

Cultura(s) y públicos

Culture(s) and audience

MARÍA INÉS SILVA

Escuela de Teatro

Pontificia Universidad Católica de Chile

9

resumen

El objetivo de este trabajo es presentar las problemáticas generales que plantea la definición de un proyecto o programa cultural, que persigue cierta continuidad en el tiempo, en sociedades complejas. Al abordar estas problemáticas desde una perspectiva teórica, podemos constatar la universalidad del problema. La experiencia de la institución francesa Parc et Grande Halle de la Villette, constituye una aplicación de las temáticas expuestas. Su análisis nos permite dimensionar en qué pueden residir las particularidades de cada caso y visualizar criterios a considerar en realidades como la nuestra. A partir de lo anterior y tomando en cuenta el contexto cultural que se vive en Chile, presentamos los desafíos que plantea el proyecto artístico-cultural que busca impulsar el Teatro de la Universidad Católica de Chile a partir de este año.

PALABRAS CLAVE: *Democratización, públicos, estudios de medición, diversidad, democracia cultural.*

abstract

The aim of this article is to present the main issues concerning the definition of long term cultural projects or programs developed in complex societies. From a theoretical point of view, the problem reveals its universality, which can be seized, from a practical point of view this time, at the experience of the French institution Parc et Grande Halle de la Villette. Its analysis points out the specificities of each particular case, and the criteria to be considered when facing a definite reality. Therefore, taking into account the present Chilean cultural context, we present the stakes in the current artistic-cultural project of Teatro de la Universidad Católica.

KEYWORDS: *Democratization, audiences, measurement studies, diversity, cultural democracy.*

I. Introducción

Uno de los conceptos más utilizados a la hora de definir una política o programa cultural es el de democratización cultural, el proyecto de hacer accesible la cultura al mayor número de personas. Sin embargo, muchas veces se cae en banalidades; el término es utilizado para justificar cualquier tipo de acción cultural, sin importar su naturaleza ni temporalidad, y la noción pasa rápidamente a formar parte de la larga lista de «lugares comunes» político-culturales. En general, esto suele ocurrir no por mala voluntad, sino porque la polisemia del término «democratización» plantea una serie de problemáticas con respecto a las nociones de público, de accesibilidad y de cultura, que pueden confundir y generar ambigüedades.

Embarcarse en la elaboración de cualquier programa cultural, sea a nivel de Estado, de región, de municipalidades, de institución cultural o de agrupación, supone asumir el desafío de abordar y analizar estas problemáticas, con el fin de determinar una misión y objetivos que estén vinculados a un territorio, a una población y a públicos definidos. En segunda instancia, y si lo que se busca impulsar es entendido como un proceso de desarrollo,¹ es necesario tener en cuenta que el «corto plazo» en términos culturales significa un mínimo de tres años a cinco años.

Una vez superada esta etapa, el paso siguiente es la toma de decisiones frente a diversas alternativas —no necesariamente excluyentes—, para definir el marco en el cual se implementarán los principios, las líneas de trabajo, la programación artística y las acciones de formación y fidelización de públicos, todos elementos constitutivos de la política o el programa.

El nuevo marco constituye una herramienta que permite disminuir el riesgo de que la energía y recursos, que suelen ser escasos, se diluyan en el amplio espectro de los eventos aislados. Además, él aumenta las posibilidades de promover los principios de continuidad y flexibilidad, dos de los pilares fundamentales de cualquier proceso de desarrollo cultural. Y es en este momento que la idea de democratización cobra valor y sentido y puede también ser cuestionada.

En Chile, más que democratización se ha utilizado históricamente el concepto de «sensibilización de públicos». Sin embargo, en el nuevo contexto cultural que se vive en nuestro país,² este término ha ido quedando

¹ Ello implica un impacto en la comunidad beneficiaria. Este impacto va a ser definido durante la elaboración del proyecto. Puede significar un impacto a nivel de accesibilidad material... uno de orden psicosocial, etc.

² Desde 1989, año en que se pone fin de manera formal a la dictadura militar en Chile, el principal desafío político fue el restablecimiento y consolidación de la democracia en sus diferentes dimensiones. En términos de cultura, el objetivo inicial era la elaboración de un nuevo modelo, en contraposición al existente durante el

atrás para dar paso al de participación ciudadana en cultura y al de formación de audiencias.

En mayo del 2000, el presidente socialista Ricardo Lagos anuncia su programa de gobierno en cultura y nombra al abogado, doctor en derecho y ex rector de la Universidad de Valparaíso, Agustín Squella Narducci, como asesor presidencial en cultura. Su misión era coordinar a los organismos públicos de la cultura y elaborar el proyecto para una nueva institucionalidad cultural.

En julio del 2003, se promulga la ley 19.891, que crea el Consejo Nacio-

gobierno de Augusto Pinochet (1973-1989). Con el presidente demócratacristiano Patricio Aylwin se establecieron las primeras nociones que reflejaban el cambio político: libertad en oposición a la censura, pluralismo que reconoce la diversidad, autonomía de la vida cultural, protección del patrimonio nacional y apertura a la cultura universal a partir de una base latinoamericana. Desde ese momento, se determinaron las grandes líneas de acción: se desarrollan actividades culturales en zonas marginales, se estimula la promoción de la industria del libro y del cine, se crea el Fondo Nacional de la Cultura y las Artes (FONDART), se promulga la Ley de Donaciones Culturales (ley que estimula las donaciones provenientes del sector privado en materia cultural a través de la deducción de impuestos) y se implementan diversas iniciativas para promover la participación de la sociedad civil en la vida cultural.

Paralelamente, se explicita la necesidad de contar con una institucionalidad cultural que diera cuenta de la nueva situación del país. La primera medida fue la constitución de una comisión, presidida por el sociólogo Manuel Antonio Garretón, que tenía por objetivo elaborar una propuesta para la institucionalidad cultural chilena. Su trabajo finalizó en agosto de 1991 con la proposición de crear un Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, dependiente directamente de la Presidencia, y con una autoridad máxima que tuviera el rango de ministro. En noviembre de 1996 un grupo de diputados y de gestores culturales convocaron al «Encuentro de Políticas Públicas, Legislación y Propuestas Culturales», realizado en Valparaíso. De allí emanó un documento con 120 propuestas las cuales reiteraban las conclusiones del equipo de Garretón. Ese mismo año, el presidente Eduardo Frei formó una nueva comisión, encabezada por Milan Ivelic, para reelaborar una propuesta cultural, la cual en su informe final también insistía en la propuesta de la creación de la institucionalidad chilena.

Lo que ocurría era que a pesar de que se implementaban una serie de medidas que hacían avanzar en la reactivación de una vida cultural con cimientos democráticos, muchas veces ellas se veían limitadas y manifestaban signos de incoherencias. Esto se debía, por una parte, a las dificultades propias del restablecimiento de la democracia que se impulsaba en Chile. Por otro lado, la ausencia de un organismo que coordinara el proceso de desarrollo cultural producía una dispersión en la elaboración e implementación de las políticas. En esos momentos, los asuntos culturales eran dirigidos por la División de Cultura del Ministerio de Educación, por las secretarías de cultura de otros ministerios, por la Presidencia, y por diferentes organismos estatales.

nal de la Cultura y de las Artes y que da lugar a «una nueva institucionalidad cultural en Chile, autónoma, descentralizada y territorialmente desconcentrada».³ El año 2005 fue previsto como un año de consolidación y, como principal medida, el recién instalado Consejo entregó al presidente Lagos el documento *Chile quiere más cultura. Definiciones de Política Cultural 2005-2010*. En él se sintetiza «un proceso que propondrá las medidas que podrían hacer la diferencia, en materia cultural, entre el Chile de hoy y el del Bicentenario» (www.consejodelacultura.cl).

