



1 de julio de 2015 | Vol. 16 | Núm. 7 | ISSN 1607 - 6079

ARTÍCULO

¿DÓNDE ESTÁN TODOS LOS ESPECTADORES?

<http://www.revista.unam.mx/vol.16/num7/art59/#>

*Camila Villegas (Dramaturga,
narradora y productora teatral)*

¿DÓNDE ESTÁN TODOS LOS ESPECTADORES?

Resumen

Este texto reflexiona sobre el problema de los espectadores del teatro en México y hace una primera propuesta para que la cantidad y variedad de los mismos aumente. Con este fin, describe dos casos en concreto: el de “La Titería, Casa de las Marionetas” y “Espacio Teatral MH-35”. Así, resuelve finalmente que el primer paso consiste en responder a las preguntas: ¿quién es el público objetivo? ¿qué vivencia social-comunitaria va a encontrar en la experiencia teatral? ¿el lugar desde donde se apela a ese espectador es el correcto?

Palabras clave: México, teatro, cultura.

WHERE ARE ALL THE SPECTATORS?

Abstract

This text reflects about the assistance to the theater in Mexico and makes a first proposal to increase the number and variety of the audiences. For this purpose, it describes two concrete cases: “La Titería, Casa de las Marionetas” and “Espacio Teatral MH-35”. Finally, it resolves that the first step is to answer the questions: Who is the target audience? Which social-community experience is the audience going to find in the theater experience? The place where the audience is appealed is the right one?

Keywords: Mexico, theater, culture

¿DÓNDE ESTÁN TODOS LOS ESPECTADORES?

Introducción

Con frecuencia, quienes “hacemos” teatro nos preguntamos ¿cómo podemos generar nuevo público, espectadores vírgenes que se vuelvan asiduos? Se tienen largas conversaciones en torno al tema, se ensayan estrategias distintas (muchas de ellas de difusión y publicidad), se inventan locuras de todo tipo con el objetivo de atraer más gente a los montajes. Las preguntas se hacen en las producciones de cada obra, en los foros y entre los actores. Sin embargo, parece ser que la cantidad de energía dedicada al asunto no corresponde con los resultados. ¿Por qué?

Si bien es cierto que para cada espacio, cada montaje y cada proyecto artístico la respuesta es muy particular, sería útil pensar, ¿qué está sucediendo en esos nuevos espacios teatrales que en fechas recientes han sido capaces de plantarse para ver germinar a esos nuevos espectadores?

Los ejemplos en cuestión, de cuyas experiencias se hablará en este breve texto, son dos: La Titería, Casa de las Marionetas, y Espacio Teatral MH-35. En ambos casos, son destacables cuatro factores:

1. Para empezar, han sabido responder con claridad cuál es ese público al que están apelando. Porque los espectadores no son una masa uniforme ni una mente colectiva, aunque a veces parezca olvidarse esta sutileza cuando la respuesta a tal pregunta es fundamental. Si como dice Peter Brook (1993): “El teatro es siempre tanto una búsqueda de significado como un modo de hacer que ese significado lo sea también para otros. Éste es su misterio. Admitir el misterio es muy importante”. Entonces, ¿no sería crucial imaginar al menos quienes son esos *otros*?
1. En segundo lugar, aunque no menos importante, los dos buscan a sus espectadores entre esa población que, en términos generales, no ha sido debidamente contemplada, atendida, consentida por el teatro. Esos espectadores que por acción u omisión son considerados *menores* en términos de su recepción de la propuesta artística. Específicamente, me refiero a los niños, a las personas con bajo nivel de escolaridad, a los habitantes de barrios con nulo o escaso contacto con lo que el *status quo*



Título: Espacio Teatral
 MH-35 A.C. Autor: Erick
 Saúl

designa como *artístico-cultural*. Esos espectadores a los que tácita o abiertamente se considera que “no hay que pedirles demasiado” porque no cuentan con el bagaje “cultural” de los artistas, no saben quién es Tennessee Williams o no han escuchado música clásica.

2. También, y esto es importante porque el espacio que habitamos está íntimamente ligado a lo que somos, han contestado la primera pregunta a partir de un lugar, una dirección, una disposición espacial, un punto en el mapa.
3. La experiencia o vivencia teatral también es una experiencia social, comunitaria. Eso la hace perdurable. Ahí se tienen las iglesias plagadas de gente que no tiene ni la mínima intención de rezar pero que sabe que probablemente conversará con el compadre, así como se tiene a los teatreros asistiendo a montajes que intuye malos pero en los que encontrará algún amigo. Pero, el espectador “común y corriente”, ¿qué experiencia social, comunitaria, halla cuando asiste al teatro? ¿De qué manera se le invita a participar?

