso en las plazas. Pienso también en la particularidad territorial del teatro, en la multiplicidad de las pantallas como ámbitos territoriales, en la territorialidad de la web.

Todo se segmenta por géneros, por espectadores, por teatros, por políticas públicas, y todo parece que nos amodorra en lo mismo. ¿Qué hacen este teatro y todos los teatros para manejar las posibilidades del segmento y abrirlas a las posibilidades de la diversidad?

**Parra:** Cuando tomamos la decisión de hacer un teatro, lo primero que decidimos fue alejarnos del centro de la ciudad. Pensamos en buscar nuevo público y empezamos a descubrir

las lógicas y las particularidades del territorio, lo cual definió nuestras estrategias. Una de ellas fue el diseño de la sala con el público a un metro de distancia. Descubrimos que esto le maravillaba al público, entonces decidimos convertirlo en una particularidad.

Pensando en esa segmentación de la que hablé y preocupados porque el público no migra, una de las soluciones que hemos encontrado es la interdisciplinariedad, entendida no como una suma de disciplinas, sino como la síntesis de disciplinas. Hemos logrado que gente de diferentes segmentos llegue a ver *performance*, *happenings* e instalaciones, y muchos artistas han tenido la posibilidad de vivir en esa ambigüedad.

\* \* \*

**Intervención del público:** ¿Por qué Tercer Acto se piensa en un sector como Lourdes?

**Castro:** Cuando decidimos hacer una sala de teatro también pensamos en hacerla en los barrios tradicionales como Teusaquillo y Chapinero, pero analizamos bien y nos decidimos por hacerla en Lourdes porque sabíamos que ese barrio lo requería. Yo nací en Lourdes, ya conocía todas sus dinámicas y las disfrutaba, entonces ¿por qué no quedarnos ahí? Cuando planteamos que el público podía pagar la entrada a las obras con huevos o con arroz, lo hicimos con pleno conocimiento de las dinámicas sociales y económicas del sector, porque además hemos sido copartícipes de la composición social del barrio.

**Intervención del público:** Durante este gobierno han hecho muchos cambios de personal en las diferentes instituciones culturales. ¿Ustedes cómo ven que estos cambios nos puedan beneficiar o afectar?

**Mora:** Si uno tiene la posibilidad de dedicar una parte de su vida a trabajar en una institución cultural pública, tiene también la responsabilidad de construir para dejar cosas a largo plazo y que respondan a la sociedad, no solo para el gobierno del momento.

**Parra:** El teatro lo vienen extinguiendo desde hace dos mil años, pero aquí nos quedamos, aquí seguimos: es una opción de vida.

**Intervención del público:** Represento a una población con discapacidad auditiva que no tiene muchas oportunidades de ir a teatro, pero que las está buscando. Se han creado algunos espacios de inclusión, pero aún son muy pocos; entonces, ¿cómo atraer al público con discapacidad auditiva y visual, y cómo hacer que las condiciones sean suficientes para que este público pueda disfrutar del teatro?

**Orozco:** Iniciamos con una pregunta sobre el espectador activo y vemos cómo todas estas intervenciones nos devuelven la pregunta sobre cómo el teatro también se activa. Podemos jugar con las palabras y decir que el teatro también tiene que activarse, confrontarse con la multiplicidad de espectadores y con nuevos desafíos que se presentan.

Quinto panel

# CONQUISTANDO AL ESPECTADOR

*Este panel aborda las herramientas y técnicas para atraer al espectador a las actividades teatrales: divulgación, promoción, difusión y procesos de circulación.*

## Panelistas



LEAL

ARGENIS

Periodista cultural



GAVIRIA

LINA

Subdirectora de  
Equipamientos Culturales  
del Idartes 2019



CUEVARA

WILLIAM

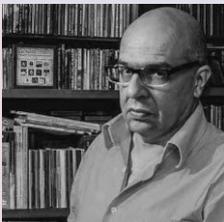
Director de la revista  
virtual *Kiosko Teatral*



MONTOYA

DIEGO FERNANDO

Director del Teatro del  
Presagio, de Cali



ROMERO REY

SANDRO

## Moderador

Director teatral, docente  
y escritor

**Romero:** No sé muy bien qué es el espectador. Llevo muchos años haciendo teatro y moviéndome en diferentes campos artísticos, pero el espectador teatral es un monstruo de mil cabezas, difícil de definir. Llegar a una sala de teatro y encontrarse siempre con los amigos es un triunfo, pero también es un poco triste, porque ¿a quién nos estamos dirigiendo? La educación del público es un tema con el que llevo cincuenta años trabajando, y aún no se ha consolidado, ni aquí ni en ningún otro lado. No creo que sea de educación: tiene que ver con las maneras como nos relacionamos con los espectadores y generamos el interés por el teatro. Una boleta para ir a un concierto de *rock*, por ejemplo, vale mucho más que una boleta de teatro, y los conciertos de *rock* siempre se llenan. Entonces, debemos tener unas herramientas que sean lo suficientemente atractivas para propiciar el público, pero ¿de qué manera podríamos definir a un espectador de teatro?

**Gaviria:** En la Subdirección de Equipamientos Culturales tenemos varios tipos de escenarios distritales: el Teatro el Parque, que es principalmente para niños; el Escenario Móvil, que va por toda la ciudad; el teatro Jorge Eliécer Gaitán (TJEG), que es la joya de la corona; el Planetario; la Media Torta; Cultura en Común, que es un programa mediante el cual llevamos artistas a escenarios comunitarios de once localidades; tenemos también que ver en parte con el teatro Julio Mario Santo Domingo, y tendremos pronto el teatro El Ensueño y el teatro San Jorge, que estamos recuperando. Cada teatro es distinto, tiene públicos distintos y tiene una propuesta de valor diferente.

El TJEJ es el teatro que nos da de comer; pues apalanca el resto de los teatros. El Estado da un presupuesto pequeño para empezar; pero el teatro tiene que vender boletas para reinvertir en artistas, mantenimiento, dotación, comunicaciones, etc. Buscamos que el público tenga una oferta de gran calidad y tenemos dos vertientes: una comercial y otra no comercial. Llevamos unos espectáculos de los que, apenas salen a la venta, la gente compra las entradas, sin importar cuánto cuesten, y otros espectáculos más de nicho o con cosas especializadas, que sabemos que no van a llenar, pero que igual debemos programar. Hemos intentado transversalizar una programación en varios escenarios que nos ha permitido hacer una economía de escala en contratación, en comunicación y en la forma de llegarle al público. Queremos que la gente comience a reconocer en los espacios unas franjas de programación. Por ejemplo, *Sabrosura*, que es rico, caliente y muy musical; *Internacional*, con programación de fuera del país; *Con sentidos*, que es para los niños, porque sabemos que la seducción debe comenzar por ellos; y *Colombia*, donde destacamos artistas nacionales. Lo que más nos importa es poder comunicar y programar una oferta de calidad con una parte comercial y una parte misional.

El público es una incógnita: algunas veces uno hace unas apuestas muy grandes, pero termina cancelando funciones. Por eso estos espacios de reflexión son muy importantes para preguntarnos qué es lo que el Idartes hace y le está dando a la ciudad, y si esto tiene realmente una injerencia en la vida y en la canasta familiar de las personas.

**Montoya:** Me hago otras preguntas a partir de la pregunta inicial. Pienso en qué relación quiero construir con ese espectador: ¿quiero que el espectador vaya a ver mi experiencia o pretendo que vaya a construir una experiencia común?

La obra solo existe en su relación con el público; la existencia del teatro está sometida a esa relación inestable, compleja, efímera. Casi que el teatro no existe: desaparece en el mismo momento en el que sucede. Entonces, también me pregunto qué requiero del público: ¿es una necesidad de transacción, de entregarle algo por lo que él paga, o lo que me interesa es construir un diálogo, una experiencia sobre lo humano?

A veces, llevar público puede ser sencillo; lo difícil es que vuelva. En estos años de experiencia de tener un grupo, primero sin sala y ahora con sala (que son cosas muy distintas), he aprendido que llevar público al teatro puede ser incluso fácil; lo complejo es que vuelva. Esto depende de muchos condicionantes que los artistas pasamos por alto, pues la responsabilidad del artista recae fundamentalmente en el tipo de relación que quiere construir con el espectador. En mi caso, quiero construir una experiencia común.

En Cali esto es muy difícil, porque los eventos masivos de la cultura son tribunas políticas; entonces el público está acostumbrado al *show* y a las falsas ideas instaladas políticamente desde hace décadas, como la idea de la capital de la salsa, ideas que han desplazado a las culturas mismas que las han generado, como el Festival Petronio Álvarez, que empezó siendo una plataforma para conocer la cultura del Pacífico, pero que se ha convertido en una especie de *show* mediático en el que lo que menos interesa es esa cultura.

**Romero:** Una vez que tenemos al espectador en la sala, hay unas reglas de juego que podemos empezar a discutir. Porque el problema es cómo hacer que el espectador llegue con gusto. Hay mucha gente que decididamente dice: No me gusta el teatro.

**Leal:** Para mí el público es una incógnita. Todos los días me pregunto cómo cautivar al público, y me he dado cuenta de que no es el *free press*, la publicidad, ni el *marketing*: es cómo el artista comunica lo que hace, cómo se lo cuenta al otro, cómo atrapa al espectador desde la creación de la reseña, la entrevista, el modo en que habla. Si no le generamos esa duda al espectador, y fuera de eso, llega al teatro y no tiene una buena experiencia, no va a regresar y va a castigar al teatro como expresión artística.

