

Nuevo teatro - nueva audiencia

FERRO PULIDO, Luna Juliana / lunajulianaferro@gmail.com

Tipo de trabajo: ponencia

» *Palabras clave: Audiencia- Espectador- Público -Teatro-Ciudadano-*

> **Resumen**

La ponencia se centra en una pregunta recurrente en el contexto colombiano: ¿qué hacemos para que los ciudadanos visiten las salas de teatro? Incluso, si se pasa a una pregunta mas particular podría plantearse lo siguiente: ¿qué piensan y sienten los ciudadanos con respecto al teatro?

Para responder a estas preguntas, el texto se concentra en mi experiencia de concepción- creación y ejecución de un teatro inaugurado en 2017, ubicado en la ciudad de Bogotá-Colombia. Se explicara la relación entre el teatro y los ciudadanos y cómo dicha relación pasa por cuestiones de carácter muy practico: ubicación, comunicación, instalaciones, comodidad, servicios complementarios. Esto con el fin de tratar cuestiones de carácter más sensible: gustos, diversidad, multiplicidad, comunidad, etc.

Más adelante, propongo el fortalecimiento de una actitud auto-critica frente al qué hacer teatral no solo de los artistas, sino sobretodo de nosotros los gestores, productores, programadores y las salas de teatro: “recordando a todo momento que todo lo que hacemos es para hacer vivir a la audiencia una experiencia recordable- repetible”.

Finalmente, exploro una ruptura entre la apuesta académica y el qué hacer en el plano real. Es por ello que propongo herramientas aplicables a espacios para la circulación de obras teatrales que permitan la estimulación de audiencias. Tales herramientas que han sido aplicadas en un plano real y que están sujetas a discusión, puesto que, hasta la fecha, no existe una única formula para solucionar este “problema”.

> **Presentación**

Esta ponencia parte de la necesidad de pensar el público desde los escenarios culturales y teatrales. Por ello, quiero decir que este escrito no supone un lugar académico; supone, más bien y sobretodo, un lugar práctico. Y es que, si bien la academia se ha hecho preguntas valiosas, considero que seguimos quedando fuera de responder preguntas que ocurren en el día a día de la gestión o

dirección de un espacio cultural que tiene determinada programación o una oferta de obras artísticas interdisciplinarias.

Las preguntas que aquí presento han surgido de mi vida como espectadora, pero se hicieron más latentes en mi vida como directora de un escenario teatral. Un escenario teatral alternativo que nació en 2017. Esta postura se centra en el sentido que, contrario a la tradición teatral en ciudades como Buenos Aires o ciudad de México, el caso de Bogotá aún es incipiente. Y esto, claro, se explica en variables ajenas al campo cultural, tales como: Bogotá no se ha constituido como ciudad nocturna en virtud de la inseguridad, la ausencia de políticas educativas artísticas universales, entre otros factores.

› ***¿Quién es – quiénes somos la audiencia?***

La irrealidad le consolaba y le aseguraba, pues sabía que por más que se implicara emocionalmente en la fábula, nada permanecía más tarde
(Sánchez, pág.151)

Si nos basáramos en las representaciones que hacemos del público, siempre quedaría algo por fuera, en la mayoría de las representaciones se muestra el público de espaldas y quien ve la obra fotográfica – pictórica – queda sin saber el rostro del público. Es decir que queda la incógnita de quién es el espectador, de si hay alguna emoción en éste. Incluso quedan por fuera hechos tan elementales como su posible edad o aquellos posibles gestos que aparecen en su rostro a la hora de atender a lo que hay en escena. Ahora, si se le muestra de frente – representación que es mucho menos frecuente – nos quedamos sin saber que está viendo el público, conocemos su reacción, pero no conocemos lo que esté ve. Se pierde de vista, entonces, aquello que hace reaccionar al público, es decir, la puesta en escena. No basta, pues, con ver un público de espaldas y ver el escenario. A su vez, tampoco basta con ver el público –sus rostros - si no vemos lo que este ve.

Roland Barthes nos enuncia el doble cuerpo del público o, mejor, una dualidad. Está el cuerpo narcisístico : el que mira perdido en el cuerpo que lo absorbe y está también el cuerpo perverso, presto a fetichizar no la imagen, sino precisamente lo que la excede: la sala, la oscuridad, el rayo de luz, el sonido.

Así las cosas, el espectador debe ser pensado como individuo, o sea, con sus propias cualidades y defectos – egoísta en su experiencia-. Por otra parte, está el espectador como unificador de la experiencia, es decir, un espectador que puede ser todos.