Es pues, la combinación de estos cuatro factores lo que ha permitido que estos dos espacios se empiecen a afianzar como lugares de creación de nuevo público.

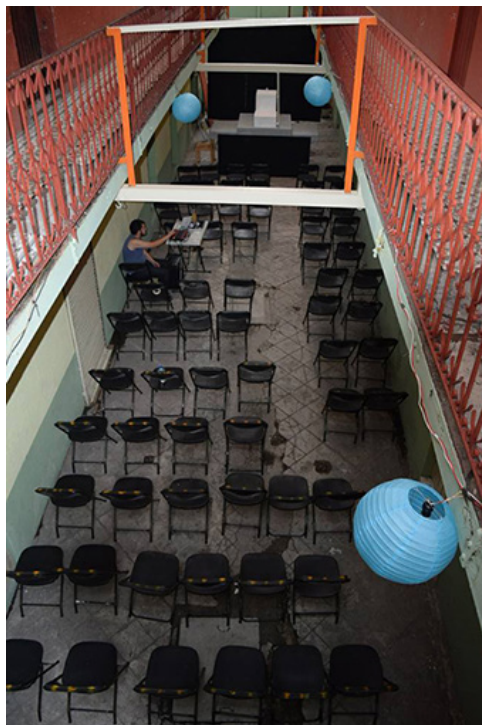
La Titería, Casa de las Marionetas

La Titería, Casa de las Marionetas está ubicada en la calle de Guerrero número 7 en la colonia Del Carmen Coyoacán y su público objetivo son los niños. Se trata del primer espacio cultural, recreativo y comunitario en la Ciudad de México dedicado a niños y jóvenes, donde los títeres se integran con otras artes para explorar ideas, sueños y emociones de la infancia.

El espacio se abrió al público el 27 de marzo de 2014, bajo la dirección de Amara Leyva (2015):

En la zona donde serán las áreas verdes y comunales, instalamos una carpa de 10 x 15 metros que volvimos un teatro con capacidad para 100 sillas. Y desde entonces ofrecemos programación que cambia cada mes, donde presentamos los espectáculos de nuestra compañía Marionetas de la Esquina y las compañías invitadas. A casi un año de haber abierto las puertas, mantuvimos un flujo de visitantes de 150 por fin de semana, un total de 6060 personas.

El foro, que ya no la carpa provisional, será inaugurado en septiembre y de continuar como va, seguirá generando nuevos públicos.



Título: Espacio Teatral
 MH-35 A.C. Autor: Erick
 Saúl

Lo que destaca en esta experiencia, es que si bien existen puestas en escena para niños y jóvenes, nos encontramos con el primer proyecto de espacio actual (pues no aventuro decir que ha sido el único en la historia) que se dirige exclusivamente a estos espectadores. Hasta la fecha, en la carpa, han programado 31 espectáculos diferentes: 27 de títeres y cuatro de otras artes escénicas, con dos funciones cada fin de semana, una el sábado y otra el domingo.

¿No resulta curiosa la escasez de espacios dirigidos a niños y jóvenes? En este sentido surge la pregunta: ¿Generar público nuevo no tendrá mucho que ver con la formación de ese público desde la infancia? Si resulta que el teatro para niños no sólo tiene el mismo potencial de complejidad artística de cualquier *otro teatro* sino que, bien administrado, puede ser una fuente de ingreso económico... factor no desdeñable dadas las circunstancias actuales del panorama nacional en el teatro, ¿por qué hasta ahora se ha desatendido?

Así pues, dónde y a quién dirigir la puesta en escena (Silvia Peláez les hizo hace varios años un estudio de público que han ido implementando poco a poco) es algo que en La Titería tienen claro.

Pero también saben que eso no es suficiente, que hay que atender el aspecto social y buscar espectadores críticos. Por eso ofrecen muchas actividades alrededor del teatro, tales como talleres para niños con el tema o técnicas de títeres de la obra que se presenta y ejercen un control riguroso en la calidad de lo que presentan: “La calidad de los espectáculos es rotunda, los papás ahora se quejan cuando uno no les gusta y en una ocasión tuvimos que cancelar un espectáculo porque la calidad no era la prometida” cuenta Amaranta (2015).

En resumen, se trata de un espacio comunitario: “donde los papás y niños pueden hacer cosas juntos”. Donde tienen una atención personalizada a la entrada porque “queremos que se sientan como en su casa, literalmente”, dice Leyva (2015). En pocas palabras, hay este sentido de comunidad.

Y es justo la comunidad lo que sobresale en este segundo espacio que a continuación se presenta.