He llegado a la conclusión de que es importante trabajar tres líneas para cautivar al público: la primera es cómo me comunico, cómo narro esa obra de manera sencilla, por medio de imágenes y palabras. La segunda es cómo vive el público una experiencia agradable en el parqueadero, en la taquilla, en la cafetería, en la entrada. La tercera es la calidad del montaje. Cuando he visto que hay un público cautivo que sigue a un grupo o a un espacio, es porque estos se han preocupado por los tres elementos, pero ha sido un trabajo de tiempo.

Hay que utilizar diferentes herramientas de comunicación, porque no tenemos muy claro dónde están los públicos. Entonces, tenemos que hacer estudios de públicos para saber quiénes son, cómo se enteraron del evento, y así empezar a comunicarnos más acertadamente para construir unos vínculos duraderos.

**Romero:** ¿Ustedes han hecho el balance para saber si el público al que están dirigidos sus trabajos es el público que realmente llega, o si hay sorpresas permanentemente?

**Guevara:** Somos un grupo que está cumpliendo veinte años y tenemos un ejercicio clarísimo, que es hacer pocas funciones, pero con público, es decir, no nos aventuramos a hacer temporadas largas, porque sabemos que no tenemos un público que nos acompañe en doce funciones, así que hacemos temporadas cortas con un ejercicio juicioso de preventa. Raramente tenemos sorpresas. De ahí nuestro interés en crear un espacio para reflexionar sobre el público. Yo voy a teatro tres o cuatro veces por semana y siempre veo los mismos en las mismas partes. Hay un público que se ha ganado tanto los proyectos artísticos como las salas, y siento que hace falta una rotación. Hay que seguir contándole a la gente que hay más experiencias.

**Romero:** Frente a la gratuidad, yo la defiendo en el ámbito de los trabajos académicos. Los estudiantes deben enfrentarse al público como parte de su proceso de aprendizaje, y no me parece correcto cobrar boletería como si fuera un trabajo profesional; sin embargo, ahí también se está formando un público. El hecho de que haya una gran cola de gente para ver una obra de teatro gratuito también me llena de orgullo. En una ciudad como esta hay público para todo, y creo que nos hemos olvidado del público adulto mayor. ¿Qué opinan ustedes de la dialéctica entre cobrar y no cobrar las entradas?

**Montoya:** La primera versión del Festival de Teatro de Cali tuvo entrada libre y esto fue desastroso para la actividad teatral de la ciudad: tres meses después las salas estaban vacías. Después de esto la gente habló y decidieron poner la boleta muy económica, lo cual fue igualmente desastroso. En la siguiente versión ya le subieron el valor a la entrada, pero igual fue desastroso para la actividad teatral de la ciudad en las salas. He llegado a pensar que puede costar 50 000 y va a seguir siendo desastroso, porque ¿será que los festivales fortalecen la actividad teatral permanente y cotidiana de la ciudad, o no?

**Gaviria:** Hay que tener en cuenta el intercambio de valor. ¿Qué estamos intercambiando? Nosotros hicimos una campaña que se llamó *Por el placer de pagar una boleta*, en la que le explicábamos a la gente, de una forma amable, por qué debían ser cómplices nuestros y pagar una boleta. Ahí está el intercambio de valor, porque la gente tiene que saber que debe invertir en algo de calidad. Tenemos que ver cómo tener unos precios más cómodos, pero tampoco podemos dar las entradas gratis. Cada caso requiere un análisis y tomar una decisión frente a cuál es ese intercambio de valor, teniendo en cuenta que hay un mercado que no podemos herir.

**Guevara:** Me ubico en el lugar básico de mi ejercicio en el teatro, y es el de ser artista. Desde ese lugar me da pena pedirle a alguien que me pague para que se siente y yo le cuente mi discurso. ¿Por qué la gente tiene que pagar para escuchar lo que yo pienso sobre el mundo? Me instalo en el siglo XXI y sé que debe haber una retribución, pero me

cuesta un poco decirle a alguien que me pague 30, 40 o 50 000 pesos para que se siente, se calle, se aíse y me escuche. A veces uno paga los 50 000 y se da cuenta de que no le interesa ese discurso del otro. Entonces, en el hecho de la gratuidad, yo pongo sobre la mesa el decirle a la gente: “Estoy haciendo esto; si te interesa, me pagas. O si me dices que quieres que te invite, bienvenido, entras gratis”. Ahora vamos a hacer una gira de veinte años en Cali y en Medellín, y como allá no tenemos público, las funciones van a ser de entrada gratuita, porque en este momento no me siento en la disposición ética de decirle a un paisa o a un caleño, “págame para que me escuches”.

Como gestor, y con respecto a los festivales, veo una diferencia con lo que dice Diego, pues la asistencia a los festivales no alcanza el 10% de los habitantes bogotanos que van a las salas. A veces veo decir en redes sociales que el Festival les está quitando el público con sus actividades gratuitas, y me parece imposible que, en una ciudad de nueve millones de habitantes, no hayan cultivado un público que pague por escuchar sus discursos, mientras que hay un público en los sótanos de la Jiménez, en Alteratro, o en el Festival de Teatro de Bogotá, que se está formando, o está creciendo, o se le está lanzando la red para atraparlo, diciéndole “ven te cuento, sigue, haz la cola”. Creo que estos espacios son oportunidades.

**Leal:** ¿Qué intercambias por esa experiencia de vida? Es importante que la persona que te va a ver entienda que hay todo un trabajo detrás de la obra, en el que además están involucradas muchas personas. Absolutamente todo vale,

entonces ¿por qué el teatro y las expresiones artísticas no? La persona que va a ver la obra tiene que entender que debe haber un intercambio de valor.

\* \* \*

**Intervención del público:** Hace dieciséis años en Medellín el Pequeño Teatro se inventó la idea del aporte voluntario para sus espectáculos, y todo el sector de teatro se molestó. Sin embargo, la gente iba y pagaba su aporte voluntario. Hicieron el experimento de poner a 5000 pesos la obra más taquillera del teatro, y no fue nadie; al otro día la volvieron a poner con aporte voluntario, y se llenó. Esa misma gente que va al Pequeño Teatro va también al Teatro Matacandelas pagando normalmente la boleta. Entonces puedo concluir que cada sala está formando sus propias dinámicas de relación con el público.

**Intervención del público:** ¿Por qué creemos que, cuando le pedimos al Estado que nos de recursos para educación y cultura, estamos mendigando? Vemos que no hay presupuesto para nada de esto, pero sí para la guerra, entonces, ¿en qué se están gastando nuestros impuestos?

**Intervención del público:** Eventos masivos y de entrada libre como Rock al Parque y Jazz al Parque, en los que, por ejemplo, uno conoce grupos y después paga por ir a verlos, ¿por qué no suceden en el campo teatral? ¿Por qué el Festival Iberoamericano de Teatro no tiene ni siquiera precios para

estudiantes? ¿Cómo podríamos aprender de otras áreas de la cultura que se han movido en el mercado, como el BOmm?<sup>17</sup>

**Gaviria:** También tenemos una política de gratuidad en los diferentes escenarios, como en la Media Torta, lo que sucede es que no es tan masiva ni tan mediática como los festivales al parque. Al público le toca también buscar un poco más, acercarse para conocer la oferta.

**Intervención del público:** Durante estos tres días se ha dicho que no se sabe qué es el público. Debería haber una respuesta medianamente clara al respecto. También veo que hablan de extremos: pagar o no pagar. Creo que primero se debería conocer el público para saber cuánto puede pagar.

**Intervención del público:** ¿Por qué no hay una compañía residente en el teatro Jorge Eliécer, con un ciclo de entrenamientos como lo tiene la danza?

**Gaviria:** La compañía residente de danza se creó porque alguien la quiso crear, con un interés particular, y buscó apoyos y recursos y luego fue creciendo. Se intentó hacer lo mismo con el teatro, pero no tuvo un eco en ese momento. Debe haber una voluntad y un doliente que lo haga.

---

17 Bogotá Music Market. Plataforma de circulación, negocios y actualización profesional de la Cámara de Comercio de Bogotá.

**Leal:** El problema no es si hay o no hay público: público hay; el tema es cómo lo estamos conociendo, cómo nos estamos acercando a él y cómo nos estamos comunicando con él.

**Romero:** Más que respuestas, tenemos que complementar nuestras dudas. Cada día seguimos preguntándonos qué es el público, y este seminario estimula la reflexión que día a día hacemos con nuestras experiencias teatrales.

**Sexto panel**

**EL ESPECTADOR DEL FUTURO**

*Este panel dirige una mirada al público de los próximos veinte años y plantea perspectivas y alertas sobre el fenómeno del público teatral en futuras generaciones de espectadores.*

## Panelistas



VICARIO

**FERNANDO**

Gestor cultural (España)



TRUJILLO

**MARCELA**

Subdirectora de Formación  
Artística del Idartes 2019



FERRO

**LUNA**

Directora de La Sala  
Fábrica de Hecho  
Culturales



GONZÁLEZ PUCHE

**ALEJANDRO**

Director teatral y docente  
de la Universidad del Valle



LOZANO

**MICHELLE**

**Moderadora**

Actriz, politóloga y  
gestora cultural

**Lozano:** ¿Cómo nos imaginamos el público del futuro?

**Vicario:** Este verano fui al Festival de Teatro Clásico de Mérida, y por primera vez habían hecho una estadística de cuáles son las edades que asisten al Festival. Cuando me pasaron las estadísticas pensé que se habían equivocado, porque la media era de veintiséis años, es decir que la mayor parte de la gente es joven, y a la gente joven le fascina ir a ver teatro clásico. Al público le está interesando recordar cosas antiguas. El vinilo, por ejemplo, ha facturado en la industria de la música prácticamente el 30%. Le está empezando a importar la memoria a la gente joven. ¿Dónde está el público del futuro? Tendríamos que mirar un poco cómo nos hemos relacionado con el público del pasado para saber cómo nos vamos a relacionar con el público del futuro. A veces nos sentimos deslumbrados por las nuevas tecnologías y queremos llenar todo de rayos láser, pero eso nos cansa. Nos hace falta la relación humana, el contacto físico que solo lo da el teatro. Cuanta más experiencia física y humana tenga el teatro, más público vamos a tener.

