



Tipo de documento: Tesina de Grado de Ciencias de la Comunicación

Título del documento: La comunicación publicitaria para el teatro comunitario: propuesta basada en el grupo Pompapetriyazos

Autores (en el caso de tesis y directores):

María Tatiana Bucca

Pablo Costa, dir.

Datos de edición (fecha, editorial, lugar,

fecha de defensa para el caso de tesis): 2018

Documento disponible para su consulta y descarga en el Repositorio Digital Institucional de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires.
Para más información consulte: <http://repositorio.sociales.uba.ar/>

Esta obra está bajo una licencia Creative Commons Argentina.
Atribución-No comercial-Sin obras derivadas 4.0 (CC BY 4.0 AR)



La imagen se puede sacar de aca: https://creativecommons.org/choose/?lang=es_AR



Universidad de Buenos Aires
Facultad de Ciencias Sociales
Carrera de Ciencias de la Comunicación

Tesina de fin de grado

La comunicación publicitaria para el teatro comunitario:
Propuesta basada en el grupo Los Pompapetriyasos

Autora:

María Tatiana Bucca

DNI: 36329377

Cel: 1133015634

Mail: tatibucca@gmail.com

Tutor:

Pablo Costa

DNI: 22052111

Cel: 1551405164

Mail: pablocos17@yahoo.com.ar

Julio 2018

Introducción	4
Metodología	8
Corpus	9
Justificación de la metodología utilizada	9
Estado de la cuestión	11
Marco teórico	12
Capítulo 1: El teatro comunitario	14
¿Qué es el teatro comunitario?	14
Breve historia del movimiento	18
La creación colectiva	19
Diferencia entre el teatro comunitario y otros tipos de teatro	19
La Red Nacional de Teatro Comunitario	21
Capítulo 2: Los Pompapetriyasos	23
Descripción del grupo	23
Historia del grupo y origen del nombre	24
Objetivo del grupo	26
Cómo el grupo transforma vidas, al barrio y a la sociedad	26
Los proyectos	28
Los Pre-Pompa	30
Ensayos adultxs Pompapetriyasos	31
Obras	32
Capítulo 3: La comunicación en Los Pompapetriyasos	37
Objetivos de la comunicación según el grupo	37
¿Qué busca transmitir el grupo?	37
¿Qué perciben lxs receptorxs?	39
Perfil del público e imagen del grupo en el barrio	40
Dificultades del grupo en la comunicación	43
Nombre del grupo	46
Elementos gráficos	47
Medios	48
Capítulo 4: La propuesta	51
Resumen de problemas de comunicación	52
Bases para la propuesta	54
Propuesta de estrategia comunicacional	55
Objetivos de la comunicación	55
Público objetivo	56
Posicionamiento	58
Identidad	58

Propuesta de medios	60
Comunicación interna	70
Conclusión	73
Bibliografía	75
Anexo	77

Introducción

El presente trabajo es de tipo propositivo y tiene por objeto de estudio la comunicación publicitaria en el teatro comunitario. El teatro comunitario es un movimiento que surge en Argentina, en el barrio de la Boca en 1983 a partir de la necesidad de un grupo de vecinxs de juntarse y expresarse a través del arte. Estxs conforman el grupo Catalinas Sur, y a partir de entonces se replica la experiencia en otros barrios, hasta llegar a conformar una red de la que hoy forman parte alrededor de 50 grupos tanto de capital como del interior.

Se definen como “un proyecto artístico de la comunidad para la comunidad” y se proponen extender el potencial transformador del arte al conjunto de la sociedad. Buscan generar un espacio de encuentro entre personas de distintas edades y procedencias sociales, habitar el espacio público y la defender el acceso de todas las personas a la cultura. Quienes actúan lo hacen en carácter *amateur*, es decir, no perciben un salario por ello. El dinero que se junta en las funciones es destinado a sostener el proyecto.