Una de las cinco líneas estratégicas que establece la ley es la «Participación en la cultura: difusión, acceso y formación de audiencias», la cual incluye los siguientes objetivos: promover la calidad de la TV chilena...; inducir por medio de estímulos una mayor difusión por parte de las radioemisoras del repertorio musical chileno...; reforzar y mejorar la enseñanza de las disciplinas artísticas, el patrimonio y la gestión cultural en la educación formal; fomentar las iniciativas municipales de difusión artística y cultural; incorporar, a través de programas específicos, la dimensión cultural en la labor de los organismos del estado encargados de sectores vulnerables; lograr que el cien por ciento de la infraestructura cultural cuente con programas de acceso que contemplen las necesidades de la población discapacitada y adultos mayores; desarrollar un programa para los cultores aficionados que vincule la actividad con los artistas profesionales a través de redes, escuelas, talleres y otras experiencias de este tipo; y lograr que los Gobiernos Regionales incorporen el desarrollo cultural como un eje de sus Programas de Desarrollo Regional de corto y mediano plazo, implementando planes y programas concretos de participación cultural de los ciudadanos.

A partir de este documento, cada una de las trece regiones del país debía elaborar y presentar su propia política. En función de los objetivos de este

³ La Ley 19.891 puede ser consultada en el sitio web <www.consejodelacultura.cl>. Si bien no se trata de un ministerio, la nueva estructura recibe un presupuesto para su funcionamiento anual (como cualquier otro ministerio) y su director tiene el rango de ministro. El Consejo, «que cuenta con personalidad jurídica y patrimonio propio, tiene entre sus funciones el estudiar, adoptar, poner en ejecución, evaluar y renovar políticas culturales, así como elaborar planes y programas del mismo carácter». A partir de la promulgación de la ley, se ha cumplido un itinerario que ha incluido la constitución del Directorio Nacional del Consejo de la Cultura, del Comité Consultivo Nacional, de los consejos regionales y de los comités consultivos regionales, en un proceso democrático que ha involucrado a 517 organizaciones culturales. También se han aprobado legislaciones de promoción y protección, se han asumido compromisos en el marco de convenios internacionales —Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos y Acuerdo de Cooperación con la Unión Europea—, se han asignado nuevos recursos y se han realizado una serie de actividades concretas, considerando la participación activa de diferentes actores, artistas, creadores, gestores, políticos, académicos, la comunidad... (CNCA, 2004).

trabajo, resulta pertinente presentar el planteamiento de la Región Metropolitana que propone «fomentar la participación ciudadana, vista como proceso y como meta en sí misma. Ya no basta con promover la democratización cultural —el acceso a los bienes—, también se hace necesaria una democracia participativa en que todos, en sus barrios, en sus comunas, en las provincias y en la Región entera, tengan derecho y posibilidades de expresarse, de producir, de organizarse y de ser agentes activos del desarrollo cultural y del mejoramiento de la calidad de vida» (2006).

Con respecto a lo anterior, vale la pena precisar que la democratización cultural es más que el acceso a los bienes y que los términos «sensibilización de públicos» y «formación de audiencias» tienen un menor alcance que ella. Por otra parte y considerando el estadio actual de nivel de desarrollo cultural en Chile,⁴ promover la participación ciudadana en el marco de un programa cultural supone posicionarse tanto desde una perspectiva de democratización como desde otra de democracia cultural. Y ello se materializa a través de estrategias y acciones específicas que son definidas en los orígenes del proyecto, obviamente con amplios márgenes de flexibilidad que permitan su readecuación en el transcurso del tiempo.

El objetivo de este trabajo es presentar las problemáticas generales que es necesario considerar y despejar antes de definir un proyecto o programa cultural que persigue cierta continuidad en el tiempo. Al abordar de manera teórica las nociones de democratización, público, población, territorio y accesibilidad, así como una evolución de la idea de cultura en el marco de algunas sociedades complejas,⁵ podemos constatar la universalidad que se da en este ámbito, en un contexto de globalización.

La presentación de la experiencia de la institución francesa Parc et Grande Halle de la Villette,⁶ de sus objetivos, acciones y relación con sus públicos,

⁴ Véase la Encuesta de Consumo Cultural 2004 (Región Metropolitana) y 2005 (Nacional), realizadas por el INE y el CNCA, y disponibles en <www.consejodelacultura.cl>.

⁵ Escolarización masiva, desigualdad de recursos, ascenso de nuevos actores sociales, tecnologías de la comunicación y de la información, autonomía del sector cultural.

⁶ El Establecimiento Público del Parc y la Grande de Halle de La Villette (EPPGHV) es una de las instituciones culturales que ha abordado el tema de la gestión de la diversidad como principal línea directriz. Dependiente del Ministerio de la Cultura y de la Comunicación de Francia, fue creado el año 1993 bajo el concepto de «parque cultural urbano». Éste se encuentra ubicado en la zona noreste de París, en el límite entre la capital y su periferia. Constituido como un «laboratorio de democratización cultural», los objetivos principales eran hacer dialogar al arte y la sociedad, plantearse cuestionamientos como el rol del arte y de la cultura en la construcción de nuevas formas de estar juntos, preguntarse sobre qué tipo de instalaciones y/o de mejoras urbanas permiten hoy a la ciudad convertirse en un centro de reencuentro, en un crisol de ciudadanía.

constituye una aplicación en terreno de las problemáticas expuestas anteriormente. A pesar de que se trata de una enorme estructura que cuenta con un apoyo estatal desconocido e inimaginable en países como Chile, que responde a características específicas con respecto al territorio en el que está inserta y en relación a la población y públicos con los que trabaja, su análisis nos permite dimensionar en qué residirían las particularidades de cada caso y visualizar criterios a considerar en realidades como la nuestra.

Tomando como referencia lo anterior y considerando el contexto cultural chileno presentamos la situación del Teatro de la Universidad Católica de Chile (TEUC). Con 63 años de existencia, el TEUC ha decidido impulsar un proceso de renovación donde los desafíos para el 2006 son: redefinir su rol de teatro universitario, considerando el aumento considerable de escuelas de teatro, salas y producciones en los últimos quince años; determinar la responsabilidad artística, social y educativa que éste implica; delinear una estrategia de trabajo con diversos públicos que implique una continuidad en el tiempo, que sea medible y evaluable, y constituir desde el ámbito teatral un aporte al proceso de desarrollo cultural chileno.

PROBLEMÁTICAS INICIALES

Una manera de comenzar es asumir la indisociable relación que se establece entre el concepto de democratización cultural y el de públicos. Desde una perspectiva fija, la noción de público se refiere al conjunto de personas que se constituyen efectivamente como auditores, visitantes, espectadores, lectores... de una obra artística. Desde una perspectiva dinámica, estaríamos hablando de la síntesis de una práctica cultural propuesta al conjunto de miembros de una sociedad en el marco de un proyecto político (la democracia). Tomando en cuenta que este «conjunto de personas» forman parte de un «grupo social», podemos concluir que ambas dimensiones van o deberían ir de la mano, lo que nos plantea la vinculación entre los términos población y público, que para algunos son sinónimos con respecto a las prácticas culturales.

En un uso corriente, la palabra población se refiere a un grupo residente en un mismo territorio (barrio, comuna, ciudad, nación, e incluso el planeta). Pero este término puede aplicarse también a una parte del conjunto, al realizar distinciones según criterios biológicos (niño/adulto, masculino/femenino...) o de acuerdo a estratos sociales...

La implementación de una política o proyecto por parte de una institución cultural supone a priori una reflexión que considere la aprehensión específica de la población con la que se pretende trabajar, en sus aspectos sociológicos y territoriales. Sólo después de ello se pueden definir las categorías de públicos. La etapa siguiente consiste en establecer las diversas iniciativas o acciones culturales para trabajar con cada público y sus respec-

tivos objetivos, lo cual se encuentra estrechamente ligado al tema de la accesibilidad.

Si nos situamos desde el punto de vista de la oferta cultural (instituciones, equipamientos, espectáculos...), el proyecto de hacer la cultura accesible es abordado en el sentido de una accesibilidad material. Si perseguimos objetivos que afectan a un público, la democratización es entendida desde una perspectiva más ambiciosa, como una accesibilidad de orden social. La primera vela por repartir «igualmente» los equipamientos en el territorio, por mantener precios de entrada «razonables»... La segunda busca actuar sobre las condiciones mismas de las prácticas culturales, de la producción «del deseo» de cultura, con el fin de atacar las causas de su desigual distribución.