El público-espectador-audiencia asiste al teatro en los dos sentidos del verbo asistir. El primer sentido de este verbo podría decirse que el espectador se acerca – se aproxima al teatro – y se sitúa

en la intermediación, en la proximidad al “espectáculo”. La segunda acepción es que el espectador asiste al teatro en el sentido de ayudarlo, lo socorre. Y lo socorre con su colaboración personal, con su intervención en la constitución teatral, asiste la existencia misma del teatro.

Lo anterior se comprende mejor si se trata de entender una genealogía del espectador. De acuerdo con Jürgen Habermas – uno de los autores que más ha indagado en la historia sobre la noción de público –, se explica que el público es una agrupación social constituida por individuos supuestamente libres e iguales. Y éstos se guían por criterios de valor, bondad y calidad.

En contraste, y pasando a una forma más concreta de esa idea abstracta de público, se entiende éste como “conjunto de personas que participan de unas mismas aficiones o con preferencia concurren un determinado lugar” y se espera de ellos que se conduzcan como seres responsable, con capacidad de discernimiento para “evaluar aquello que se somete a su consideración. Esto difiere de otra perspectiva que supone que el espectador se deja temporalmente afectar por la acción, el deseo, el pensamiento y el dolor de quien se le muestra oculto bajo las formas de la escena. Y todo ocurre por esa necesidad ...*de vivir otras vidas de escapar de la mía propia.*

Entonces, el cuerpo del público, quizás en algunos casos – no pocos –, será pasivo...pero en ningún caso apacible.

Ciudadano: Espectador- Público- Audiencia

¿Qué sienten – piensan – razonan los ciudadanos sobre el teatro? ¿Hay algún sentimiento sobre ello o es inexistente?

Para responder esta cuestión, se hace un llamado a no hacerlo fundamentados en una exigencia al estado, o situarlo en una discusión académica. Al responderla situémonos pues, en una cuestión que se resuelve en un dialogo con uno mismo, con los otros.

¿Qué me impulsa? ¿Qué nos impulsa a ir al teatro?

Sin duda, aquí hay que acudir a la memoria individual y la memoria colectiva, pues el ser espectador- público teatral, el hacer de la asistencia al teatro una elección frecuente y consciente pasa por preguntarse ¿cuál fue la primera experiencia que se vivió? ¿cómo se recuerda esa experiencia? ¿qué hizo que quisiera volver a vivir esa experiencia?

En el caso de Bogotá, como lo mencioné antes, la relación del ciudadano con el teatro atraviesa cuestiones muy prácticas: ubicación del espacio cultural, lugar donde estacionar el vehículo, instalaciones, comodidad, servicios complementarios y trato recibido por el personal. En tanto al público no le basta nuestras respuestas de carácter curatorial artístico, sino con respuestas que están enlazadas a la experiencia. Y esto, desde luego, cobrará más sentido en un contexto de post-

pandemia, donde la decisión de asistir a un espacio físico será mediada cada vez más por variables de tipo racional y del cuidado de sí.

Una vez resueltas estas cuestiones es posible llegar a unas de carácter más sensible: gusto, diversidad, multiplicidad, comunidad. Al respecto, Freud señala que asistir al teatro es una pulsión – que se diferencia del instinto - que busca satisfacer el deseo de consumos de carácter imaginario.

Para responder esas dos cuestiones, una de carácter práctico y una de carácter sensible, es necesario desarrollar – aumentar o afinar – la capacidad de autocrítica, ya que desde allí podremos preguntarnos: ¿qué estamos haciendo para que la audiencia viva una experiencia inolvidable?

Inciden, por ejemplo, las políticas de gratuidad promovidas por algunos gobiernos locales y nacionales para que las personas accedan al teatro. ¿Acaso aquel que fue por primera vez, como consecuencia de esta política, seguirá asistiendo? Es decir, ¿hay un interés real por promover en el espectador que se repita la experiencia o solo se trata de que tenga la experiencia una vez? Y sí, en estricto sentido por lo menos – y es lo mínimo –, deberíamos garantizar que las personas-ciudadanos tuvieran la oportunidad de ir a un teatro, de contemplar una puesta en escena por una primera vez.

Y luego de garantizar lo mínimo, tendríamos que preguntarnos: ¿cuáles acciones –decisiones – estudios estamos haciendo para que la audiencia que asiste – participa en nuestro espacio cultural tenga una experiencia repetible y recordable? Para ello, el productor, gestor, director artístico y de espacios culturales debe disminuir los riesgos que toma el público, que son de diferente carácter: funcionales, psicológicos, económicos y sociales.