Se decide estudiar la comunicación publicitaria que realizan ya que, a pesar de que las producciones realizadas por estos grupos son de gran calidad, han sido reconocidas con varios premios a su labor y cuentan con una larga trayectoria, el movimiento no es conocido por parte de la sociedad en general y tampoco dentro del ambiente artístico. A su vez, para quienes no lo conocen, la palabra “comunitario” remite a un producto de mala calidad, ya que se asume que el foco estará puesto solamente en lo social de su trabajo, y que la puesta en escena será descuidada. Esto se ve acentuado cuando se realizan funciones al aire libre y se establece que la forma de pagar la entrada es “a la gorra” es decir, a voluntad, ya que en gran parte de la sociedad se entiende que el teatro debe realizarse en una sala cerrada, y pagar una entrada funciona en este imaginario como garantía de calidad.

Suele pensarse que se trata de un proyecto para personas de bajos recursos económicos. Sin embargo, entre los objetivos del movimiento se encuentra llegar a personas de distintas clases sociales y generar lazos entre las mismas. No se trata a los miembros desde sus carencias, sino que se los invita a formar parte de un

proyecto que en el que cada uno puede aportar sus capacidades y experiencia y se apuesta al trabajo colectivo como potenciador de la creatividad.

Objetivos de la investigación

El objetivo general de la investigación es:

1-Conocer y proponer soluciones a los problemas comunicacionales del teatro comunitario a partir del estudio de un caso.

Los objetivos específicos son:

1- Realizar un diagnóstico de la situación comunicacional del grupo de teatro comunitario Pompapetriyasos.

2- Proponer mejoras en la comunicación del grupo.

En esta tesina se trabajará sobre uno de los grupos que conforma este movimiento, Pompapetriyasos, que funciona desde el 2002 en el barrio de Parque Patricios. Como grupo de teatro comunitario consideran que el arte es un derecho que debe estar al alcance de todxs, y con esto se refieren tanto al consumo -por eso sus entradas son generalmente a la gorra- como a la producción, y este es el aspecto verdaderamente novedoso. Destacan que usualmente las políticas públicas orientadas al acceso de mayores sectores de la sociedad recaen en el primer aspecto, ya que se financian recitales y espectáculos para que más gente pueda asistir como público, pero se deja de lado la posibilidad de pensar a la persona como sujeto creativo y las potencialidades de la acción comunitaria.

El foco del grupo está puesto en resaltar el poder del trabajo colectivo, y la fuerza que cobran las personas cuando se unen, reflexionan y se proponen crear una sociedad diferente. La lucha del teatro comunitario es contra el individualismo.

El grupo inició sus actividades utilizando distintos espacios prestados del barrio para ensayar, como clubes y canchas de fútbol, hasta que comenzó a alquilar un salón en Esteban de Luca y Brasil. En un comienzo abría un día a la semana y proponían que ese fuera un momento de encuentro para personas de distintas edades, desde niñxs hasta adultxs mayores. Sin buscarlo, comenzaron a llegar cada vez más nenxs, hasta llegar a los 200 que participan en el espacio que ahora funciona durante toda

la semana. En la actualidad cuentan con dos espacios para adultxs: los ensayos de los sábados y los “Pre-Pompas”, que funciona los lunes a la noche y está destinado a las personas que quieren integrarse al grupo y no tienen formación actoral. Sin embargo, allí les cuesta atraer personas nuevas, que asistan de manera regular y que luego, al pasar a los ensayos de adultxs de los sábados puedan integrarse y permanecer en el grupo. Esto podría explicarse por varios factores: por un lado, para la convocatoria, el nombre “Pompapetriyazos” que remite a payasos atrae más a lxs niñxs que a lxs adultxs. A su vez, cuando el grupo necesita sumar participantes no realiza una campaña de difusión orientada a este fin, sino que se pide a los miembros que inviten amigos. Por otro lado, una vez que ingresan personas a los Pre-Pompas, éstas reciben formación básica actoral pero al terminar el ciclo no saben qué es el teatro comunitario ni su forma de trabajo. Esto genera que al intentar integrarse al grupo de adultxs de los sábados y encontrarse con procesos de creación colectiva, que tienen tiempos lentos y no lineales, sientan que “no están haciendo nada”, que “no participan”, y al final abandonen. Es necesario que en los Pre-Pompas se incluya también formación acerca de cómo se trabaja en el teatro comunitario y generar espacios para que al ingresar al grupo de los sábados se sientan invitados a participar.