Lo anterior supone enfrentarnos a la aparente alternativa de trabajar por un aumento de volumen o por la modificación de la estructura social del público; por estimular el aumento del número de entradas o por favorecer la apropiación de la cultura a través de una política de fidelización; por objetivos estrictamente cuantitativos o por otros de naturaleza más cualitativa.

El aumento de la frecuentación de una institución cultural, de la progresión del número de entradas, de la ampliación y/o diversificación de los públicos no significa automáticamente una democratización del acceso. Al analizar durante un período una institución cultural, no bastan los indicadores cuantitativos. Una interpretación del fenómeno observado debiera exigir también un análisis de la evolución estructural del grupo social que está siendo afectado y medido.

Asumidas estas problemáticas, queda por definir cuál es la cultura —o culturas— que se quiere hacer accesible al mayor número de personas.

II. Una evolución de la idea de cultura⁷

En noviembre 2004 se realizó en Valencia, España, el Seminario Internacional de Construcción de Públicos en las Artes Escénicas. La apertura del encuentro estuvo a cargo de Antonio Ariño, Vicerrector de Estudios y Director del Departamento de Sociología de la Universidad de Valencia, quien en el discurso inaugural plantea un cuestionamiento al tema de la visión de la legitimidad única de la cultura: aquella que parece concebir la sociedad como un zigurat, donde la legitimidad se encuentra en la cumbre y todos los peldaños miran y ascienden (aspiran) a ella.

Ariño se refiere a la obra de Pierre Bourdieu (1979), donde esta concepción se encuentra subyacente. En *La distinción*, el sociólogo francés desa-

⁷ A partir de una síntesis del artículo *Cultura(s)*, de Antonio Ariño, presentado como introducción en el Seminario Internacional de Construcción de Públicos en las Artes Escénicas, realizado en Valencia el 29 y 30 de noviembre 2004.

rolla la tesis de que la sensibilidad estética no funciona como una propiedad o don innato, ni como una cualidad o competencia objetiva de disposición universal, sino que ella está socialmente determinada y constituida. El acceso a una obra de arte o a cualquier objeto de consumo, no depende sólo de una cuestión de accesibilidad física: la obra de arte existe sólo para quienes disponen de los medios y las capacidades para comprenderla. La competencia cultural y en concreto la disposición estética, es el resultado de un largo proceso de inculcación que comienza en la familia, que se conforma en relación con los niveles económicos, académicos y culturales y que es reforzada por el sistema educativo.

Bourdieu sostiene que en el orden de las disposiciones estéticas pueden diferenciarse tres universos: el gusto legítimo o distinguido (por las obras legítimas), el gusto medio o pretencioso (por las obras menores de las artes mayores y por las más importantes de las menores) y el gusto popular o vulgar (representado por la elección de obras de la música ligera o de música desvalorizada por la divulgación). Para Ariño, la teoría de Bourdieu presupone la existencia de un único principio de legitimidad en el campo del consumo cultural. Supone que dicho espacio es homogéneo al menos en un sentido: en tanto que todos los grupos sociales confieren valor a las mismas cosas, tienen puesta la mirada en una misma meta y, en consecuencia, corren la misma carrera: los valores de la clase dominante constituyen el horizonte para todas las clases inferiores y todo el mundo comparte las mismas categorías de percepción, tienen la misma fe en la cultura legítima, si bien no todos controlan del mismo modo y en el mismo grado los medios para alcanzarla.

Para Bernard Lahire (2003), todo el mundo juega el mismo juego, con los mismos objetivos y las mismas reglas, los jugadores tan sólo se distinguen entre sí en función de las bazas que tienen en la mano. Los grupos que carecen de un determinado bien aspiran a apropiárselo y presionan para ello a las clases superiores, que a su vez desarrollan estrategias de distinción con el fin de mantener su singularidad y el valor de los títulos que poseen. Todos los grupos corren en la misma dirección y aspiran a los mismos bienes, los cuales están fijados por la categoría social que lidera la carrera. Y a juicio de Bourdieu, esta dialéctica de pugna sólo consigue perpetuar las distinciones, pues los cambios no afectan a la diferencia de condiciones.

En las sociedades complejas (escolarización masiva, desigualdad de recursos, ascenso de nuevos actores sociales, tecnologías de la comunicación y de la información, autonomía del sector cultural), más que una unificación del mundo social con una única legitimidad cultural, suelen darse instancias de legitimidad concurrentes (clubes de fans, redes de sociabilidad o comunidades de práctica, la comunidad nacional o la comunidad familiar). La clase social sigue siendo, evidentemente, un factor determinante, pero su capacidad de influencia está cada vez más mediatizada por otras varia-

bles: la edad, el género, la generación, la profesión, la propia autonomía de la cultura, el momento del ciclo vital, etcétera.

A partir de este supuesto, Ariño plantea que se han desarrollado diferentes visiones que cuestionan el enfoque de la monolegitimidad cultural, desde diferentes perspectivas y subrayando distintas dimensiones de la heterogeneidad.

1. EL OMNÍVORO CONSUMIDOR CULTURAL

El sociólogo español comienza haciendo referencia a los estadounidenses Richard Peterson y Roger Ken, quienes realizaron un análisis de los gustos culturales en Estados Unidos a partir de la comparación de resultados de encuestas de 1982 y 1992. Ellos plantean que se ha producido un cambio cualitativo en la forma de señalar y marcar el estatus de élite: las prácticas exclusivistas, típicas de los *snob*, han dado paso a una forma de apropiación cultural omnívora, que consiste en picar de diversos menús o en apreciar diversos tipos de prácticas.

Esta forma de apropiación tiene un carácter general, difundido en todas las clases, aun cuando los amantes de la alta cultura sean más omnívoros que el resto de las categorías sociales. Este cambio de tendencia es explicando, según los autores, por cinco factores:

- la exclusión elitista se ha vuelto más difícil en condiciones de educación básica universal, de concurrencia de los medios de comunicación de masas, de incremento de los niveles de vida y de movilidad horizontal y vertical;
- se ha dado un cambio intergeneracional en los valores con una orientación posmaterialista en la que la tolerancia goza de alto reconocimiento;
- los propios cambios internos en el mundo del arte, con una pérdida de control que ejercían las academias e instituciones oficiales;
- la política generacional, en el sentido de que actualmente los valores de los jóvenes persisten en el tiempo, en vez de adaptarse a las etapas de ciclo vital;
- la política del mundo global gobernado en parte por aquellos que muestran respeto a las expresiones culturales de otros.

Para el francés Olivier Donnat, investigador del Departamento de Estudios y de la Prospección del Ministerio de la Cultura y la Comunicación de Francia, la condición de omnívoro cultural tiene un perfil juvenil y generacional. A partir de los resultados sobre prácticas culturales realizadas en Francia, Donnat (2003) concluye que escuchar exclusivamente música

clásica o frecuentar los conciertos de música clásica sin ir al mismo tiempo a otros tipos de concierto se ha convertido en una actitud propia de personas de edad avanzada, más bien provincianas. Las generaciones jóvenes, por el contrario, combinan diversidad de géneros, asocian obras que pertenecen a tradiciones diferentes, a veces clasificadas de forma muy distinta en la escala de la legitimidad.

Bernard Lahire (2004) complementa esta postura cuando plantea la disonancia como concepto central en su obra *La cultura de los individuos*. La incoherencia, la contradicción y la pluralidad de prácticas son la norma, y no una excepción. Las conductas de los individuos son variables en función de los momentos y de los contextos. Se puede ser a la vez amante de la ópera y del rock, de los museos y del karaoke. Para Lahire esta disonancia es un fenómeno general y constante, pero puede encontrarse particularmente favorecida en condiciones de modernidad avanzada por el espectacular incremento de la oferta cultural, de los equipamientos culturales en el hogar y por la diversidad de ámbitos de sociabilización que atraviesan los individuos a lo largo del ciclo de vida.

2. UN BALANCE A LA DEMOCRATIZACIÓN

Gilles Pronovost (2001), en un análisis comparativo de distintos países sobre la participación cultural, ha defendido la existencia de un proceso de intensificación y de diversificación de prácticas culturales de Occidente, de expansión del espectro de productos culturales. Acá los jóvenes juegan un rol primordial al socializarse en la era de la información y con respecto a las prácticas culturales relacionadas con los medios y las nuevas tecnologías.