**González:** La gran capacidad que tiene el teatro es la de llenar de sentido las vidas. Sin que seamos pedagogos, mantenemos un relato y una cantidad de elementos que permiten que el espectador entienda muchas cosas del presente.

¿Qué significa la palabra *público*? Etimológicamente, es un cuerpo colectivo de ciudadanos. La palabra *república* tiene que ver con esa ciudadanía. La construcción de un público en nuestro país tiene que basarse en qué entendemos por

*ciudadanos*. Ese espectador del futuro, tenemos que pensarlo también desde las tradiciones. Nosotros pertenecemos a una tradición española, que es muy diferente a la inglesa o a la francesa, porque España construyó un público a partir de la experiencia popular de los corrales de comedias. Nosotros tenemos que devolverle al público eso por lo cual iba a las salas de teatro. Nosotros participamos de una estructura auto sacramental y nos fascina la alegoría como medio a través del cual podemos comunicarnos. Los éxitos que ha tenido el teatro colombiano, por ejemplo, el nuevo teatro, es porque la gente no iba a ver a *Guadalupe años sin cuenta*: la gente iba a escuchar una reinterpretación de la historia colombiana que nadie había dado. La gente va a teatro a encontrar unos sentidos ocultos que no están en ningún otro lugar.

El público es muy caprichoso, y a veces le atinamos y a veces no. Por eso no podemos garantizar el éxito de una obra, pero sí podemos garantizar la calidad. Nosotros tenemos una herramienta muy poderosa que no tiene nadie, y es que medimos en tiempo presente lo que le gusta o no a la sociedad.

**Trujillo:** No hay pregunta más difícil que la que nos hacen con relación al futuro. No tengo la más remota idea de qué va a pasar dentro de unos años ni dentro de cinco minutos. Pensar en el espectador del futuro es como tener una bola de cristal puesta sobre esta mesa. Sin embargo, espero que el público que está aquí sentado sea el que va a estar viendo teatro dentro de veinte años. Es decir que aquí, en esta comunidad de aprendizaje que estamos creando, hay una construcción de un público que estará buscando productos culturales en el futuro.

Con relación a la formación artística, que es en lo que he venido creciendo como ser humano en los últimos años, hay un tema que tiene que retar a quienes nos están ofreciendo el producto cultural y artístico. Los chicos y las chicas que están pasando por procesos de formación artística están teniendo, desde su educación inicial, con el Programa Nidos, una garantía en términos de acceso a los derechos culturales, desde sus propios lenguajes y agenciamientos. Ese bebé que vive una experiencia sensorial-sonora en un laboratorio de Nidos, o una experiencia artística en los territorios, probablemente va a tener un tejido relacional completamente distinto, porque cuando un ser humano es tocado por el arte, es un ser humano distinto, y a partir de ahí empezamos a construir ciudadanías. Por otra parte, los niños que están creciendo en los procesos de formación artística del Programa Crea están atravesados por otras cosas que el sistema educativo no les permite: la desobediencia, el pensamiento divergente, la ruptura total con ese esquema educativo en el que todos crecimos y que no ha cambiado mucho. Este no será un público que trague entero dentro de veinte años: será un público que querrá estar implicado en el proceso de la obra, querrá ser público activo. Esta disrupción se la ha permitido el lenguaje y el pensamiento artístico.

**Ferro:** Hay una palabra que no ha surgido mucho y es *identidad*. Como sujetos transitamos por varias identidades. Por eso debemos pensar en construir identidad desde las múltiples y diversas identidades por las que transitamos. Con esto estamos hablando de ciudadanías, puesto que no hay un

único ciudadano con una única identidad, y estamos hablando también de públicos. Entonces, ¿cómo un espacio teatral o una experiencia escénica está al tanto de esas identidades fluctuantes y se piensa desde la multiplicidad?

**Lozano:** ¿Cuál creen que es el rol que representan ustedes en este momento en la construcción de los públicos?

**Vicario:** Retomando el tema de la identidad, Martín Caparrós, el periodista argentino, dice que el ser humano puede cambiar de todo en esta vida, menos de equipo de fútbol. Nos están haciendo creer que el tiempo real es el tiempo de las máquinas, de las redes, de los ordenadores; tiempos desprovistos de emoción, de sensibilidad, que no son el tiempo de los seres humanos. Acuérdense del despecho, lo que tardó aquello en curarse. Entonces, desde mi profesión me planteo recuperar el tiempo de los seres humanos. A los espectadores del teatro los vamos a recuperar si les dedicamos el tiempo de lo humano.

**Ferro:** Nuestro espacio se llama La Sala porque nos remitimos a ese lugar de la casa donde se produce el encuentro. Veo que cada vez ir al concierto, al teatro, a la librería, es una excusa para encontrarme con el otro y conversar. Ese espacio del *mientras tanto* (mientras llego a la sala, mientras tomo el café, mientras me encuentro con la gente) es a veces lo más importante.

Quisiera resaltar también la diferencia entre el *instinto* y la *pulsión*: el instinto son las necesidades básicas, por ejemplo, comer. Pero nosotros, como agentes de las artes, tenemos que

generar la pulsión de ir a teatro. Esto no alimenta las necesidades básicas del cuerpo, sino que alimenta el alma y la imaginación.

**González:** Hay que dejar de idealizar el público. El público es un cabrón, uno no sabe por qué va o por qué no va. Hay que tratar de entender por qué funciona y por qué no funciona. Me ha inquietado mucho el éxito que ha tenido el violinista André Rieu, pues ha llenado estadios enormes tocando un *vals* de Strauss. En el fondo, creo que hay una tendencia en Colombia a creerse un poco aristócrata; hay un esnobismo, una necesidad de diferenciarse. Al espectador hay que tratarlo mal para venga. Los mejores bares que ha habido en Bogotá son los bares cutres, roídos, putrefactos, pero la gente ha querido estar ahí porque ahí está pasando la vida. El público es un cabrón, un perro.

**Trujillo:** Lo que decidí hacer como mediadora entre la vida real y la política cultural fue justamente pararme en el lado de quienes normalmente no tienen acceso a esa vida artística, pero que encuentran en el arte una respuesta para sus realidades cotidianas adversas e inician una búsqueda del sentido de la vida, por ejemplo, en el circo social. Ahí me paro yo: en la formación artística como herramienta para la transformación social.

**Lozano:** ¿Qué retos empiezan a identificar en la construcción de públicos?

**González:** Debemos tener permanencia para lograr un hábito. El público es intangible, es como el coro griego: son muchas voces movidas por asuntos secretos. Apenas creemos que tenemos a un público, lo perdemos. Esta ha sido la tragedia de muchas salas en Bogotá, pero el público debe tener la certeza de que, pase lo que pase, siempre habrá teatro el viernes en la noche.

**Vicario:** Tuve la suerte de estar en una obra de *La Fura dels Baus*,<sup>18</sup> en la que nos secuestraron a los espectadores. Cuatro tipos armados salieron del público, dispararon al techo y al escenario, y yo estaba muerto del miedo. Todo estaba tan bien hecho que nunca me creí que aquello fuera una obra de teatro en la que estaban haciéndonos sentir lo que había pasado en Ucrania hace algún tiempo. Tenemos que zarandear al público: si lo seguimos mimando se volverá melindroso. Por otra parte, no podemos sentir pena de cobrarle al público porque venga a vernos: debería darnos una alegría tremenda. Uno va al banco y le sacan hasta el higadillo. Hay que cobrarle al público porque le estás haciendo sentir, emocionarse, transformarse.

**Trujillo:** Pensando en la construcción de proyectos, programas, planes y políticas públicas que le sirvan a la ciudadanía, nuestra responsabilidad es lograr insertar el pensamiento artístico en el sistema educativo, esto es, romper con los esquemas tradicionales que nos han acompañado por siglos.

---

18 Compañía española de teatro.

Tenemos también que encontrar formas de relacionarnos y de reflexionar con las tecnologías, tenemos que salirnos de las estructuras canónicas de las disciplinas, planteando la interculturalidad y la transdisciplinariedad.

**Ferro:** Si nosotros no nos arriesgamos a programar lo diferente, ¿cómo hacer que el público se arriesgue a ver cosas nuevas y diferentes? El hecho de que alguien vaya al teatro no es garantía de que vuelva, pero nosotros tenemos la responsabilidad de garantizar que vaya, por lo menos, una vez.

\* \* \*

**Intervención del público:** Más que una inquietud es una reflexión sobre estos tres días de seminario. Primero que todo quiero agradecer por este espacio, porque se abre para mí un espectro muy amplio sobre lo que hacemos. Quiero retomar la idea de “público cabrón”. Creo que nosotros, como gremio teatral-público, somos más cabrones aún, pues nos damos muy duro entre nosotros y no somos capaces de entender que cada cual hace un teatro diferente, con una propuesta estética diferente. Cuando encontramos maneras inteligentes y creativas de hablar de lo que no nos gustó del trabajo del otro, se generan formas de hacerlo cada vez mejor. Cuando uno ve el trabajo de los compañeros lo más fácil es decir: “Eso es una mierda”, pero estuve estudiando en España con dos maestros maravillosos, José Sanchis Sinisterra y Juan Mayorga, que cuando veíamos el trabajo de los compañeros, siempre hablaban de lo mejor que había en él, siempre encontraban

aquello maravilloso, aquello que se debía potenciar, y me enseñaban a romper con ese chip de juzgar o descalificar. Siempre invitaban a tomarnos unas cañitas después de la obra, para encontrarnos y hablar. Creo que nosotros, desde la Academia, hemos encontrado maneras poco creativas de hablar del trabajo de los demás, y eso se replica.