Por otro lado, el grupo realiza su trabajo con un gran anclaje territorial, sus obras se construyen a partir de la reflexión de temáticas que atraviesan al barrio y preocupan a lxs vecinxs y la mayor parte de los participantes son habitantes de la zona. Sin embargo, a través de encuestas en Parque Patricios pudo comprobarse que no son conocidos por gran parte de sus habitantes, y que pocos de los que sí saben de ellos están al tanto de que hacen teatro comunitario y qué significa esto. Es necesario implementar estrategias para que el grupo sea conocido en el barrio y pueda atraer a más participantes adultxs.

A su vez, el grupo es autogestivo y se encuentra ante el desafío constante de conseguir fondos para solventar su actividad. Una de las formas de recaudar dinero es pasando la gorra al final de sus espectáculos, ya que como se afirmó anteriormente quienes actúan no cobran sino que ese ingreso se destina a sostener el proyecto. Sin embargo, a menudo manifiestan haber recibido mucho menos dinero del que esperaban y necesitarían para solventarse. Por parte del público puede

verse, por un lado la tendencia a asociar “a la gorra” con “gratis”, por lo que el dinero que otorgan se realiza más en concepto de colaboración con un monto pequeño que como reconocimiento del valor de la obra. Por otro lado, en encuestas realizadas al final de la obra y en el barrio (si se tiene en cuenta en este caso sólo a aquellos que manifestaron conocer al teatro comunitario), pudo observarse que varias personas creían que el proyecto era promovido y solventado por el gobierno de la ciudad. El grupo no logra transmitir de manera transparente cómo sostiene su proyecto económicamente, cuánto necesitaría que aporte el público para hacerlo sustentable y en qué utiliza estos fondos.

En líneas generales, puede verse que el grupo no realiza una planificación de la comunicación. No define sus objetivos generales de comunicación, es decir aquello que querrían lograr en el largo plazo, ni los particulares de cada pieza de comunicación que realizan. Tampoco definen cómo sería el público al que apuntan con la misma, ni diferencian el tono de la comunicación en cada medio ni según a quiénes se dirigen en cada ocasión, que pueden ser personas, empresas o el estado.

El tiempo y dinero del grupo son particularmente limitados dado la participación *amateur* de la mayoría de los participantes. La falta de planificación antes mencionada no permite aprovechar al máximo estos recursos escasos.

Hipótesis

La hipótesis general de este trabajo es:

Como la mayoría de los grupos de teatro comunitario, Los Pompapetriyos no logran visibilidad ante el público por no atender a la comunicación que realizan.

La hipótesis específica es:

1-El grupo Los Pompapetriyos no consigue comunicar adecuadamente su proyecto artístico porque no realiza un diagnóstico sobre su situación ni planifica en base a objetivos y públicos específicos.

Organización del trabajo

En el primer capítulo se desarrollará la definición, bases e historia del teatro comunitario, se explicará el método de la creación colectiva que utilizan estos grupos para componer sus obras y su diferencia con otros tipos de teatro. Se expondrá el funcionamiento de la Red Nacional de Teatro Comunitario y se mencionarán los problemas comunicacionales que pueden observarse a nivel general en este movimiento.

En el segundo capítulo se describirá al grupo Los Pompetriyasos, su historia, su organización en proyectos, entre los cuales se describirá en mayor profundidad los de adultxs, y sus obras. Se realizarán observaciones sobre problemas comunicacionales visibles en su forma de organización y la presentación de sus espectáculos.

En el tercer capítulo será más específico sobre la comunicación de este grupo, se detallará qué busca transmitir el mismo, y se lo confrontará con lo que perciben lxs receptorxs. Se describirá el perfil del público de sus obras, la percepción de los mismos y la imagen del grupo en el barrio. Se detallarán las dificultades del grupo en la comunicación, y se analizarán algunos medios que utilizan.