Sin embargo, Pronovost señala también que en la década de los ochenta se ha asistido a un reforzamiento y a una diversificación de las desigualdades. A pesar de los esfuerzos de democratización cultural, en el campo de la cultura no se implementan políticas igualitarias como las introducidas en otros campos. Ariño sostiene que quienes han evaluado recientemente el alcance de las políticas de democratización cultural, especialmente Donnat, afirman que el balance es problemático y que las desigualdades persisten. Paul Willis, en su obra *Cultura viva* (1998), plantea que ellas no sólo persisten, sino que son insalvables. Willis cuestiona de una manera radical la legitimidad que se arroga la alta cultura como espacio privilegiado de la creatividad. En una serie de investigaciones realizadas sobre las prácticas culturales de los jóvenes, fundamentó la tesis de la existencia de una difundida aunque a menudo invisible creatividad en la vida de los jóvenes, de una estética terrena articulada en su práctica diaria. Esta creatividad es el fundamento de la cultura común, distinta de y en desafío a la cultura comercial o popular. Es común en el sentido de que toda actividad humana que involucre comprensión y significado (asentada o no sobre bases comer-

ciales), tiene un elemento creativo. Para Willis, la creatividad no es un modo de ver o distanciar, sino de ser en y de constituir el mundo cotidiano (1999). Es diferente de la cultura comercial en el sentido de que es vivida, de que surge en la vida cotidiana, surge de sus impredecibles usos creativos.

Willis afirma que no solamente existe una desigualdad en la distribución de los productos culturales legítimos, sino que se da una ausencia total de reconocimiento de otras formas de creatividad, que deberían ostentar la misma legitimidad que las prácticas instituidas. Para el autor, la mejor manera de potenciar una democracia artística no tiene que ver la democratización de las artes (abrir el acceso de nuevos públicos a las instituciones y prácticas establecidas), sino con identificar, reconocer y fomentar las experiencias y actividades creativas ya existentes que no son consideradas como artísticas y que forman parte de nuestra cultura común.

3. HACIA UNA DEMOCRACIA CULTURAL

A partir de este análisis, Ariño plantea que nos encontramos frente a un cambio de paradigma: hemos pasado de la democratización de la cultura a la democracia cultural, los problemas de reconocimiento relegan del escenario a los problemas de distribución, universalidad y diversidad y exigen una nueva fórmula de conjugación. Este nuevo sistema cultural se caracteriza principalmente por dos rasgos: la cultura virtual y la gestión de la diversidad. En otras palabras, toda cultura se convierte en cultura mediada y la gestión de la diversidad se transforma en el eje gravitatorio de toda acción política en el campo cultural.

La centralidad que han adquirido los medios de comunicación en la sociedad contemporánea permite afirmar que estos constituyen hoy el tejido simbólico de nuestra vida y que proporcionan la materia prima para los procesos de comunicación social y construcción de significados. La matriz social de la cultura es electrónica. Este sistema construye el nuevo entorno simbólico en el que se desarrollan nuestras vidas. Para Ariño, resulta prematuro describir sus características sustantivas, sin embargo, algunos de los cambios e implicaciones que comporta ya se han hecho patentes: la conversión de la cultura en mercancía y la culturalización de toda realidad, la expansión al infinito de la cultura objetiva, la aparición de fuentes concurrentes de legitimidad cultural frente a la centralidad del sistema escolar y de las academias, la existencia de nuevas fracturas sociales (brecha digital) y la formación de comunidades virtuales.

Por otra parte, la modernidad avanzada se caracteriza por un pluralismo constitutivo específico. Su diversidad es el resultado de la transformación de las desigualdades de los ingresos y de la aparición de nuevos mercados de consumo, de las consecuencias del proceso de individualización, de la diversidad de las trayectorias educacionales, familiares, laborales, de la frag-

mentación de los públicos, de la eclosión de las políticas de la identidad y de la emergencia de enclaves multiculturales en un mundo multicivilizacional. Cada vez más se da la coexistencia en el mismo espacio social y geográfico de individuos pertenecientes a culturas diversas, que las practican en esos espacios y que reclaman los derechos culturales correlativos para dicha práctica.

De esta manera, afirma Ariño, se hace patente la ineficiencia del esquema centro-periferia, alta cultura-baja cultura, y se produce una proliferación de legitimidades concurrentes en el espacio público. Y a las generaciones precedentes de derechos políticos y sociales, se añade ahora una nueva generación de derechos: los culturales.

La combinación de cultura virtual y gestión de la diversidad constitutiva de la modernidad avanzada, crea un escenario radicalmente nuevo para la producción y la participación cultural. Cualquier propuesta, cualquier estrategia, cualquier política que no tome estos hechos como la condición a partir de la cual se va a actuar está abocada necesariamente al fracaso (2004: 10).

III. La experiencia del Parc y la Grande de Halle de La Villette

Una de las instituciones culturales que ha abordado el tema de la gestión de la diversidad como principal línea directriz es el Establecimiento Público del Parc y la Grande de Halle de La Villette (EPPGHV).

Ello se manifiesta, en primer término, en la definición de sus grandes líneas de programación artística, que son hasta hoy la renovación de artes populares —circo, cabaret, artes de la calle, cine y marionetas, presentadas en sus formas contemporáneas—; el reconocimiento de nuevas formas de expresión artística como el hip hop, danza, rap, tag, slam...; la atención a problemáticas sociales, como la intolerancia, la guerra, el medio ambiente, abordadas en grandes exposiciones; el conocimiento y difusión de otras culturas a través de sus obras y de sus creadores: plástica, música, teatro.

En segundo lugar, y con el fin de que un mayor número de personas accedieran a esta amplia y variada oferta cultural, el EPPGHV ha definido e implementado un vasto y profundo trabajo con diversos públicos en el ámbito de la educación artística y de la mediación cultural. A través de los polos de «Acción Educativa y Cultural» y de «Talleres y Visitas», que luego se reagrupan en el Servicio de Mediación Cultural,⁸ La Villette constituye una interesante herramienta de observación y aprendizaje.

El Servicio Mediación Cultural ha desarrollado una red de «relevos» educativos (profesores o asistentes sociales). Ellos son informados tanto de

⁸ Creado el año 2003 al interior de la Dirección de la Comunicación y Públicos de La Villette.

la oferta artístico-cultural, así como de la de mediación que la acompañan. El objetivo es organizar las vistas grupales en las mejores condiciones. También se proponen formaciones a los profesores y asistentes sociales bajo la forma de talleres y pasantías, con el fin de familiarizarlos en las diferentes disciplinas y temáticas abordadas. Como herramienta de apoyo, se elaboran documentos pedagógicos: cuadernos de circo, de marionetas, documentos que acompañan las visitas, videos, DVD y sitios Internet para cada manifestación.⁹

Para evaluar sus resultados, el EPPGHV organiza sistemáticamente estudios de público. Ellos permiten medir los efectos de las actividades, evaluar los objetivos que apuntan a aumentar el nivel de democratización en los públicos y proponer nuevas pistas de experimentación.

Sin embargo, y considerando los innumerables avances, para La Villette la democratización cultural es todavía un proceso de enorme complejidad. Esto se debe, por una parte, a esa vocación interdisciplinaria de la institución que busca abarcar e incluir variados contenidos, formas y estrategias con el fin de desarrollar un proyecto de sociedad, participativo e integrador, con la diversidad que ello implica. Y es, finalmente, esta misma diversidad la que promueve la complejidad y contradicciones propias de un proceso de desarrollo cultural. Se programan tanto espectáculos para públicos masivos, así como otros dirigidos a una pequeña élite (sobre todo los que tienen que ver con nuevas tendencias); se organizan actividades que apuntan a un reconocimiento de la diversidad, mientras que otras pueden resultar bastante herméticas; algunas son gratuitas, mientras que otras son pagadas y a precios relativamente altos. Por otra parte, el caso del EPPGHV nos indica que más de diez años de trabajo tampoco es tanto tiempo en proyectos de esta índole.