Retomando la idea de lo popular, alguien me decía que los reguetoneros saben cómo hacer alianzas, se juntan uno con el otro para cantar, comparten sus redes sociales y logran algo masivo. Pero nosotros, como gente de teatro, cuidamos nuestro pedacito para que no nos lo toquen. Por ejemplo, Coco podría juntarse con Rubiano y compartir redes, compartir públicos; eso sería un *hit*<sup>19</sup>. Esto nos invitaría a aceptar la diferencia, a salir de nuestro encierro.

**Intervención del público:** He tenido la posibilidad de vivir el arte desde muchas instancias. Estudié teatro, pero la danza me ha atravesado toda la vida; entonces, mi pregunta va dirigida a la articulación, por ejemplo, entre la danza y el teatro. Pensando la articulación me digo: mi brazo necesita de mi hombro, necesita de mi codo. ¿Por qué no hemos hablado de arte para la transformación social? ¿En dónde nos estamos encontrando? ¡Todos tenemos función a la misma hora! O tenemos ensayo, pero ¿cómo hacemos para vernos? En Medellín veía diversidad en los públicos, pero eso no lo veo en Bogotá.

---

19 Un éxito. En el mercado musical se denomina *hit* a un disco o sencillo muy exitoso.

Como seres sociales y conectados con el universo, deberíamos preguntarnos para qué se hizo el teatro. He tenido experiencias en el Crea que me hacen pensar que sí funciona, les pasan cosas de verdad, viven una transformación. Al público no hay que tratarlo mal: hay que hacerle vivir una experiencia, pero ¿cuál es esa experiencia?

**Trujillo:** Ayer Hernando Parra hablaba de que lo interdisciplinar no es sumar todo en el escenario, sino justamente la síntesis de las disciplinas al servicio de una experiencia artística. Te devuelvo la pregunta, porque a veces la limitación en pensarnos de manera articulada está justamente en la manera en que experimentamos cada una de las disciplinas artísticas y en que cada uno, en su rol en la disciplina, no es capaz de vincularse con la disciplina del otro.

**González:** Siento que la articulación la hemos tenido. El mejor ejemplo en Bogotá fue Enrique Vargas con el Teatro de los Sentidos, y le tocó irse a España porque aquí no aguantaba. Los lenguajes de la articulación salen muy costosos. En general, los tempo-ritmos del músico y del bailarín no coinciden con los del actor, entonces es muy difícil y costoso, y no hay suficientes becas para ello, pero toca seguir haciéndolo a través de proyectos y de ideas.

**Vicario:** La historia de la humanidad es la historia de las desarticulaciones. Hemos venido desarticulados toda la vida, y creo que no nos vamos a articular nunca. Tenemos que aprender a utilizar la desarticulación como generadora de

conflictos creativos. Lo que sucede es que el conflicto nos da tanto miedo que siempre tendemos a eliminarlo y buscamos la armonía. Pero lo bonito es el despelote, es que todos pensemos como nos dé la gana. Lo malo es que hemos hecho de la desarticulación un conflicto, y del conflicto, una razón para eliminar. Si el conflicto nos diera para incorporar miradas distintas, la desarticulación sería riquísima. La teoría de la relatividad tiene que acudir a la mecánica cuántica, y de lo más grande tenemos que llegar a lo más pequeño. ¿Cómo conseguimos eso? Si no transformamos los modelos de educación e incorporamos la creatividad en esos modelos, el conflicto va a seguir siendo un problema. Pero para los estudiantes creativos el conflicto va a ser siempre una fiesta, una felicidad, porque les da la posibilidad de crear cosas nuevas. Creo que estando desarticulados y respetándonos, vamos a avanzar más que articulados y caminando juntos.

Finalmente, me ha alegrado muchísimo que se haya mencionado a Mayorga y a Sanchis Sinisterra, quienes han sido grandes maestros. La última vez que me vi con Sanchis me contaba del boceto para su próxima obra de teatro. Es una obra sobre los bonobos, unos monos que están todo el día teniendo sexo y masturbándose. Entonces, a esa comunidad llega un día un bonobo que es cura y les dice que no pueden estar todo el día follando; luego llega un rabino y les dice que no pueden estar todo el día teniendo sexo, que tienen que producir; después les llega un musulmán, y la comunidad de bonobos se convierte en una comunidad de monos amargados, porque han empezado a pensar en articularse.

# **Reflexión a modo de con- clusión**

## *Sobre el público y el espíritu popular del teatro*

El movimiento teatral de Bogotá es un ecosistema hecho de materias diversas y fluctuantes; siempre complejo, lleno de fricciones, de fracturas, de costuras, de nuevos amaneceres; un sistema vivo de artistas, gestores e instituciones; tan heterogéneo que pareciera incompatible, pero en su diversidad hay fuerza, permanencia y una esencia común: la búsqueda de ese encuentro único con el público. El público suele generarnos algo de incertidumbre, un poco de miedo, quizá angustia o recelo, tal vez por ser misterioso e inasible como el teatro mismo, o por aquello de ser, obra y público, espejos que se encuentran.

A lo largo de la historia, la reflexión sobre el público siempre ha estado presente en las poéticas teatrales y en la praxis de los artistas escénicos, ligada al sentido mismo de hacer teatro. Ya sea un sentido ritual, una forma de comunión, una incitación a la emancipación o una risa colectiva liberadora, siempre hay algo que se quiere generar en el público, y hay algo que el público genera en la creación escénica. La discusión sobre el público no se agota y es tan necesaria hoy como antaño, porque hablamos de un teatro vivo e inmerso en un mundo cambiante.

Las nuevas direcciones y retos de la escena contemporánea van de la mano de los seres humanos de hoy. Aquella frase, tantas veces dicha y guardada en el cajón de frases sobrentendidas u olvidadas, “el teatro es aquí y ahora”, nos lleva a pensar profundamente en su esencia. El teatro es un arte efímero, es ese instante en el que obra y espectador se

encuentran, pero también es ese algo que permanece tras los aplausos, que se extiende infinitamente: es un oficio de la memoria y del sueño, es la construcción de futuros.

Hay diversidad en el movimiento teatral de Bogotá: múltiples salas de teatro en espacios metropolitanos y comunitarios con programación permanente y variada; numerosas organizaciones independientes dedicadas a la creación, la gestión y la circulación de las artes escénicas; compañías de reconocimiento internacional con exploraciones inter y transdisciplinarias; programas de formación en artes escénicas en universidades públicas y privadas; talleres guiados por reconocidos maestros de las diferentes disciplinas; estudiantes, egresados o *amateurs* encontrándose en casas de amigos, en cafés o en espacios no convencionales, con ideas, deseos, proyectos y acciones; distintos festivales, circuitos y encuentros autogestionados; redes mundiales de artistas, páginas activas para la difusión y la promoción; becas, residencias, premios, pasantías y diplomados de programas distritales que fomentan las prácticas. Pero ¿hay público en Bogotá?

La presencia del público es vital, no solo para que el proceso creativo, de producción y gestión teatral se complete y se amplíen y ramifiquen sus posibilidades, sino para que tenga sentido. La presencia del público es vital para la existencia misma del teatro. A veces, en las dinámicas de los procesos, pareciera que se pasara por alto al público, siendo que debe tener un encuentro frente a frente con el hecho escénico. El público es tan variado, tan diverso, tan fluctuante, tan indefinible, que no puede ser visto desde un solo ángulo, no puede ser pensado por una sola persona o por uno solo de

los hilos que componen el tejido que debe ser el movimiento teatral de Bogotá. Hay una responsabilidad de todos frente al público, pero esa responsabilidad debe ser coherente con el rol de cada teatrista y con las especificidades de su quehacer.

La inquietante sensación manifestada por muchos participantes y asistentes durante el seminario *El Público: Protagonista de la Experiencia Teatral*, al ver un crecimiento en la creación y en la producción escénica, así como en los equipamientos culturales, y contrastar ese auge con las butacas vacías, o encontrarse siempre en las salas con los mismos y las mismas, hace volcar las reflexiones hacia lo que significa *el público*. Uno o cinco espectadores son público, pero no son suficientes. No se trata solamente de estadísticas o de llenar las salas, y tampoco se trata exclusivamente de la experiencia que se quiere construir; entonces, ¿de qué se trata? ¿Cómo desentrañar ese misterio? En las tres jornadas del seminario es posible identificar nodos comunes que nos permiten ahondar en ello. Principalmente, hay un espíritu que ha rondado sutilmente en torno al tema, pero que se ha instalado para convertirse en una idea base: es el espíritu popular del teatro. Las inquietudes y los diálogos que han surgido en el seminario apuntan a la necesidad que tenemos de volver el teatro a lo popular.