En el cuarto capítulo se realizará una propuesta de mejora comunicacional, que consta de la definición de objetivos comunicacionales, público objetivo, posicionamiento, identidad y sugerencia de uso de medios. También se incluyen propuestas para mejorar la comunicación a nivel interno. Se espera que lo desarrollado pueda colaborar en el crecimiento del grupo y acercar la imagen que perciben lxs receptorxs a lo que los Pompetriyasos buscan transmitir.

Metodología

Para realizar este análisis, entre abril de 2017 y junio de 2018 se ha recurrido a entrevistas en profundidad a los encargados de comunicación y coordinadorxs del Circuito Cultural Barracas y los Pompetriyasos. Se observaron ensayos y obras de ambos grupos y Catalinas Sur. Se realizó observación participante al grupo de los Pompetriyasos, encuestas a lxs vecinxs del barrio de Parque Patricios y al público

de las obras de este último grupo. También al monitoreo de sus redes sociales y página web de los grupos antes mencionados y la red de teatro comunitario.

Corpus

El enfoque para realizar este análisis es sincrónico.

Se realizó monitoreo de páginas web y redes sociales de la red de teatro comunitario, el Circuito Cultural Barracas y Catalinas Sur entre febrero y abril de 2017. De los Pompapetriyos entre abril de 2017 y junio de 2018.

Se llevaron a cabo cinco entrevistas en profundidad a coordinadorxs y encargados de comunicación de grupos de teatro comunitario entre abril y octubre de 2017. Una de ellas fue realizada a Corina Busquiazó, del Circuito Cultural Barracas, dos a coordinadorxs de Los Pompapetriyos y dos a lxs encargadxs de comunicación de este grupo. También se entrevistó a tres miembros.

Se observó un ensayo del Circuito Cultural Barracas en abril de 2017 y otro de los Pompapetriyos en el mismo mes.

Se observaron las obras El casamiento de Anita y Mirko del CCB, Fulgor Argentino de Catalinas Sur en abril de 2017, Porque va lejos de Los Pompapetriyos en septiembre 2017 y cuatro funciones de Lo que la peste nos dejó, del mismo grupo, entre octubre y diciembre de 2017.

Se realizaron 12 encuestas al público de Lo que la peste nos dejó durante ese período y 21 encuestas en el Parque de los Patricios en diciembre de 2017.

Se trabajó con observación participante en el grupo de los Pompapetriyos entre octubre de 2017 y junio de 2018.

Justificación de la metodología utilizada

Para iniciar esta investigación, era necesario comprender de qué se trata el teatro comunitario en general y luego elegir un grupo sobre el cual realizar el análisis en mayor profundidad. El trabajo comenzó con la exploración de la página web de la red de teatro comunitario a fines de 2016 para conocer la definición que daban sobre sí mismos y también para saber cuáles son los grupos que funcionan en la actualidad.

Para conocer su forma de trabajo, a comienzos de 2017 se observaron varias obras de estos grupos, como *El casamiento de Anita y Mirko* de Circuito Cultural Barracas, y además se asistió antes de la función para ver el proceso de preparación de los actores, y *Fulgor argentino* del grupo Catalinas Sur. Se realizó una entrevista a Corina Busquiazó, la encargada de comunicación del Circuito Cultural Barracas, y con su aporte más la información disponible en la web de la red y el libro escrito por Marcela Bidegain se elaboró la definición del teatro comunitario que se presenta en este trabajo.

Una vez establecida la idea general acerca de estos movimientos, era necesario seleccionar un grupo sobre el cual realizar el análisis en mayor profundidad. Se estableció contacto con Los Pompapetriyos a partir de una recomendación personal, y este contacto fue central, ya que no aparecen en la lista de grupos de la red. Para conocer su forma de trabajo se realizaron entrevistas a los miembros que tienen alguna responsabilidad en el mismo y se les consultó si estaban interesados en que realice esta investigación para poder ofrecerles una propuesta de mejora comunicacional, y su respuesta fue afirmativa. Era central contar con su consentimiento ya que su colaboración iba a ser necesaria durante el proceso de investigación.

En esta charla se les consulta por el funcionamiento del grupo, su forma de organización, el manejo de la comunicación y los objetivos de la misma. Luego se entrevistó a la comisión que trabaja en este tema, y se les consultó acerca de sus objetivos y dificultades.