1. LOS ESTUDIOS DE PÚBLICOS DE LA VILLETTE¹⁰

En 1999, el Departamento de Estudios y de la Prospectiva (DEP) del Ministerio de la Cultura y de la Comunicación de Francia organizó un seminario de trabajo mensual sobre el conocimiento de los públicos de diversas insti-

⁹ Los grupos escolares y socioculturales son también destinatarios directos de numerosas ofertas de talleres y de programas de acción cultural. Los más pequeños abordan indirectamente los contenidos culturales del Parque y de su programación a través de talleres lúdicos y pedagógicos. Los más grandes son sensibilizados con una presentación de la disciplina o tema. También se puede profundizar a través de un taller práctico o de un encuentro con los artistas. Algunos grupos van incluso más lejos cuando participan de un proyecto de acción cultural, concebido por ellos, el cual puede terminar en una verdadera creación.

¹⁰ A partir del artículo de Florence Levy, «La démocratisation de l'accès à la culture: réflexion a partir des études sur les publics du Parc et de la Grande Halle de la Villette», en *Les publics des équipements culturels* (2002).

tuciones culturales francesas. En 2002, y luego de dos años de investigación, el DEP publicó los resultados de este trabajo en un documento llamado *Les publics des équipements culturels. Méthodes et résultats d'enquêtes* (Los públicos de los equipamientos culturales. Métodos y resultados de encuestas). En la segunda parte del informe, titulada *Usages et limites des sondages dans la connaissance des publics* (Usos y límites de los sondeos en el conocimiento de los públicos), Florence Levy, encargada del Servicio de Mediación Cultural de La Villette, presenta un análisis de la información obtenida sobre los públicos del EPPGHV.

Como introducción, Levy aclara que los estudios realizados por La Villette no buscan medir la tasa de penetración al interior del espectro de la población francesa presentando características sociales. El objetivo es más bien observar cómo un público, que presenta ciertos componentes sociales, evoluciona según la acción impulsada por la institución en términos de elección de programación, de relaciones con los públicos e incluso de comunicación. Las informaciones recogidas permiten, entonces, comprender mejor los vínculos existentes entre la oferta cultural y sus destinatarios, entre el contenido de una manifestación, las condiciones de su presentación al público y la composición de éste.

Hablar de democratización cultural exige en efecto interesarse primero en la composición social de los públicos porque ella supone una evolución hacia una mayor diversidad y, sobre todo, una mejor representación de los que no frecuentan las instituciones culturales de manera habitual. Una vez que las características sociales de los miembros del público son conocidas, la eventual democratización será medida acercando una serie de resultados e intentando interpretar dentro de los límites que autoriza tal comparación (2002: 65).

2. LOS CRITERIOS DE ANÁLISIS

Estos ejemplos nos permiten visualizar ciertos parámetros a considerar en la definición de un trabajo con los públicos.

Influencia de los espacios

El Parque de La Villette cuenta con grandes espacios al aire libre, abiertos permanentemente a los usuarios. Existen también equipamientos específicos donde se presentan las diferentes manifestaciones culturales. Entre estos se encuentra la Grande Halle, un gran galpón de arquitectura metálica industrial, con paredes vidriadas y transparentes, que favorecen el vínculo entre el interior y el exterior y borran los efectos simbólicos de barrera que pueden frenar la frecuentación a instituciones culturales. Por otra parte, la situación geográfica del lugar, hace que el parque sea accesible a una población de proximidad y de gran diversidad social.

Los usuarios de los espacios al aire libre del parque pertenecen a estratos socioeconómicos bajos, que no han finalizado la enseñanza secundaria y que raramente visitan instituciones culturales. A la inversa, los públicos de las actividades organizadas en los espacios cerrados tienen generalmente un nivel de estudios elevado. Un 80% de los públicos estudiados ha finalizado la enseñanza secundaria y es frecuente que un 50% tenga un título técnico o universitario.

Efectos del contenido y del horario

El público del *Cine al aire libre* (gratuito) es cercano al de los espectáculos pagados que tienen lugar al interior de los espacios culturales cerrados: adulto joven, parisino de sectores más lejanos, activos y personas con un nivel de educación elevado. Estos puntos en común se explican tanto por el carácter cinéfilo de la programación y por el horario tardío (once de la noche en verano). Contrariamente, las manifestaciones musicales y conciertos que se realizan en las tardes (también gratis) atraen a un público más familiar, proveniente del sector, compuesto de una parte importante de cesantes y de personas con estudios más bajos.

Procedencia geográfica

Los públicos estudiados pertenecen casi exclusivamente (alrededor del 90%) a la región parisina.

Eficacia relativa de la gratuidad: El Festival Jazz en la Villette

Esta manifestación es una de las más elitistas del Parque. Los conciertos de jazz son de difícil acceso para un público masivo y por eso el contenido programático es determinante en la asistencia. El público está constituido por amates del jazz o futuros conocedores, cualquiera sea la tarifa establecida. La gratuidad permite a los más jóvenes y a los con menos recursos acceder y descubrir nuevas formas, pero ello no modifica fundamentalmente el perfil de los que se interesan en este género musical. El público popular de los espacios al aire libre pasa por el lado de estos conciertos, sin detenerse, aun cuando no haya que pagar.

La ampliación de públicos

Las exposiciones de sociedad que presentan temas difíciles como los genocidios del siglo XX fueron programadas con un objetivo de educación ciudadana. Ellas tenían la vocación de recibir a un gran número de personas, sobre todo a las que no conocían del tema. Sin embargo, fue difícil encontrar nuevos públicos¹¹ porque los visitantes individuales que asistían

¹¹ El EPPHGV cuenta también con un equipo de «Recherche de Public», búsqueda de público, el cual, como su nombre lo dice, sale a la calle a buscar los diferentes públicos para cada manifestación.

tenían una clara posición frente al tema, ya sea porque se trataba de militantes o de personas muy sensibles a los dramas evocados. Para superar esta situación, se organizaron puertas abiertas los días domingo, con la esperanza de recibir un público no intencional de paseantes. Esta operación fue determinante: la afluencia se multiplicó por veinte.

Las manifestaciones musicales de la Grande Halle, pluridisciplinarias, organizadas en primavera, en torno a un país o a una cultura, ofrecen a los asistentes, una vez comprada la entrada, múltiples proposiciones en un espacio abierto: conciertos, films, exposiciones, gastronomía, librería. Hay quienes vienen en conocimiento de causa para aprovechar el conjunto de la oferta, hay también quienes vienen sólo por ver una película. Ellos pertenecen a públicos identificados: adultos jóvenes, activos, parisinos y universitarios. Otros llegan atraídos por las grandes estrellas de los conciertos: los más jóvenes, representantes de la comunidad concernida (la misma a la que pertenece el artista) y personas de escasos recursos. Una vez que están allí, descubren otras expresiones de una cultura que ellos aprecian o, en ciertos casos, a la que pertenecen.

Estas manifestaciones contribuyen a la misión de democratización del EPPGHV al destacar y valorizar formas artísticas que pertenecen a las culturas de las cuales son originarios los segmentos del público que se amplía.

Reconocimiento de nuevas formas artísticas

Cuando en 1996 se decide programar en la Grande Halle los *Rencontres des cultures urbaines*,¹² se produce un giro en La Villette: ahora se trata de un asunto de democracia cultural. Para Levy:

La distinción efectuada acá entre democratización y democracia, reside esencialmente en la definición del campo de la cultura. La democratización implica que la institución hace accesible al mayor número de personas lo que ella considera como perteneciente al campo cultural (cultura tradicional o legítima), mientras que la democracia cultural supone un reconocimiento por parte de la institución de formas de expresiones artísticas que no pertenecen, o por lo menos no todavía, a su definición de cultura, pero que están ya consideradas como tal para ciertos segmentos de la población. La manifestación *Rencontres des cultures urbaines* tocaba esencialmente a un público constituido por jóvenes provenientes de sectores vulnerables y presentaba proposiciones artísticas ligadas a la cultura del hip hop, danza rap, graff, slam, tag (2002: 70).