En este tiempo de fracturas, de heridas abiertas y de desencuentros, tiempo en el que clamamos por reconciliarnos, transformarnos o renacer, ver palpitar en todos los participantes del seminario ideas tan profundas asociadas a la relación del teatro y lo popular resulta altamente pertinente y conmovedor. Estas miradas y formas tan diferentes de ser, de

hacer y de pensar sobre el público y la escena, básicamente buscaron responder a preguntas como ¿qué es el público?, ¿cuál es la experiencia que se construye con el público?, ¿qué se quiere generar en el público?, ¿cómo lograr que el público vaya a las obras?, ¿cómo formar públicos?, ¿cómo será el público del futuro? Estos interrogantes han puesto en evidencia análisis, necesidades, anhelos o la nostalgia de retornar al espíritu de lo popular. Esto no tiene una sola implicación, no nos habla de una manera única de percibir lo popular, no nos anquilosa, no retrata solo masas ni nos ubica exclusivamente en lo marginal; en realidad, esto nos está hablando de regresar al público. En una de sus intervenciones, Rubiano (en este volumen) pone de manifiesto que

Nos hace falta una investigación profunda de lo popular, porque siempre hemos tenido un concepto errado de lo popular, como si fuera lo marginal. ¿Cómo se hace popular una pieza? [...] ¿cómo entrar en lo popular sin asumir que es marginal? ¿Cuáles son todos los desarrollos artísticos que ha habido a partir de lo popular? Incluso hay géneros populares que uno desprecia, en vez de aprender de ellos. (p. 83)

Más adelante, González Puche (en este volumen) menciona que debemos pensar el espectador del futuro desde las tradiciones, dado que la nuestra es una tradición española y “España construyó un público a partir de la experiencia popular de los corrales de comedias” (p. 125). Nos dice que “etimológicamente, la palabra *público* es un cuerpo colectivo

de ciudadanos. La palabra *república* tiene que ver con esa ciudadanía. Entonces, la construcción de un público en nuestro país tiene que basarse en qué entendemos por ciudadanos” (p. 124). Y Ferro (en este volumen) complementa esta idea diciendo:

Como sujetos transitamos por varias identidades. Por eso debemos pensar en construir identidad desde las múltiples y diversas identidades por las que transitamos. Con esto estamos hablando de ciudadanías, puesto que no hay un único ciudadano con una única identidad, y estamos hablando también de públicos. (p. 127)

Entonces, el asunto se teje fino en el engranaje total del movimiento teatral y en su relación con los otros movimientos sociopolíticos, culturales y económicos. Germán Rey (en este volumen) le da la razón a Michel de Certeau cuando dice que “la cultura está en los márgenes, no está en los centros, y hoy ni siquiera la política está en los centros” (p. 102). Este planteamiento será fundamental para comprender las nuevas formas en que están surgiendo los espectadores y conectar con la experiencia escénica, la mediación, el fomento, la formación y la divulgación.

La mayoría de los participantes del seminario relataron sus anécdotas para expresar ideas o ejemplificar conceptos, porque la anécdota es el relato cotidiano de la gente, es la experiencia vital que trasciende con el poder de la palabra y se aviva en los festejos y en los encuentros populares; se vuelve

risa y aprendizaje. Por tanto, seguiremos hilvanando la idea de reconectar el teatro con lo popular a partir de ese mar de anécdotas y reflexiones, enfocándonos en el análisis de tres interrogantes: ¿qué es el público?, ¿cuál es la experiencia que se quiere construir con el público? y ¿cómo hacer para que el público asista a vivir esta experiencia?



## *Qué es el público*

Uno de los asistentes al seminario manifestó su inconformidad, pues durante las tres jornadas todos los participantes expresaron no saber qué es el público, y a estas alturas ya deberían tener una idea medianamente clara (intervención del público, en este volumen, p. 120), a lo que Romero (en este volumen) respondió: “más que respuestas, tenemos que complementar nuestras dudas. Cada día seguimos preguntándonos qué es el público, y este seminario estimula la reflexión que día a día hacemos con nuestras experiencias teatrales” (p. 121). Esto nos remite al relato de Vicario sobre el teórico Bauman, cuando le preguntan por qué ha dicho cosas tan distintas sobre la cultura en tres momentos de su vida, y él responde que eso es precisamente lo que está haciendo la cultura con nosotros: diciéndonos cosas distintas cada vez (Vicario, en este volumen, p. 50). Así mismo, el público va cambiando conforme se transforman las culturas.

Romero había comenzado diciendo: “No sé muy bien qué es el espectador. Llevo muchos años haciendo teatro y moviéndome en diferentes campos artísticos, pero el espectador teatral es un monstruo de mil cabezas, difícil de definir” (p. 112). De manera similar, Rubiano expresa que “los estudios sobre el público nunca aciertan, porque el público es variable, no se puede determinar” (p. 81); más adelante, Leal afirma que “el público es una incógnita” (p. 115), y finalmente González Puche plantea que “el público es intangible, es como el coro griego: son muchas voces movidas por asuntos secretos. Apenas creemos que tenemos a un público, lo perdemos” (p. 129).

Pero en ese aparente no saber qué es el público hay también algo de certeza: la de que no hay un solo modelo de público, que no lo podemos generalizar o definir en una sola acepción, y que estamos ante una pregunta filosófica que tiene que ver con lo que significa ser humanos. “A veces creemos que el público es una gran masa homogénea, pero en realidad es una suma de particularidades” (Contreras, en este volumen, p. 91). Así mismo, el término

... *espectador* es una palabra general. No podemos usar esta palabra por sí sola, pues resulta engañosa. Tenemos que acompañarla con un adjetivo o con otro sustantivo que de alguna manera desambigüe lo que está pasando en el rol del espectador. Por ejemplo: espectador ritual. (Dubatti, en este volumen, p. 38)

Un teatro que subestime al espectador o lo juzgue por no ser capaz de comprender la obra es un teatro que se está alejando del público:

Debemos entender cómo miran aquellos que creemos que no saben mirar; intentar entender las otras formas como el público ve lo escénico [...] La irreverencia, la expulsión de la culpa intelectual, el disfrute, pertenecen a la nueva forma de estar en un patio de butacas, y nos lo están diciendo los jóvenes todo el día. (Vicario, p. 58)

Pareciera como si las palabras *público* y *espectador* se utilizaran para referirse a lo mismo, pero vemos que el concepto de *público* se centra en la relación experiencial con el hecho teatral, en la práctica de la expectación, esto es, en el concepto de *espectador*, como lo plantea Salazar, en este volumen (pp. 91-92). Cuando hemos afirmado que hay diversidad en el movimiento teatral bogotano nos referimos también a la diversidad de sus públicos. Ante la pregunta *¿hay público en Bogotá?*, sabemos que lo hay en cuanto que hay diversidad de “cuerpos colectivos de ciudadanos” (González Puche, p. 144); todos estos son públicos potenciales de la multiplicidad de las obras, mas no todos están siendo espectadores, es decir, no todos están asistiendo propiamente al hecho escénico.

En esa relación que se construye en la experiencia del hecho escénico surgen ideas diversas sobre lo que es el público: para Ortega (en este volumen, p. 64) es como un amante, mientras que para Brie (en este volumen, p. 70) es un testigo al que se quiere conmover, y llama conmoción “al lugar donde el cerebro y el corazón se juntan”; y para Badillo (en este volumen, p. 65) “es un misterio y a la vez es algo muy concreto que necesitamos, no solo porque nos resuelve la economía, sino por la relación que establece con las obras”. Siguiendo esta idea de la concreción, González Puche invita a dejar de idealizarlo, porque el público es un cabrón, un perro, “uno no sabe por qué va o por qué no va, hay que tratar de entender es por qué funciona y por qué no funciona” (p. 128); y Rubiano lo ejemplifica, entre risas, diciendo haber entendido muchas cosas sobre el espectador real el día en que en medio de una escena en la que van a violar a Lavinia, ella dice que es

virgen, entonces se para un espectador y dice: ¡esa vieja qué va a ser virgen! (p. 79).

Tenemos que hablar del espectador real que se sienta en las butacas, el que vive la experiencia de ir a teatro, entre las mil posibilidades y circunstancias en las que esto sucede. Con Dubatti vimos que en Argentina hay un empoderamiento de la figura del espectador, y que se ha dado de la mano del crecimiento de los medios digitales y del decrecimiento del discurso crítico de autoridad, es decir que las voces de todos los tipos de espectadores se están expresando y están siendo escuchadas, por lo que se hace evidente una atomización del espectador, fuera del esquema racional en el que estaba instaurado. Esto hace vivo el teatro, pues siguiendo la idea que Rey toma de Certeau, de que la cultura está en los márgenes (p. 102), comprendemos la importancia de este empoderamiento del espectador como fenómeno de empoderamiento social y de transformación de ciudadanías. En el caso de Argentina, y puede llegar a ser el caso también de Colombia y de toda Latinoamérica, tenemos a un espectador que, como el pueblo, comienza a despertar del discurso autoritario. Dubatti, en sus profundas investigaciones sobre la historia del público, está comprobando que el concepto que teníamos instaurado de *espectador* jamás existió en la antigüedad, ni en el origen, ni en el desarrollo mismo del teatro, sino que en realidad es un concepto estructurado por el pensamiento racional moderno, es un concepto ligado a la forma en que se ha querido moldear, dirigir y dividir a la sociedad (p. 38). En este despertar, “el espectador contemporáneo de alguna manera está recuperando la dimensión originaria de los espectadores, un espectador creador, filósofo, gestor, crítico y

multiplicador, asumido desde un rol participativo” (p. 38). Para Rey es importante revisar la idea de *prosumidor*, pues facilita comprender la idea de *espectador*. Relacionando a los espectadores de teatro con los nuevos espectadores de televisión, plantea:

Ya no tenemos al frente solamente a un consumidor de programas; cada vez tenemos más a un sujeto de derechos, a alguien que actúa frente a las narrativas televisivas. Atrás queda la idea de las pasividades y hoy tenemos una actuación polimorfa, heterogénea, a través de tránsitos, que es en ocasiones tráfuga y se ubica en los márgenes. (p. 102)