Luego, para ver al grupo en acción y realizar observaciones se asistió a algunos ensayos de los miércoles (Pre Pompas) y sábados (Pompapetriyos adultxs), en donde se observó la forma de trabajo de ambos grupos. En septiembre se asistió como público a obra *Porque va lejos* y a varias funciones de *Lo que la peste nos dejó* entre octubre y diciembre 2017. En esta última se realizaron encuestas a los espectadores para conocer qué imagen transmitía el grupo al público. El análisis de las mismas se encuentra más detallado en el apartado “La investigación”.

Dado que la comunicación está formada tanto por los elementos intencionales como por los no controlados, era necesario observaciones sobre el grupo en una

situación más espontánea que en una entrevista. Es por esto que en octubre de 2017 se participó activamente en el espacio de Pre Pompa, y en 2018 de los ensayos de los Pompetriyosos adultxs de los sábados. Esto permitió observar el funcionamiento del grupo con mayor naturalidad, y también conocer las impresiones que tenían sobre el grupo quienes se estaban integrando en los Pre Pompa.

En diciembre se realizaron encuestas en el Parque de los Patricios para saber cuál era la situación del grupo en el barrio, si lxs vecinxs lo conocen y también saber el perfil de sus habitantes, su vínculo con la cultura y los prejuicios que tienen del teatro.

En base a ese recorrido, se presenta el análisis que se desarrolla a lo largo de los siguientes capítulos y la propuesta al final del mismo.

Estado de la cuestión

Si bien se han realizado estudios sobre el teatro comunitario e incluso existe una red de investigadorxs del tema, no se han realizado propuestas sobre la comunicación publicitaria que realizan estos grupos.

El trabajo de Marcela Bidegain, que será tomado como marco teórico en este estudio realiza una descripción general sobre este movimiento y su origen. Por otro lado, existe una compilación de trabajos reunidos en el libro *El movimiento teatral comunitario argentino* que han estudiado al tema desde distintas disciplinas y enfoques. Allí se presentan trabajos que analizan el tipo de sujeto que se construye en estos grupos, las posibilidades que allí se ofrecen de instalar un discurso alternativo al hegemónico y se reflexiona sobre los ejes de identidad, memoria y espacio público en este movimiento.

Existen otras tesinas de la carrera de comunicación que analizan al teatro comunitario: por un lado, la de María Jimena Carreira y Ana García, realizada en 2014, que toma al grupo Catalinas Sur para analizar su discurso institucional y los cambios del mismo, y aquella realizada en 2004 por Paula Flaks y Gisela Muñoz, que estudia al teatro comunitario y popular después del 19 y 20 de diciembre de 2001. Otra tesina es la de Gastón Falzari, presentada en 2011, que reflexiona sobre

memoria colectiva, verdad(es) y experiencia en el teatro comunitario, y que fue publicada en el libro antes mencionado, *El movimiento teatral comunitario argentino*.

Por otro lado, se ha estudiado en concreto a Los Pompapetriyazos desde la psicología y el teatro, pero no desde la comunicación publicitaria.

Marco teórico

Para realizar esta investigación se tomarán tanto aportes de la comunicación publicitaria como de estudios realizados sobre teatro comunitario.

De la rama de la comunicación se toma a Joan Costa, que afirma que las empresas (entendidas en un sentido amplio, vinculado con emprender) comunican aun cuando no se lo proponen específicamente, y que la opción es si dejar estos elementos librados al azar o canalizarlos y transformarlos en herramientas de estrategia (2009: 146). Este trabajo consta en primera instancia de un análisis sobre la comunicación que lleva a cabo el grupo de teatro los Pompapetriyazos. Se parte del postulado del autor, que contempla dentro de la comunicación no solo a las acciones que fueron pensadas específicamente con esa función (un posteo de Facebook, un *flyer*, una nota periodística), sino también aquellas cuestiones que no son entendidas por el grupo como tales pero que, aun sin ser racionales forman parte de su identidad. Esto a su vez proyecta una determinada imagen a sus públicos, que en esta investigación se buscará conocer, para saber si está alineada con la que busca promover el grupo. Para transformar estas formas de comunicar en herramientas de estrategia es necesario conocerlas y saber cómo reacciona el público ante ellas.