Con esta manifestación, los públicos recibidos fueron muy diferentes con respecto a los que frecuentaban habitualmente la Grande Halle: mayo-

¹² Encuentro de culturas urbanas.

ría adolescentes (70% menos de 23 años), provenientes de medios generalmente desfavorecidos, del sector de la periferia parisina o de otras ciudades francesas (48% de otras regiones, 35% de la periferia parisina y 15% de París). También había adultos que estaban implicados en actividades culturales dirigidas a los jóvenes, así como otros interesados por este movimiento artístico.

3. LA INFLUENCIA DEL CONTENIDO ARTÍSTICO

Los diferentes ejemplos presentados por Levy ilustran la complejidad de la democratización cultural y la diversidad de parámetros que una institución cultural puede considerar si desea accionar sobre la composición social de los públicos. Ellos son parcialmente determinados por el espacio donde ocurre la manifestación, el horario, el precio de la entrada y por otros parámetros de naturaleza más intangible, como la imagen que la institución da de ella misma o de los artistas que recibe.

Pero además, los diferentes estudios realizados por La Villette testimonian, sobre todo, la influencia preponderante del contenido artístico de las manifestaciones. De hecho, si la gratuidad no es suficiente para atraer a un público popular a los conciertos de jazz, y si los espectáculos de danza hip hop hacen venir adolescentes de toda Francia, es porque las disciplinas concernidas no interesan a los mismos segmentos de la población y porque ellas no ocupan la misma posición en el campo cultural.

Para Levy, hablar de democratización reenvía necesariamente a la democracia cultural. «Cuando las medidas buscan facilitar el acceso a la cultura no es suficiente favorecer la diversidad social de los públicos, una oferta más amplia de formas artísticas puede seguramente llegar a renovar el perfil de los públicos» (2002: 73).

IV. Aterrizando en Chile: El Teatro de la Universidad Católica de Chile¹³

En enero del 2006, el Teatro de la Universidad Católica de Chile (TEUC) asume la decisión de iniciar un proceso de renovación. Ello responde, por una parte, al reconocimiento del nuevo contexto cultural en Chile, que ha implicado una mayor oferta de salas y espectáculos teatrales, la presentación

¹³ Desde su creación en 1943, el objetivo fundamental del Teatro de la Universidad Católica de Chile ha sido poner en escena las grandes obras de la dramaturgia universal desde los griegos hasta nuestros días, con el fin de satisfacer las necesidades artísticas y culturales del público chileno. En sus 63 años de existencia, el TEUC ha producido más de 170 obras tanto chilenas como extranjeras, operando como unidad de producción encargada de realizar los montajes de las obras escogidas por el Comité de Repertorio de la Escuela de Teatro UC, compuesto por grandes directores,

de otras temáticas, distintas a las grandes obras de la dramaturgia universal, nuevas formas de producción teatral (gracias a financiamiento público como el Fondo Nacional de la Cultura y las Artes) y una incipiente tendencia a la interdisciplinariedad y a la mayor visibilidad de nuevas formas de expresión artística. En este sentido, el primer desafío que plantea la renovación es una reflexión sobre el rol de un teatro universitario y los contenidos de su programación.

En segundo lugar, y estrechamente ligado a lo anterior, el nuevo proceso supone abordar, desde sus inicios, la problemática de los públicos. Ya no basta con estrenar una obra y aparecer en los medios de comunicación para estar a tablero vuelto. Ha quedado atrás la época en que los teatros eran contados con los dedos de la mano y ahora los espectadores se encuentran frente a una oferta que puede superar las cuarenta producciones por mes. Por otra parte, para el TEUC no se trata de «llenar la sala» porque sí, sino con respecto a un cierto sentido relacionado con la responsabilidad educativa y social de un teatro universitario. Facilitar el acceso al teatro en Santiago de Chile implica pensar en una ampliación y diversificación de públicos; significa el diseño de herramientas que estimulen el acercamiento y que entreguen nuevos parámetros y elementos de comprensión del trabajo teatral. Supone, por último, ir en búsqueda de los públicos a través de distintas estrategias y de una oferta artística de mayor diversidad.

En tercer lugar, esta renovación nos demanda también el desarrollo de un sistema de gestión mixta y la generación de variadas instancias de participación que estimulen las implicaciones e inversiones del sector privado en el proyecto TEUC. El cuarto y último aspecto, tiene que ver con una mayor apertura internacional desde diferentes perspectivas.

actores y diseñadores nacionales. El teatro cuenta con dos salas: la Sala 1 con capacidad para 350 personas; y la Sala Eugenio Dittborn, con capacidad para 280 personas.

Entre los años 1985 y 2003, se ha trabajado en torno a tres criterios de producción:

- Las grandes obras de la dramaturgia universal (A. Miller, F. Dürrenmatt, E. O'Neill, Shakespeare, Molière), con una gran asistencia de público escolar. El objetivo de estos montajes era difundir transversalmente los grandes clásicos del teatro en puestas en escena con un gran elenco y excelencia artística.
- Textos dramáticos de la segunda mitad del siglo XIX (D. Mamet, E. Albee, Y. Reza, R. Harwood), dirigidos a un público adulto. Junto con dar a conocer la dramaturgia internacional de los últimos años, estas producciones plantean temas contingentes que hacen reflexionar sobre el ser humano en nuestros días.
- Dramaturgia nacional (G. Luco Cruchaga, J. Radrigán, A. Skármeta, Coca Duarte), dirigidas a todo público. Esta línea de producción tiene por objeto presentar la reflexión proveniente de nuestros propios creadores, la cual, junto con apuntar a temas universales que preocupan al hombre, destaca elementos particularmente conflictivos de la vida social chilena.

1. LAS PRIMERAS ACCIONES

Para lanzar esta nueva etapa, durante el año 2005 se establecen nuevos estatutos jurídicos en el Teatro y se crea el cargo de Director, que por primera vez es asumido por un académico de la Escuela de Teatro de la Pontificia Universidad Católica de Chile. La responsabilidad recae sobre Inés Stranger, ex subdirectora de la escuela, dramaturga y Magíster en Estudios Teatrales por la Universidad París 3, Sorbonne Nouvelle.

La primera definición, en el marco de la reflexión sobre el rol del teatro universitario hoy en día y de su consecuente programación, es que, en términos generales, el Teatro de la Universidad Católica busca continuar como un espacio en el que se aborden los valores universales representados históricamente en el teatro, con excelencia artística, pero desde una perspectiva contemporánea que reactualice la importancia de las temáticas. Por otra parte, la idea es constituirse también como un espacio que promueva y dé cabida a nuevas formas de lenguaje escénico, a contenidos de índole nacional y latinoamericanos, y desde una perspectiva de experimentación y de gestión de la diversidad. En este sentido, se asume también una vinculación de coordinación y trabajo mucho más estrecho con la Escuela de Teatro de la Universidad.

A partir de estos principios programáticos, surge el segundo desafío: cómo llegar a un mayor número de personas, a cuáles, a través de qué estrategias, cómo definir nuestra responsabilidad educativa y social con respecto a la formación de públicos. Para avanzar en esta línea, en marzo del 2006 se crea el Departamento de Comunicaciones y Públicos del TEUC. Su primer objetivo es implementar una estrategia comunicacional que dé cuenta de esta renovación y que responda a las necesidades que plantea una cultura virtual y mediatizada. El segundo es desarrollar un plan de construcción, formación y fidelización de públicos de corto plazo (tres años) que sea medible, evaluable y readequable en función de los resultados.

2. LA ESTRATEGIA COMUNICACIONAL

La primera tarea implica el desarrollo de una nueva imagen gráfica para el TEUC, que debe estar definida en noviembre 2006, para lanzarla con la programación del primer trimestre 2007. Ella será utilizada en las invitaciones a los estrenos, en los afiches de cada obra y en los afiches de la programación general del TEUC, en los documentos de formación de públicos, en los avisos publicitarios y de canje, y en todo soporte papel y electrónico de difusión y promoción.

La segunda prioridad es la construcción de la página web del teatro. Por el momento, contamos con un sistema de difusión electrónico incluido en la página de la Escuela de Teatro de la Universidad. Si bien, como

decíamos anteriormente, estamos interesados en reforzar la vinculación con la Escuela, consideramos que debemos contar con un sitio web independiente, donde se proyecte la nueva imagen, donde se difundan nuestras actividades, donde se genere un espacio que promueva una mayor interrelación con nuestros públicos. Esta página ofrecerá también a nuestros auspiciadores otro espacio de difusión, y constituirá una de las cartas de presentación frente a nuestros futuros socios nacionales e internacionales. También estamos analizando la posibilidad de establecer un sistema de ventas de entradas por internet, donde ella funcionaría como soporte.