A la luz de lo planteado por Charles Baudelaire: “todo está para mirarse, y todo es plural. Y lo plural genera proliferación; así un solo espectador transita por varios- distintos momentos de expectación, entonces la mirada de un espectador no se divide, sino que se multiplica” (Molina, pág. 32).

Así, en un mundo que se quiere y se entiende como genuinamente global, casi que se exige gastar mucha más energía en la conexión que en la condición genuina de las cosas.

› ***La experiencia del Público en La Sala – Fábrica de Hechos Culturales-***

Como se había mencionado antes, *La Sala – Fábrica de hechos culturales* – es un espacio cultural que se inauguró en 2017- y hasta 2019 había consolidado tres salas de teatro, una librería y un café, así como espacios para formación y experimentación artística.

Este proceso, claramente, pasó por la pregunta curatorial. Si bien nos preocupaban las agrupaciones teatrales, que no tenían suficientes lugares para circular sus productos artísticos bien fuera por no ser lo suficientemente “famosas” o de larga trayectorias, también nos preguntamos sobre los públicos, al identificar que en el caso de Bogotá la oferta estaba realmente limitada. Y aquí el llamado fue al riesgo.

¿Si los productores y los programadores no nos arriesgamos entonces porqué el público si debería hacerlo?

Al asumir el riesgo, debíamos tener en el horizonte la idea que la creación de comunidades teatrales no se fuerza, sino que ha de buscarse una sinergia entre esa comunidad de espectadores y la programación. Y para crear esa sinergia es preciso desarrollar el auto-conocimiento como productores-programadores y, consecuentemente, es inevitable tener la capacidad de ser autocríticos.

Para ello, fijamos algunas herramientas que nos permitieran transformarse en ese espacio donde el público quisiera volver, ir o quedarse, para encontrarse con la obra, pero también con los otros.

¿Cuál servicio recibían en el chat? ¿Qué trato recibían al hacer una reservación? ¿Qué o con quién era lo primero que veían o interactuaban al ingresar al espacio? ¿Cómo percibían las instalaciones – no solo de la sala teatral en sí –, sino de los espacios comunes?

¿Cómo nos estábamos comunicando? Habíamos hecho una segmentación. De modo que ¿cuál era la mejor forma de comunicarse con cada uno de estos segmentos? Haciendo uso de herramientas como redes sociales, correo electrónico, mensajes de texto personalizados, encuesta de satisfacción. Todo lo anterior eran estrategias para conocer al público y conectar, pero para fidelizar fue necesario un contacto más directo, donde el director, el productor, los técnicos, las personas de la taquilla, etc., establecían conversaciones directas con el público.

Y, en esa conversación, intentábamos identificar en la ruta del espectador, esto es, el antes de su llegada al espacio: ¿de dónde venía? ¿Comía antes? ¿Se encontraba con alguien en algún lugar cercano? ¿Al ingresar llegaba antes para reconocer el lugar o solo aguardaba a la entrada a la sala de teatro? ¿Al salir demostraba reacciones? ¿Establecía diálogo alguno sobre las reacciones que había suscitado la obra? ¿Esperaba a saludar a los actores? ¿Qué le acontecía en el transcurso de esa ruta?

➤ ***A modo de cierre***

Considero que experiencias como escuela de espectadores deben ser multiplicadas en más ciudades. Claro, en cada espacio-lugar-territorio asumirá unas nuevas dinámicas, pero allí se podrá saltar esa brecha que hay entre la academia y las cuestiones prácticas.

A la vez, se involucra más sectores, ya que la discusión no solo toca al sector cultural y unos focos especializados, sino que atraviesa otros sectores como lo son: sector económico, sector educativo, medios de comunicación y, por supuesto, al Estado como garante de los derechos culturales.

Habrà que seguir buscando-pensando las herramientas para la estimulación de audiencias. Y esas herramientas deberán ser vistas – pensadas a la luz de contextos específicos que re-significan la puesta en práctica de las mismas.

- *Todo espectador es activo. No estar es una forma de estar.*

Bibliografía

Bernat y Duarte . (2020). *Querido público. El espectador ante la participación: jugadores, usuarios, prosumers y fans*. Editores:. España.

Habermas, J. (1981 [1962]) *Historia y crítica de la opinión pública. La transformación estructural de la vida pública*. Gustavo Gili, Barcelona.

Molina, V (2020) “Carta breve para mirar a los actores (al modo de Jean du Chas)”. En: *Querido público. El espectador ante la participación: jugadores, usuarios, prosumers y fans*. Editores:. España.