Costa afirma que es importante centrarse en la calidad de las comunicaciones, antes que en su cantidad (2009: 44). No se trata de comunicar más sino mejor. A partir de este se articula este trabajo, con la certeza de que una reflexión sobre las formas de comunicar del grupo permitirá optimizar la tarea y conseguir mejores resultados.

A su vez el autor establece la importancia de comunicar por objetivos, (2009: 170) que implica establecer qué se quiere conseguir con cada público. No hacerlo llevará a tener una lista de mensajes disgregados. En este análisis se preguntará a

los Pompapetriyasos acerca de sus objetivos y sus públicos, para conocer si son aspectos que tienen en cuenta a la hora de comunicar. Para la instancia de propuesta comunicacional también se tendrá en cuenta este aporte del autor, ya que la misma se estructurará a partir de objetivos y un perfil definido de público que guiará toda la propuesta.

Se toman los aportes de Eugenia Etkin sobre comunicación para organizaciones sociales, que afirma que resulta difícil comunicar adecuadamente sin una buena planificación (2014: 57). Se verá a lo largo de este análisis que esto en gran parte explica los problemas del teatro comunitario en la comunicación: no planificar trae como consecuencia mensajes inconexos y al desperdicio de sus recursos más escasos: el tiempo y el dinero. En este trabajo podrá observarse que gran parte de los problemas comunicacionales del grupo se basan en preguntas centrales que no son respondidas ni clara ni uniformemente por el mismo. ¿Con qué objetivos comunican? ¿Para quienes? ¿Cuál es su situación actual?

Por otro lado, para conocer el tema sobre el cual se realizará el análisis y propuesta comunicacional se tomará, por un lado la definición de teatro comunitario presentada por la Red Nacional de Teatro Comunitario, que establece que es “un proyecto teatral de la comunidad para la comunidad” (2017) Se toman a su vez los estudios de Marcela Bidegain sobre el tema, quien desarrolla la historia de este movimiento y las particularidades del mismo.

Para comprender el tema en profundidad y a través de diversos enfoques provenientes de distintas disciplinas, se toman las investigaciones agrupadas en el libro *El movimiento teatral comunitario argentino*, que cuenta con los aportes de Romina Sánchez Salinas, Lucie Elgoyhen, Gastón Falzari, Clarisa Inés Fernandez Alexis, Pedro Rastolfo y Giada Russo.

Capítulo 1: El teatro comunitario

¿Qué es el teatro comunitario?

La existencia del teatro comunitario es mayormente desconocida tanto por el público en general como dentro del ambiente artístico. Ante la consulta por la posible definición, lo receptorxs lo suelen relacionar con teatro que trata de incluir a sectores vulnerables de la sociedad y se lo asocia con producciones que probablemente sean de mala calidad, ya se asume que el foco está puesto en la intervención social y que se descuidaría el resultado artístico. Sin embargo lxs directorxs destacan que para ellos es muy importante el aspecto estético de las obras.

A su vez, se trata de una definición que se encuentra en constante cambio y cuestionamiento, de la que muchas veces ni siquiera lxs directorxs de los grupos están seguros y que a su vez difiere de un grupo a otro. Esto genera un problema a la hora de comunicar el proyecto, ya que es muy difícil que el público perciba con claridad una definición que los emisores no pueden transmitir con certeza.

Para este trabajo se retomará la definición establecida por la Red Nacional de Teatro Comunitario, que lo presenta como “**un proyecto teatral de la comunidad para la comunidad**” (“qué es el teatro comunitario”: 2017). Esto quiere decir que entienden que quien participa en él forma parte de un *proyecto* que tiene como objetivo transformar a la sociedad a través del arte. Hablar *de la comunidad* hace referencia a que cualquier persona con interés de participar puede hacerlo y acercar los temas que los movilizan para trabajarlos en el proceso creativo. Es un movimiento *para la comunidad* porque entiende que el arte es un derecho de todas las personas y que como tal debe defenderse.