Con respecto a la relación con los medios de comunicación, en general contamos con una buena cobertura, la cual es el resultado de la excelencia artística de nuestras producciones y de nuestro prestigio como teatro. Sin embargo, creemos que frente a cada obra debemos realizar una estrategia que nos permita resaltar las temáticas abordadas y su pertinencia en nuestra sociedad. Ello apunta también a mantener el interés de los medios durante toda la temporada de explotación de nuestras producciones y no sólo para los estrenos.

3. EL PLAN DE PÚBLICOS

Por el momento, nos encontramos en una etapa de identificación de variables y problemáticas. Recién comenzamos a analizar algunas y nos quedan todavía muchas por abordar. Tomando como referencia algunos de los criterios de análisis de La Villette con respecto al trabajo con los públicos, hemos realizado un primer diagnóstico de nuestro histórico y hemos definido una serie de acciones experimentales para este año. Ellas constituyen la base para el trabajo en los años 2007 y 2008, período en el cual esperamos consolidar las nuevas prácticas, evaluarlas y readecuarlas con el fin de elaborar un plan de trabajo más sólido a cinco años plazo.

Uno de los aspectos fundamentales a considerar en este último plan es el futuro traslado del TEUC al Campus Oriente de la Pontificia Universidad Católica de Chile, como parte del Centro de las Artes de la Universidad que se constituirá en esa sede.

El espacio físico

El TEUC se encuentra ubicado frente a la plaza Ñuñoa (comuna de Ñuñoa, Santiago), espacio altamente transitado durante el día y la noche. Al centro de la plaza se ubica la Municipalidad de la comuna y alrededor de ella está lleno de restaurantes y bares.

Las paredes que separan la vereda de la calle y el *foyer* de nuestro teatro son puertas vidriadas y transparentes lo que permite la vista hacia el interior. Sin embargo, estas puertas, que sólo se abren 20 minutos antes de cada

función, han constituido una barrera para los paseantes. Por otra parte y hasta fines del 2005, el *foyer* era un espacio vacío, donde sólo se encontraban algunas fotografías de antiguas obras, sin atractivo para la gente que venía a la función.

Desde marzo de este año, decidimos quitar los afiches de las obras pegados en las puertas vidriadas e instalamos al interior del *foyer* un *stand* donde se ofrece la revista de la Escuela de Teatro, *Apuntes de Teatro*. Para el segundo semestre, esperamos ampliar del «productos derivados» de nuestra programación: afiches de las obras (con la nueva imagen), los cuadernillos pedagógicos donde se presenta un análisis de las obras, los programas, los textos originales y adaptaciones, *flyers* y otros elementos de promoción. Paralelamente, la persona que está a cargo del *stand* entrega al público antes de la función una ficha para completar con datos personales (nombre, mail, ocupación, institución, edad, comuna y obra a la que asiste). Ello nos ha permitido construir una base de datos para trabajar en el futuro cercano.

Procedencia geográfica de los públicos

En una primera lectura de la información obtenida a través de estas fichas, percibimos que nuestro público proviene de comunas lejanas a la del TEUC. Ello nos ha llevado a plantearnos el desafío de desarrollar una campaña de promoción con los habitantes del sector, sobre todo si pensamos en el traslado al Campus Oriente de la Universidad, el cual se encuentra a diez minutos de la actual ubicación del teatro.

Como primera acción, hemos concertado reuniones con las Municipalidades de las tres comunas más próximas, Ñuñoa, Providencia y Macul, con el fin de presentar la nueva orientación del teatro y establecer relaciones de apoyo y trabajo conjunto. Esperamos acercarnos también a las diferentes organizaciones sociales y culturales del sector y ofrecer promociones para la población local. Comenzamos también a publicar cupones de descuento en los medios de distribución comunal. A fines de este año, esperamos realizar una primera evaluación a estas acciones.

Contenido, diversificación y ampliación de públicos

Establecimientos educacionales. Un diagnóstico inicial nos dice que debemos reforzar y profesionalizar el trabajo que se ha hecho hasta hoy con los profesores y estudiantes de enseñanza secundaria, pero ahora de manera sistemática, con la elaboración y publicación permanente de cuadernillos pedagógicos, dirigidos a los profesores. En ellos se aborda el contenido general de la obra y se propone una serie de actividades a realizar con los alumnos, antes y después de la función.

A través de un equipo de promoción, se ofrece a los establecimientos la compra de entradas a precio rebajados para que asistan los alumnos. Para ello, se organiza una función especial y gratuita para los docentes, antes del

estreno, al final de la cual la encargada de pedagogía teatral aborda las temáticas centrales de la obra y entrega el cuadernillo pedagógico. También se distribuye una ficha para completar con sus datos personales (nombre, establecimiento educacional, asignatura, teléfono y e-mail) con el fin de ampliar nuestra base de datos. Posteriormente, los profesores interesados asisten al TEUC con sus estudiantes. Una análisis con respecto a las obras más solicitadas por los establecimientos educacionales refleja una preferencia por los textos que están incluidos en el plan de trabajo escolar (Shakespeare, Molière). Resulta difícil atraer con producciones basadas en textos contemporáneos, aun cuando las temáticas sean pertinentes para alumnos de entre 15 y 18 años.

Gracias a la información recogida en estas funciones, percibimos que los profesores que invitamos no son los mismos que los que asisten, lo que nos ha permitido ampliar nuestra base de datos con respecto a este segmento de público. Y como una manera de acercarlo, estamos desarrollando una política de fidelización a través de la oferta de encuentros, talleres y formaciones que ofrece el TEUC y la Universidad.

Por otra parte, nuestra idea es desarrollar para el 2007 sistemas de medición cualitativos que nos entreguen un marco para monitorear y analizar el aporte de nuestras publicaciones en el trabajo realizado por los profesores con los estudiantes.

Estudiantes universitarios. Nuestro segundo diagnóstico es que existe un gran público constituido por estudiantes universitarios y profesionales jóvenes a ser atraído. En general, ellos están bombardeados de información sobre panoramas culturales lo que plantea dificultades en el momento de la elección.

Nuestra intención es desarrollar actividades en torno a cada uno de las obras, en las cuales se aborden diferentes disciplinas en su relación con el teatro. De esta manera, esperamos captar el interés de grupos definidos y ofrecerles otras herramientas de acercamiento y comprensión del trabajo teatral.

La primera experiencia fue el *Encuentro de Psicología y Teatro*, en torno a la obra *Akatisia, mente en movimiento*, realizado el 12 de abril pasado. Los participantes/invitados fueron el connotado siquiatra chileno Ricardo Caponni, el director de la obra, Gonzalo Cid, y la actriz y codirectora, Ornella de la Vega. El objetivo era poner sobre la mesa los distintos métodos de acercamiento, observación e interpretación frente a enfermedades psicóticas: por una parte, los del siquiatra, por otra, los de los artistas. El programa era gratuito, incluía la presentación de la obra y luego una análisis entre los invitados y una conversación con el público.

A la actividad asistieron alrededor de 200 personas (el 95% de la capacidad de la sala). De ellos, 55 contestaron la encuesta que habíamos preparado para identificar el público. Un 60% correspondía a estudiantes de psico-

logía y el 40% restante a estudiantes de escuelas de teatro y facultades de arte. Del total, un 40% asistía por primera vez al TEUC.

Es demasiado prematuro interpretar resultados, pero sí podemos identificar ciertas variables de análisis. Por una parte, la figura de Caponni es capaz de atraer al mundo de psicología, es «la estrella». Por otra, y con respecto al elemento de gratuidad de la actividad, no podemos evaluar aún su grado de afectación en la asistencia de los estudiantes de psicología. Es posible que muchos hubieran pagado (un entrada reducida) por ver el análisis que Caponni hacía a la obra. Por el contrario, creemos que la gratuidad sí influye, en este caso, en la asistencia de los estudiantes de teatro y de arte, aun cuando el espectáculo fuera una propuesta innovadora de lenguaje escénico. Sin embargo, estamos todavía en un estadio completamente especulativo.