Todas estas formas de entender la figura del espectador están diversificando también los sentidos de hacer teatro. Volvemos a Rey cuando nos pregunta: “¿Qué hacen este teatro y todos los teatros para manejar las posibilidades del segmento y abrirlas a las posibilidades de la diversidad?” (p. 108); y a Ferro: “¿Cómo un espacio teatral o una experiencia escénica está al tanto de esas identidades fluctuantes y se piensa desde la multiplicidad?” (p. 127). Podríamos comenzar interiorizando este planteamiento de Dubatti:

Si el teatro es el otro, si realmente una metafísica del teatro es la ética de la alteridad, el modelo utópico de una escuela de espectadores es un espectador compañero, del latín *cumpanis*, que significa ‘el que comparte el pan con el otro’. (p. 41)

La experiencia de César Brie con su viaje a Bolivia es la búsqueda de un público, y esa búsqueda está estrechamente ligada con el sentido que tiene para él hacer teatro: encontrarse con un público real, un público que es la gente; seres humanos con problemas, miedos, inestabilidades y contradicciones; un público que está en los nichos donde son efervescentes las manifestaciones populares:

Tengo que salirme de los teatros e ir a las escuelas, a las universidades, a los barrios, a las calles, a los pueblos; ahora sé muy bien lo que tengo que hacer, y no es estar en el teatro Municipal; tal vez volver dentro de un tiempo, pero que toda esa gente que ya he conocido en las calles se venga. (Brie, p. 18)

Con Brie estamos ante la búsqueda del sentido de la existencia en relación íntima con el sentido de ser artista, y ese sentido se alimenta en lo popular. Las experiencias más significativas y gratificantes que ha tenido Brie con el público han surgido con el pueblo, en ese tejido fino de relaciones que se da cuando hay cercanía con la diversidad. Al plantearnos, mediante una anécdota, que el origen de la palabra *público* es *pueblo* (p. 24), todas sus historias de aventura con comunidades campesinas e indígenas adquieren un profundo sentido, y entendemos su mirada poética del mundo.

Marina Lamus (2019), en su artículo para la revista *Teatros* (n.º 24) habla de las características del público bogotano del siglo XIX. Con su planteamiento cerramos esta primera línea de reflexión:

El público decimonónico era tan heterogéneo como la sociedad, la cual estaba compuesta por personas de distintas clases [...] se podría decir que los espectadores de antaño eran los mismos individuos que asistían a las plazas de mercado, iglesias, oficinas, aulas escolares; que realizaban oficios modestos e imprescindibles, eran vendedores ambulantes o artesanos, comerciantes o se encargaban de la administración pública [...] en fin, eran hombres y mujeres que componían la sociedad urbana, podían pagar la entrada a las funciones y se unían para compartir un momento irrepetible dentro del teatro. (p. 18)

### ***Cuál es la experiencia que se quiere construir con el público***

Hemos visto cómo las ideas sobre el público están ligadas a la experiencia escénica que se construye con él. Reafirmamos esta relación desde los vínculos filosóficos, poéticos y sociales que la componen, entendiendo la responsabilidad del artista, pero la totalidad de la experiencia que vive el público al ir a teatro comienza en el momento en que se informa del evento. Entonces se trata de una responsabilidad compartida entre todos los agentes implicados.

A Montoya, por ejemplo, le interesa construir una experiencia común (p. 114); a Vicario le interesa la relación humana, el contacto físico que solo da el teatro: “cuanta más

experiencia física y humana sea el teatro, más público vamos a tener” (p. 124). A los espectadores del teatro los vamos a recuperar si les dedicamos el tiempo de lo humano” (p. 127); a Arbeláez (en este volumen) le interesa conmovirse mutuamente; para él,

El teatro es una gran metáfora en la que todos, público y actores, somos cómplices por una noche, en una relación de amantes, en un momento único e irrepetible [p. 64], en ese momento en el que nos abrazamos espectador y actor [...], ese momento que justifica toda una vida de trabajar en el teatro. [p. 70]

Nos encontramos entre lo trascendental de la comunión y lo efímero de la relación de amantes de una noche, pues “al día siguiente será otro el público, será otro amante” (Arbeláez, p. 64). Esta idea se asemeja a la experiencia carnavalesca o de festejo popular en el que todos somos uno en el fervor de los instintos y placeres de la fiesta, pero al otro día volvemos a la estructura convencional establecida y solo nos queda la esencia de la comunión vivida, en un estado latente pero inefable; o como en el caso de los amantes, nos queda el deseo palpitante de repetir.

Cuando Brie hace énfasis en la necesidad de conectarse con el espectador a través de la risa y nos dice que “para conmover a alguien es importantísimo primero hacerlo reír” (p. 70), nos damos cuenta de que no se trata del humor moderno racional, sino del poder colectivo que tiene la risa, de la risa como uno de los elementos fundamentales que

constituyen la cultura popular. Mijaíl Bajtín en su libro *La cultura popular en la Edad Media y en el Renacimiento* (2013), refiriéndose a la risa popular carnavalesca, nos dice que “es ambivalente: alegre y llena de alborozo, pero al mismo tiempo burlona y sarcástica, niega y afirma, amortaja y resucita a la vez” (p. 19). Esta risa es, por tanto, universal, es patrimonio del pueblo y “escarnece a los mismos burladores. El pueblo no se excluye a sí mismo del mundo en evolución. También él se siente incompleto; también él renace y se renueva con la muerte” (Bajtín, 2013, p. 11). Esta risa que degrada y que hunde, que parece llevarnos hacia abajo, hacia el vientre y los órganos inferiores, hacia el fondo de la tierra, a la vez nos regenera, nos habla de una posibilidad de renacer, de transformarnos en lo colectivo, en lo popular. Brie nos está hablando también de una transformación a través del teatro, a través de la risa colectiva. La anécdota sobre la presentación de aquella obra grotesca en un pueblo conservador, frente a un público de monjas y un obispo, da cuenta de este planteamiento. Al verlos reír a todos, desprovistos de sus etiquetas, lejos de las instituciones que representan y viviendo solo ese presente, Brie logra aprender mucho sobre sus prejuicios y sobre “cómo el arte une y la política divide” (p. 20).

Pensar el acontecimiento teatral filosóficamente pone a la gente a pensar en lo real, en la idea de reunión de cuerpos presentes, en la idea de territorialidad, en algo que va más allá del lenguaje, en la experiencia del duelo, en la cultura viviente, en la existencia. Esto es construir un vínculo filosófico existencial. (Dubatti, p. 94)

Para Dubatti, el espacio en el que espectadores y actores se han encontrado en el convivio teatral a lo largo de la historia es un espacio liminal, un espacio que nos habla de hibridaciones y mestizajes, un verdadero espacio de encuentros: “el comportamiento del público seguía siendo liminal porque se apropiaba del espacio para transformarlo en un espacio festivo, de diálogo o de encuentro social” (p. 36). Si el creador es también espectador, y el espectador es también creador, se están rompiendo las etiquetas en un acontecimiento abierto y cambiante, dispuesto a la diversidad del público que lo construye; un convivio teatral en el que “la expectación es una acción circulante entre todos los agentes del acontecimiento” (p. 36). Esta forma de entender el espacio teatral es simbólicamente poderosa y tiene implicaciones sociales muy fuertes, pues suscita igualdad en la diferencia y valora la otredad. Las investigaciones evidencian que este comportamiento liminal también se ha dado en la historia del teatro bogotano. Lamus (2019) nos cuenta que en el siglo XIX, en Bogotá “los espectadores influían de manera radical en la interpretación de los actores” (p. 20). Esto incluso hacía que las obras tomaran rumbos completamente diferentes de los ensayados. Tal fue el caso de la puesta en escena de la vida y obra de Policarpa Salavarrieta, interpretada por un grupo de artesanos:

Cuando en el escenario se declaró la pena de muerte de Policarpa, tal como históricamente había ocurrido, los gritos y protestas hicieron que a la Pola teatral se le conmutara la pena de muerte por el destierro en los Llanos Orientales. Y esta solución fue consensuada

entre el director y el público, para que la representación pudiera llegar a su fin. (Lamus, 2019, p. 21)

Incluso, siguiendo a Ferro, ir a teatro puede llegar a convertirse en una excusa para encontrarnos con el otro y conversar; por eso el “espacio del *mientras tanto* (mientras llego a la sala, mientras tomo el café, mientras me encuentro con la gente) es a veces lo más importante” (p. 127).

Las metáforas con las que los participantes explican esta relación con el público ahondan también en el intercambio de valor, un valor subjetivo imposible de cuantificar: “Hay un algo que el espectador se lleva que es inasible” (Badillo, p. 66); “los espectadores van a teatro a tomar de una fuente que les revitaliza el espíritu” (Ortega, p. 67); “tenemos que generar la pulsión de ir a teatro. Esto no alimenta las necesidades básicas del cuerpo, sino que alimenta el alma y la imaginación” (Ferro, p. 128); “la gran capacidad que tiene el teatro es la de llenar de sentido las vidas” (González Puche, p. 124). A cambio de eso, nosotros “estamos dándonos a nosotros mismos con el cuerpo, la voz y el alma” (Brie, p. 66), en un acto simbólico cuyas implicaciones en el mundo se mueven en todos los ángulos de lo humano, con efectos emocionales, sensoriales y reflexivos de alcance infinito:

El artista [...] les devuelve a los demás la herida, que, de algún modo, por ser artista, lleva. Porque el artista es aquel que está herido por la vida, y no le basta vivir, sino que tiene que hacer una obra. Y ¿por qué entonces el público debe venir a ver a alguien que le está

devolviendo una herida? Porque nosotros devolvemos la herida a través de la verdad y la belleza. Cuando en la obra creamos una síntesis que el público reconoce, lo que estamos haciendo es devolverle algo para que lo vea en su luz más íntima, que es la luz de la poesía. (Brie, p. 24).