Espacio teatral MH-35

Ubicado en República de Honduras número 35 en el corazón de La Lagunilla, el proyecto “Desde La Lagunilla, la cultura al alcance de todos...”, del que se desprende el “Espacio Teatral MH-35”, concebido por Marcos Héctor García (productor general) y Erick Saúl Elizondo (productor ejecutivo), fue creado con la idea, como ellos lo explican “de hacer partícipe a la sociedad de ese barrio de la cultura artística y el arte por medio del teatro”.

Entonces, el espacio es para el público. A la medida del público. MH-35 conoce con claridad quiénes son los espectadores que busca: la gente de la Lagunilla. “En pleno siglo veintiuno” dice Marcos Héctor (2015), “ciertos sectores siguen pensando que la cultura es solamente un estatus de posicionamiento político, un privilegio que poseen unos cuantos... Conceptos como derechos culturales, industrias culturales y políticas culturales, son desconocidos para ciertas comunidades”, agrega. “Como productor y gestor artístico me siento comprometido a realizar proyectos enfocados a crear comunidades

implicadas con las artes, para que crezcan y permanezcan activos”.

Pero, ¿cómo hacer tal cosa en pleno corazón de La Lagunilla?

Cuando empezaron, la empresa parecía un poco una locura, un proyecto al menos arriesgado, pues se trataba de una *comunidad marginada*: prostitutas, drogadictos, vendedores informales, indigentes y delincuentes. Y es justamente a ellos a quienes se ha dedicado desde entonces. ¿El resultado? El foro es hoy el principio de un proyecto comunitario que se ha logrado forjando vínculos con las personas de la comunidad. Por ejemplo, Erick y Marcos establecieron lo que ellos llaman “Patrocinios de Colonia”: en cada producción que realizan invitan a todo tipo de establecimientos, especialmente pequeños locales ambulantes, a patrocinar el proyecto cultural para involucrarlos en la reconstrucción del tejido social de su comunidad a través del arte y la cultura artística. “Al no estar familiarizados con el mundo de la cultura no saben que son posibles las alternativas a las teorías populares. Nuestra intención y propósito es que la cultura sea un sustento del desarrollo y parte del diario vivir en esta comunidad”, explica Marcos Héctor. Y ha funcionado. Sí los patrocinan. Hoy por hoy, Don Gilberto, el bolero del barrio, es el técnico del lugar y apoya con la restauración del espacio; la señora Diana vende sus palomitas en los días de función y así, el que quiera involucrarse, además de asistir a los montajes, que por cierto son gratuitos, puede hacerlo.

Título: Espacio Teatral
 MH-35 A.C. Autor: Erick
 Saúl



MH-35 recibió a su primera tanda de espectadores el 12 de diciembre de 2014 y, desde entonces, ha presentado ocho puestas en escena de diferentes de compañías dispuestas a apoyar con su trabajo a la empresa. Esto se traduce en catorce funciones, cada tres

semanas aproximadamente –pues por tema de recursos (ya se dijo que es el barrio el que facilita económicamente el proyecto) no se realizan con más frecuencia–, a las que han asistido alrededor de 100 personas por noche (se puede calcular un total de 1400 a la fecha).

Así, la gente de la Lagunilla va al teatro. Muchos por primera vez en su vida. Y quieren ver más. Cada vez que hay función no queda ni una sola butaca libre.

Lo que Espacio Teatral MH-35 hace muy bien, además de tener claro quien es su público y cómo atraerlo, es precisamente el hecho de que rescata este sentido comunitario de la experiencia teatral que, espero, sea el factor que lo haga perdurable.

Conclusiones

Estas dos experiencias muestran cómo sí existen resoluciones para esas largas discusiones, reflexiones e indagatorias en torno a la creación de nuevos públicos. Y aunque en estos dos casos el camino se presenta a través de un nuevo espacio y no siempre será éste el caso, pues un foro no es cualquier cosa, y, como ya se mencionó, cada espacio y cada proyecto es particular, las preguntas prevalecen: **¿quién es mi público objetivo? ¿qué vivencia social-comunitaria va a encontrar en la experiencia teatral? ¿el lugar desde donde apelo a ese espectador es el correcto?** 🌟

Título: Espacio Teatral
 MH-35 A.C. Autor: Erick
 Saúl



Bibliografía

1. [1] BROOK, Peter, *La puerta abierta*, España: Alba, 1993.
- [2] García, Marcos Héctor, comunicación personal, junio de 2015.
- [3] Leyva, Amaranta, comunicación personal, junio de 2015.
- [4] La Titería, casa de las marionetas [en línea]: <<http://www.latiteria.mx/>>