Según Marcela Bidegain:

Desarrollar o permitirse desarrollar la capacidad creadora es una auténtica transformación personal y, en consecuencia, social porque no solo el integrante del grupo se valoriza a sí mismo, sino que aprende a valorizar el trabajo del otro y empieza a ver cómo puede transformar la comunidad a la cual pertenece. (2007: 62)

Es autoconvocado porque surge como respuesta a la necesidad de un grupo de personas de expresarse a través del arte. Quienes actúan no perciben un ingreso por hacerlo, aunque se verá más adelante que en algunos grupos existe una remuneración para determinados cargos. Y es autogestivo, ya que los grupos buscan sus propios recursos económicos para mantener su independencia. Esto no implica que no acepten subsidios del sector público o privado. Entre sus fuentes de ingreso se encuentran las entradas que cobran a sus espectáculos o lo que recaudan al pasar la gorra; el bono a contribución mensual por parte de cada participante, entre otras. El precio del bono, las obras y bono contribución son establecidas por cada grupo, y lo que se recauda en cada una se destina al sostenimiento del proyecto. La actividad se realiza de manera colectiva y esto implica un posicionamiento de resistencia frente a una sociedad cada vez más individualista. Mientras el avance del neoliberalismo genera la disolución de vínculos sociales, donde la relación con el otro está dada desde la competencia, los logros son individuales y “por mérito propio”, el trabajo del teatro comunitario no puede realizarse si no es en conjunto.

Los conceptos del *otro* y *la otra* son puestos en cuestión por estos grupos, que permiten y fomentan el encuentro de personas -a priori- muy distintas entre sí y donde a partir del trabajo en equipo se intenta construir un *nosotrxs*. Esto se observa en la formación de los grupos, que son numerosos (como mínimo de 30 personas) y reciben a cualquier persona que tenga interés de formar parte.

La creación de las obras es producto de un largo proceso de trabajo de todxs lxs miembros sobre temáticas que ellxs mismos proponen porque los interpelan. Se utiliza el método de la *creación colectiva*, donde la producción se da de manera horizontal y se procura que todas las voces sean escuchadas.

Sin embargo, cuentan con personas encargadas de la dirección artística, que suelen ocupar este lugar dada su formación y experiencia en el área y tienen como función guiar y orientar al grupo para que encuentre la mejor forma de expresar aquello que lo moviliza.

En las obras suele hablarse sobre las historias del barrio, sus habitantes, y los mitos que circulan en y sobre estos lugares. Se proponen generar un espacio para la

reflexión y la memoria, y el rescate de la identidad colectiva. Si bien estas tienen un fuerte anclaje en lo local resultan trasladables a un contexto más amplio de la sociedad. En ellas no existen los dramas psicológicos ni la figura de un protagonista individual, sino que la puesta en escena refleja también esta idea de contar a través de lo grupal.

El lugar en el que eligen desarrollar sus obras suele ser el espacio público y esto se presenta como una ruptura con el orden dominante que promueve que los sujetos se desempeñen en el ámbito privado y que lo público, con su potencial transformador, pierda fuerza. Se intenta recuperar el sentimiento de pertenencia con el barrio y entenderlo como un espacio de acción y encuentro.

En resumen, se trata de una nueva forma de participación social y política a través del arte, que crea otra forma de manifestación social. En palabras de Marcela Bidegaín:

Se construyen nuevos sujetos políticos, sobrevuelan cuestionamientos al ordenamiento social vigente y se configuran nuevos modos de sociabilidad y participación colectiva erigidos sobre los valores de la solidaridad y la construcción conjunta. (2014: 12)

Más especificaciones

Para estos grupos también es muy importante la parte estética de sus producciones. Es por esto que se realizan diferentes prácticas artísticas, que permiten a los participantes explorar las áreas de la actuación, música, plástica y maquillaje entre otras.