Pero Brie expone también una idea contrastante cuando nos relata la presentación de una de sus obras en un hospital psiquiátrico: “El teatro es teatro, y si se cae el techo, salimos corriendo por más que estemos conmovidos; la vida es más dura y es mucho más concreta” (p. 71). Ante el horror de la guerra, ante el dolor de las masacres, los feminicidios, los bombardeos, el desarraigo, ¿qué es el teatro? Esto nos lleva a pensar en las implicaciones sociales de base que puede tener la relación con el espectador y nos conecta con los temas de formación y transformación a través de las artes, que veremos en la siguiente línea de reflexión.

### ***Cómo hacer para que el público asista a vivir esta experiencia***

Abordaremos aquí varias ideas debatidas y controvertidas por los participantes: el acceso, la formación de públicos, la formación y la transformación por medio del teatro, la relación gestor-creador, las políticas públicas y la difusión. Pero si nos enfocamos en la pregunta *¿cómo hacer para que el público vaya a ver las obras?*, ya que es lo que se necesita y desea, vemos

que es posible liar todas estas ideas entre sí y, además, vincularlas con la necesidad de reconectar con el carácter popular del teatro, siguiendo un planteamiento de Vicario: “Hay una gran dicotomía en este momento entre la vida cultural de la gente y las políticas culturales de las instituciones” (p. 51).

“Cuando se está en el ejercicio de la política pública y de la gestión cultural es difícil leer y entender que la dinámica con el espectador es de contacto, de proximidad” (Contreras, p. 90), y esto puede llegar a desfasar la esencia de la práctica, por ejemplo, en función de la estadística. Como lo muestran algunos participantes cuando se refieren a la gran diferencia que existe entre ser un grupo con sala concertada y ser un grupo sin ella:

Tenemos la presión de que tenemos que llenar, que las taquillas tienen que ser altas, la sostenibilidad, la cobertura, los indicadores; [...] mientras que los que están trabajando en un apartamento, o están haciendo *performance* en la calle a pesar de las normas, dejan esto en otra parte y vuelven a la esencia, a la obra, a la técnica, a la relación íntima con el espectador. (Salazar, p. 92)

Sabemos que en la actualidad los artistas están cumpliendo todo tipo de roles entre la gestión, la administración, la producción y la difusión. Frente a esto Vicario plantea:

El artista se debe a la obra; el gestor cultural se debe al público y tiene que ser mediador entre el artista y el

público [...] El gestor debe traducir los lenguajes y trasladarlos a los públicos. El gestor tiene una responsabilidad política, no ideológica, que solo puede transmitir a partir de la cultura, y que está por encima de las responsabilidades circunstanciales de los ministerios. [...] Un gestor cultural tiene la responsabilidad de imaginar y diseñar el tipo de país al que queremos llegar; de diseñar modos de convivencia, esto es, modos de estar juntos, formas de desarrollarnos, de crecer y colaborar para construir una utopía común [p. 45]. Tenemos que aprender a reivindicarnos en el Congreso, en el Senado y en los demás espacios políticos, porque somos una profesión política: tenemos una responsabilidad política de transformación social. [p. 54]

Podríamos decir entonces que para lograr que vaya público a ver las obras debemos comprender cuáles son las funciones que corresponden a cada agente del sector, estudiarlas y desarrollarlas en sí mismas y en su relación con la totalidad del ecosistema: garantizar el derecho al disfrute artístico, informar, facilitar el acceso, seducir, ofrecer calidad, construir una experiencia, son algunas de estas funciones, pero lo que podría englobarlas es el hecho de formar públicos. Para lograr que asista público a ver las obras es necesario formar públicos. Esto puede convertirse en un bucle, pues se necesita de lo uno para lograr lo otro, o ¿cómo podrían los artistas tener parte en la formación de público con una experiencia escénica de calidad, si el público no logra acceder a la obra? Hablamos de corresponsabilidad:

Los artistas tenemos que mantener la creación constante, con o sin apoyo, ser autocríticos para ser excelentes en la experiencia que le brindamos al espectador y ser generosos con nuestros compañeros. Y el Estado tiene que velar por que haya un contacto temprano con las artes en jardines y colegios, tiene que mantener el apoyo a los creadores y construir espacios cuidados para la circulación. (Ortega, p. 73)

Como creadores, la formación de públicos debe enfocarse justamente en la experiencia del espectador, poniéndose en su lugar y pensando en su comodidad física, para que pueda vivir una experiencia óptima. [...] pero deben ser la familia y la escuela los lugares donde podamos desarrollar el gusto por la práctica artística, como lo hacen los programas Crea y Nidos del Idartes, porque desde ahí podemos empezar a ver resultados que incidirán en el futuro; este puede ser el germen. (Contreras, p. 95)

La decisión de Trujillo (en este volumen), como mediadora entre la vida real y la política cultural fue pararse en el lado de quienes normalmente no tienen acceso a esa vida artística (p. 132). Esto le implica trabajar en la formación, pero también en la transformación de las personas por medio de las artes y, por supuesto, en la formación de públicos. Los niños que se benefician de los programas de formación artística del Idartes, al dedicar tiempo y energía a una actividad artística, están desarrollando un pensamiento

divergente y creativo que les permite transformar su realidad y trascender sus contextos de violencia, “porque cuando un ser humano es tocado por el arte es un ser humano distinto, y a partir de ahí empezamos a construir ciudadanías [...] Este no será un público que trague entero dentro de veinte años” (Trujillo, p. 126).

Pero ¿qué se está haciendo para facilitar los accesos? Aquí entra en debate el tema de la gratuidad. Por un lado, Brie nos habla de una relación de beneficios y satisfacciones emocionales e ideológicas en medio de las implicaciones más hondas y humanas que tiene realizar este oficio. Nos relata la experiencia de llevar una obra a una comunidad apartada donde la gente pagaba con lo que tuviera o considerara; y en el momento en que los hospedan en una casa muy humilde, y él ve que la familia se ha amontonado toda en un catre para darles a los actores las únicas dos camas que tenían, es cuando reconoce que aquello es una de las más grandes monedas que ha recibido por su trabajo teatral (Brie, p. 21). En la misma línea, pero con otras implicaciones, Castro (en este volumen) nos dice:

Cuando planteamos que el público podía pagar la entrada a las obras con huevos o con arroz, lo hicimos con pleno conocimiento de las dinámicas sociales y económicas del sector, porque además hemos sido copartícipes de la composición social del barrio [p. 108]. Y la gente valora que haya teatro en su barrio y por eso sabe que tiene que ir al teatro, no por obligación, sino porque comprende que sin el público no habría

funciones. Nosotros hemos sido testigos de cómo el acto de conversar y compartir ha hecho que el público crezca, amplíe su mirada y su manera de entender y analizar el teatro. (p. 106)

En este segundo caso hay un énfasis en la responsabilidad social que debe tener un proyecto de sala en una comunidad periférica, el cual debe contar con un recurso del Estado para poder mantenerse, pagar a los artistas y a todo el equipo que labora. Volvemos así a la idea del intercambio de valor, que es muy diferente del concepto de gratuidad, porque realmente en ninguno de los dos casos se está hablando de que la obra sea gratis: de alguna manera se está reconociendo el intercambio de valores no cuantitativos que se da en la experiencia. “Es importante que la persona que te va a ver entienda que hay todo un trabajo detrás de la obra, en el que además están involucradas muchas personas [...] y que absolutamente todo vale” (Leal, p. 118).

Pero si se maneja el concepto de *entrada gratuita*, son otras las connotaciones, pues “no hemos construido una política en la cual los espectadores se acostumbren a que mi talento y trabajo como gestor y creador vale” (Vicario, p. 58). Esto es muy importante, pues una política pública debe estar diseñada de acuerdo con las dinámicas del sector teatral y con la diversidad de los ciudadanos; debe estar en capacidad de transformar los imaginarios colectivos que están aferrados a ideas como que el Estado regala, lo que da el Estado es malo, los artistas trabajan gratis o por amor al arte, el Estado me tiene que mantener, entre otras.

Es preciso comprender también que hay dinámicas teatrales inmersas en las estructuras del mercado, y varias están creciendo y desarrollándose en la construcción empresarial. No por ello dejan de ser pertinentes socialmente, ni pierden sus cualidades y calidades artísticas, ni se excluyen de los otros intercambios de valor mencionados, pero la taquilla resulta ser una de sus fuentes de sostenibilidad. Entonces, aparecen las inquietudes con respecto a los altos costos de las taquillas, pues no permiten el acceso de todos los públicos. Hernández (en este volumen) propone revisar esos costos:

Porque si uno se pone a desagregar, se da cuenta que no va a salir rentable [...] La intermediación de las tiqueteras, por ejemplo, eleva demasiados los costos de las entradas, de los cuales solo el 20% va para los artistas, y el resto, ¿para quién va? (pp. 84-85)

Hernández pone en evidencia que las salas deben pagar nómina, servicios públicos, mantener limpio el espacio, etc., pero que estos costos están recayendo sobre el valor de las entradas. Entonces es cuando “el Estado tiene que intervenir, impulsar y fomentar” (p. 85). Nos dice que también es necesario pensarse como “organizaciones más horizontales, con más movilidad de la gente, que podrían mejorar el servicio y a la vez hacer que el valor de una boleta baje” (p. 85).