Para el segundo semestre, planificaremos actividades en torno a las obras el *Neo-proceso*, de Benjamín Galemiri, dirigida por Paulina García, y *La cruzada de los niños*, un proyecto de investigación de la Escuela de Teatro que nos permitirá trabajar sobre los derechos de los niños.

En el caso del *Neo-proceso*, versión libre inspirada en *El Proceso* de Kafka y en la película del mismo nombre de Orson Wells, los principales criterios a utilizar en la programación de estas actividades son, en primer término, considerar la participación de «personalidades» provenientes de distintas disciplinas académicas que puedan entregar otras dimensiones de apreciación a la temática y al trabajo teatral (como el caso de Capponi en *Akatisia*). En segundo lugar, incorporaremos en estos encuentros otras formas artísticas (cine, artes visuales, música) con el fin de entregar una dimensión interdisciplinaria del trabajo que realizamos. En tercer lugar, desarrollaremos una campaña comunicacional dirigida a los públicos que queremos tocar. Estas actividades estarán agendadas al inicio de la temporada de cada obra, con el fin de constituir un elemento de difusión y «enganche» para la obra. Por último, estableceremos relaciones con unidades académicas de Derecho, Filosofía, Sociología, Comunicaciones y Literatura de distintas universidades, ya que consideramos que las temáticas que aborda el *Neo-Proceso* son transversales a estas disciplinas. Queda por definir si ellas serán gratuitas o pagadas.

Público infantil y familiar. En el medio chileno, existe actualmente una alta demanda de propuestas teatrales para niños de un alto nivel artístico. Para el 2007, visualizamos la posibilidad de desarrollar una producción dirigida a menores, que nos permita acercarnos a un público de familiar.

Público adulto proveniente de estratos socioeconómicos medios. Durante mucho tiempo, el TEUC ha sido considerado como un teatro de élite, tanto por el contenido de la programación como por el precio de las entradas. En este

sentido, estamos evaluando la posibilidad de presentar a la Comisión de Repertorio del Teatro un espectáculo para el 2007 de más fácil acceso en cuanto a texto, pero sin disminuir la excelencia artística. Por otra parte, asumiremos el desafío de una revisión a nuestra política tarifaria.

La fidelización de públicos

También nos hemos propuesto avanzar en el desarrollo de programas de fidelización de públicos, ya sea a través del establecimiento de convenios, del desarrollo de un boletín informativo electrónico a enviar a los «amigos del TEUC», tarjeta de descuentos, etcétera.

La fidelización es uno de los desafíos de la continuidad en un proyecto cultural. Ella promueve una mayor cercanía con nuestros públicos y una re-orientación del trabajo realizado. Permite también evaluar el efecto de nuestras políticas y medir una eventual modificación de perfiles sociológicos.

Por último y para abordar de manera científica estos desafíos, estableceremos también nuevos sistemas de medición, a través de un proyecto de investigación con la Escuela de Sociología de la Universidad Católica.

3. PARTICIPACIÓN DEL SECTOR PRIVADO

A pesar de que el TEUC cuenta con un presupuesto anual¹⁴ que permite asegurar los costos administrativos, salarios para un mínimo de 22 personas, mantención y renovación de equipamiento técnico y de oficina, la programación oficial debe ser financiada con ingresos provenientes de auspicios, canjes y taquilla. Es por eso que necesitamos contar con la participación del sector privado para la producción, montaje y explotación de las obras, para desarrollar nuevas actividades programáticas, otras líneas de investigación y para ampliar y diversificar el trabajo con los públicos.

En estos momentos, estamos sentando las bases para establecer un futuro equipo de marketing que asuma la relación con las empresas. Las primeras acciones apuntan a: definir una serie de posibilidades de asociación entre el sector privado y el TEUC, a realizar un catastro de las empresas interesadas en apoyar a la cultura y con un compromiso de responsabilidad social, y a establecer una agenda de visitas con ellas para presentar la nueva orientación del proyecto TEUC. En este sentido, la identificación y segmentación de nuestros públicos es fundamental para poder estimular el interés del sector privado. Es necesario considerar que el sector teatral no ofrece la misma visibilidad que el cine, por ejemplo. Sin embargo, creemos que podemos ofrecer a las empresas un espacio para desarrollar una línea de acción constante y visible de apoyo a la cultura; para desempeñar un rol proactivo de responsabilidad social; para entregar beneficios y servicios culturales a

¹⁴ Financiado por la Pontificia Universidad Católica de Chile.

sus funcionarios y clientes, y de contar con un nuevo espacio de promoción y difusión de sus intereses, servicios y productos.

4. APERTURA INTERNACIONAL

Como explicábamos anteriormente, si bien buscamos promover autores, textos y temáticas chilenas en nuestra programación, estamos altamente interesados en la realidad contemporánea latinoamericana. Consideramos que existe un enorme trabajo a desarrollar con nuestros países vecinos.

Por otra parte, queremos también, este primer año, establecer convenios de cooperación con universidades e instituciones europeas, específicamente, inglesas, francesas y españolas. Estos acuerdos se podrán materializar a través de intercambios, asesorías y pasantías de investigación, entre otros.

Consideraciones finales

En términos generales, el Teatro de la Universidad Católica de Chile ha decidido enfrentar el 2006 como un período de experimentación a partir del cual se obtenga un material para sentar las bases del trabajo para el 2007 y 2008. Durante esta etapa, pretendemos posicionarnos tanto desde una perspectiva de democratización que facilite el acceso en términos de educación y mediación, así como de otra que estimule la participación ciudadana en cultura, a través de una mayor diversidad de contenido.

Consideramos que recién después de tres años estaremos en condiciones de definir los términos de un proyecto mayor y a largo plazo. Y siempre teniendo en cuenta que sólo con una actitud de apertura y flexibilidad en nuestras acciones y decisiones podremos obtener resultados y seguir avanzando.

Referencias

- ARIÑO, Antonio. (2004). *Cultura(s). Seminario Internacional para la Construcción de Públicos en las Artes Escénicas*. Valencia.
- BLANDIN-ESTOURNET, Christophe. (2004). «Democratisation culturelle: l'irréductible antagonisme». En Martine Aubry, *Culture toujours... plus que jamais*. París: L'Aube.
- BOURDIEU, Pierre. (1988). *La distinción. Criterios y bases sociales del gusto*. Madrid: Taurus.
- CARRASCO, Eduardo y Bárbara NEGRÓN. (2005). *La cultura durante el período de la transición a la democracia*. Santiago: Consejo Nacional de la Cultura y las Artes.
- CATALÁN, Carlos y Pablo TORCHE. (2005). *Consumo cultural en Chile. Miradas y perspectivas*. Santiago: Consejo Nacional de la Cultura y las Artes.
- DONNAT, Olivier. (2002). *Les publics des équipements culturels*. La Documentation Française.

- Encuesta de Consumo Cultural 2004 (nivel Región Metropolitana) y 2005 (nivel nacional), Consejo Nacional de la Cultura y las Artes de Chile, www.consejodelacultura.cl
- LAHIRE, Bernard. (2003). «La légitimité culturelle en questions». En Olivier Donnat, *Regards croisés sur les pratiques culturelles*, La Documentation française.
- LEVY, Florence. (2002). «La démocratisation de l'accès à la culture: réflexion a partir des études sur les publics du Parc et de la Grande Halle de la Villette». En Olivier Donnat, *Les publics des équipements culturels*, La Documentation Française.
- Memoria Anual 2003 y 2004, Consejo Nacional de la Cultura y las Artes de Chile. Disponible en <www.consejodelacultura.cl>.
- PETERSON, Richard y Roger KERN. (1996). «Changing highbrow taste: from snob to omnivore». *American Sociological Review*, 61: 901-907.
- PRONOVOST, Gilles (2001). *Participación cultural y transformación social*. Grial, 149.
- WILLIS, Paul. (1998). *Cultura viva*. Diputació de Barcelona.
- . (1999). *Notas sobre cultura común. Hacia una política cultural para la estética terrena*. En *Arxius de Sociologia*, 3.