En el caso de los festivales de teatro, Loaiza (en este volumen) manifiesta que, si hay un festival que acostumbre a la gente a que las entradas son gratuitas, esto afectará el

mercado y resultará fatal, porque después del festival la gente ya no va a teatro (p. 84). Además, “espectador al que le regalan la entrada una vez, dos veces, tres veces, ¿cuándo vuelve a pagar? (Rubiano, p. 84). Entonces, Montoya pregunta: “¿será que los festivales fortalecen la actividad teatral permanente y cotidiana de la ciudad, o no?” (p. 117). A lo que Guevara (en este volumen) responde:

A veces veo decir en redes sociales que el Festival les está quitando el público con sus actividades gratuitas, y me parece imposible que, en una ciudad de nueve millones de habitantes, no hayan cultivado un público que pague por escuchar sus discursos, mientras que hay un público en los sótanos de la Jiménez, en Alteratro, o en el Festival de Teatro de Bogotá, que se está formando, o está creciendo, o se le está lanzando la red para atrapararlo, diciéndole ven te cuento, sigue, haz la cola. Creo que estos espacios son oportunidades. (Guevara, p. 118)

Pero si se construye una política pública que dialogue con la realidad del sector teatral y los ciudadanos, no deberíamos hablar de gratuidad, pues desde la formación de públicos se estaría trabajando claramente en el intercambio de valor, de acuerdo con las características de los territorios, de las organizaciones, de las comunidades y de los artistas, con la mediación del Estado. “[Debemos] reivindicar que somos una profesión pensada para cambiar sociedades. Y para hacerlo con la mayor calidad posible, hace falta dinero” (Vicario, p. 54).

Facilitar los accesos de los espectadores también es facilitar la información, es comunicar. Esto “no solamente es construir plataformas: significa también construir guías para que sepan quiénes son los actores, quién es el autor, de qué va la obra; para que el actor-público tenga idea y vaya con capacidad de entender mejor” (Vicario, p. 50), es diversificar la figura del espectador, darle voz. Tampoco es solamente “el *free press*, la publicidad, ni el *marketing*: es cómo el artista comunica lo que hace, cómo se lo cuenta al otro, cómo atrapa al espectador desde la creación de la reseña, la entrevista, el modo en que habla” (Leal, p. 115). Por eso vemos claramente la pertinencia de páginas como *Kiosko Teatral* con su estrategia Esto-Vi, del voz a voz que se construye en las redes, de la gestión de medios que hacen los jefes de prensa; pero sabemos que nos está haciendo falta más.

¿Qué nos está haciendo falta para atraer públicos?, ¿será una escuela de espectadores como la que ha desarrollado Dubatti en Argentina?, ¿será articularnos más?, ¿será comprender y valorar nuestra desarticulación y convertirla en nuestro potencial?, ¿será repartir las funciones? Rubiano plantea los mecanismos que se utilizan para crear una obra: dramaturgia, drama, incomodidad, movimiento, fricción (p. 81); Vicario propone coordinar entre lo viejo y lo nuevo (p. 55); González Puche propone remitirse a las tradiciones y generar permanencia para lograr un hábito (p. 129); Dubatti propone que debe haber mediadores con formación filosófica que organicen presentaciones en las cárceles y en espacios diversos (p. 93); Trujillo propone insertar el pensamiento artístico en el sistema educativo (p. 129); Ferro asegura que

se debe garantizar que el público vaya, al menos una vez a teatro (p. 130). Incluso, una persona del público manifestó, refiriéndose a los reguetoneros que se encuentran en el *top* de popularidad en casi en todo el mundo, que ellos

Sí saben cómo hacer alianzas: se juntan uno con el otro para cantar, comparten sus redes sociales y logran algo masivo. Pero nosotros, como gente de teatro, cuidamos nuestro pedacito para que no nos lo toquen. [...] Coco podría juntarse con Rubiano y compartir redes, compartir públicos, eso sería un *hit*, esto nos invitaría a aceptar la diferencia, a salir de nuestro encierro. (Intervención del público, p. 131)

Y finalmente todos concuerdan en que es vital un esfuerzo teórico sobre el público, para construir categorías de análisis nuevas y vigentes. Todo esto es absolutamente necesario, pero deberá contribuir a resolver la dicotomía que existe entre la vida cultural de la gente y las políticas culturales de las instituciones, porque vemos que aún se perciben divorciadas: “todo se segmenta por géneros, por espectadores, por teatros, por políticas públicas, y todo parece que nos amodorra en lo mismo” (Rey, p. 105). En esa segmentación perdemos la posibilidad de entender la hibridación y la diversidad propia de lo popular, e ignoramos que en el pueblo tenemos cabida todos:

Diversidad no quiere decir segmentación. La diversidad precisamente va más allá de la segmentación. [...] vemos cómo la segmentación muchas veces lleva a

apasionarse por lo mismo, mientras que la diversidad lleva a apasionarse por lo diferente. ¿Qué tanto pierde en diversidad una sociedad que se segmenta, y al perder en diversidad, qué tanto perdemos como ciudad y como seres humanos? Cuando voy al teatro Mayor, siempre me punza saber que estamos los mismos ahí. Entonces empiezo a fabular: ¿Qué pasaría si el rapero que está sentado junto a mí aplaude cuando quiere, y yo me siento familiar de él aun si es diferente a mí? [...] ¿Qué es un territorio? Cada vez nos venden más los centros comerciales, cerrados y con cámaras, como lugares segmentados. Y ¿qué es una calle? Es cada vez más, si no fuera por la violencia, un lugar de diversidad. Pienso en la calle como un territorio con un potencial escénico e imaginario bellissimo; pienso en las plazas. Pienso también en la particularidad territorial del teatro, en la multiplicidad de las pantallas como ámbitos territoriales, en la territorialidad de la web. (Rey, p. 105)

Este seminario puede ser una puntada para resolver esta dicotomía, pues abre caminos para la reflexión conjunta y hace evidente que el teatro tiene múltiples herramientas para conectarse con lo diverso. “Tenemos una herramienta muy poderosa, que no tiene nadie, y es que medimos en tiempo presente lo que le gusta o no a la sociedad” (González Puche, p. 125); “tenemos la capacidad de generar el voz a voz, algo en lo que las grandes multinacionales se gastan millones de dólares” (Rubiano, p. 83); tenemos el teatro de calle, y “si no salimos a las calles, la gente no va a ir a los

teatros” (Hernández, p. 81); tenemos la posibilidad de generar risa y catarsis colectivas; tenemos la capacidad de generar encuentros cercanos, físicos, sensoriales; la capacidad de transformar imaginarios y de resignificar las realidades; podemos, incluso, hablar del pasado en tiempo presente y con ello construir futuros. Salazar nos cuenta que, en muchos años de trabajo en el Ateneo de Medellín, han encontrado que lo importante es “volver a la construcción de la comunidad [...] saber qué estamos construyendo con el otro, cómo es ese ser al que miramos a los ojos, con el que dialogamos y construimos juntos” (p. 95).

Cuando proponemos como conclusión del seminario reconectar el teatro con su carácter popular, no nos referimos propiamente a ser masivos, ni a crear un teatro para los menos favorecidos, ni un teatro de lucha política o social: estamos simplemente siguiendo a un espíritu que rondó las sillas y el escenario del teatro taller de Colombia; que se paseó por la antesala, dejó su rastro tras bastidores y pareció brillar con el discreto encanto de las candilejas. Un espíritu que nos invita a hacer memoria, a volver a los orígenes, pero también a pensarnos hoy, en el fulgor de una Latinoamérica que se transforma. Seguir este espíritu popular es volver al público.

# Bibliografía

## *Referenciada*

- Bajtín, M. (2003). *La cultura popular en la Edad Media y en el Renacimiento*. Alianza.
- Lamus, M. (2019, marzo-mayo). El teatro como hábito: Notas sobre públicos de antaño. *Revista Teatros* (24), “El público”. Publicación de la comunidad teatral de Bogotá.

## *Sugerida por los participantes*

- Bauman, Z. (2013). *La cultura en el mundo de la modernidad líquida*. Fondo de Cultura Económica.
- Bauman, Z. (2002). *La cultura como praxis*. Paidós.
- Diderot, D. (1994). *La paradoja del comediante*. Siglo Veinte.
- Dubatti, J. (2019). Manifiesto del espectador-crítico de teatro y artes escénicas. *Con Fervor, Revista Cultural*. <http://fervor.com.ar/manifiesto-del-espectador-critico-teatral/>
- Escuelas del espectador. (julio-septiembre de 2017). *Revista Paso de Gato*.
- Han, B.-C. (2017). *La sociedad del cansancio*. Herder.
- Ismail, S. (2016). *Organizaciones exponenciales*. Bubok Publishing.
- Ordine, N. (2013). *La utilidad de lo inútil*. Acantilado.
- Vargas Llosa, M. (2009). *La civilización del espectáculo*. Letras Libres, 2009. <https://www.letraslibres.com/mexico-espana/la-civilizacion-del-espectaculo>





# EL PÚBLICO: PROTAGONISTA DE LA EXPERIENCIA TEATRAL

El Seminario El Público: Protagonista de la Experiencia Teatral surgió de la necesidad de reflexionar en torno al espectador como agente fundamental en el hecho teatral —en su rol de receptor activo de una experiencia escénica—, de definirlo y de determinar sus funciones, sus privilegios y sus retos; pero también se propuso identificar aspectos relacionados con las expectativas de los creadores ante este actor en el diálogo entre escena y destinatario, sin el cual el hecho escénico no tendría sentido.



INSTITUTO  
DISTRITAL DE LAS ARTES  
IDARTES