Por otra parte, si bien el territorio por excelencia del teatro comunitario es el espacio público, también se puede observar que muchos grupos cuentan con un lugar propio que usan para ensayar, guardar sus materiales e incluso realizar funciones. Pueden encontrarse casos mixtos en este sentido, como el de los Pompapetriyazos, como se verá más adelante, que si bien tiene su lugar que se estableció en lo que solía ser un supermercado, realiza su obra “lo que la peste nos dejó” en el Parque Ameghino. Por otro lado, el Circuito Cultural Barracas ensaya y presenta su obra “el casamiento en Anita y Mirko” en su espacio, que antiguamente

fue un galpón, pero también interviene las calles del barrio con su recorrido teatral “Barracas al Fondo”.

Las posibilidades que otorga el espacio público son por un lado, dar mayor visibilidad ante la comunidad y así permitir e incentivar a la participación, y por el otro llegar a personas que usualmente no concurren a salas de teatro.

La puesta en escena se conforma para hacer accesible la obra a este tipo de público. No se dan por sentado conocimientos previos y el lenguaje utilizado es familiar. También se utiliza recursos de la cultura popular como la murga, el candombe, la revista porteña, la opereta y el sainete.

Muchas veces estos grupos de teatro se encuentran en barrios que ante el sentido común son percibidos como “de frontera”. Quienes participan suelen escuchar la pregunta: “¿eso está en capital o en provincia?”. Esto se produce porque en muchos casos se encuentran alejados del centro cultural de la ciudad. Parte de la riqueza de este movimiento radica justamente en la posibilidad de generar un espacio de arte autóctono de estos sectores.

La música y el canto colectivo juegan un rol esencial, ya que por el número de personas que participan en cada espectáculo, realza aquello que se quiere manifestar y además tiene el poder de sintetizar lo que se quiere contar.

El vínculo con el público es particular y esto se observa en la distribución del espacio, que no es un teatro a la italiana en el que se presenta una división estática entre el escenario y los espectadores, sino que se encuentran al mismo nivel, y se rompe con la cuarta pared. Esto intenta generar un efecto de cercanía en lugar de jerarquía entre vecinx-artista y vecinx-espectador/a. Este último es entendido como un sujeto activo que idealmente pasará a formar parte del proyecto.

Breve historia del movimiento

El teatro comunitario nace en la Boca, con el grupo Catalinas Sur en 1983, que surge a partir del encuentro entre la mutual de vecinxs del barrio con el teatrista Adhemar Bianchi. El hombre proponía hacer teatro en las plazas, propuesta que apenas vuelta la democracia resultaba difícil de pensar. Se había perdido el uso del

espacio público por parte de lxs vecinxs, y mucho más la idea de reunirse. Sin embargo se animaron, y realizaron “fiestas teatrales” en las plazas, con obra y choricada, y esto generaba el encuentro entre lxs vecinxs y un espacio para compartir.

En 1993 el grupo comienza a recibir apoyo del Programa Cultural en Barrios de la Dirección de Promoción Cultural de la Secretaría de Cultura de la Ciudad, y desde entonces ofrece talleres de diversas disciplinas artísticas. El grupo siguió creciendo y pasaron a tener su galpón-teatro en el barrio, en el que actualmente realizan su obra *Fulgor Argentino*.

El segundo grupo fue Circuito Cultural Barracas, que se estableció en 1996 el barrio de Barracas. A diferencia de Catalinas, que surge desde una agrupación vecinal, en este caso se crea a partir de la iniciativa de Los Calandracas, un grupo de teatro callejero y popular que funcionaba en el barrio desde 1988. En esos años, nuevamente la sociedad argentina atravesaba un proceso de crisis y esto llevó a este grupo de actores y actrices a sentir la necesidad de generar un espacio de encuentro entre lxs vecinxs del barrio. En 1996 se instalaron en un comercio del barrio y luego en el actual galpón en el que funcionan sus actividades. Desde ese momento se convirtió en un lugar de encuentro entre personas de distintas edades, procedentes del barrio y de afuera del mismo.

El 2001 fue otro punto de impulso para este movimiento. La crisis llevó a las personas a manifestarse en la calle y buscar nuevas formas y espacios de encuentro para poder sobrellevar el momento difícil. Gracias a la iniciativa de estos dos grupos y la carpa cultural itinerante, un proyecto de la Secretaría de cultura del gobierno de la ciudad de Buenos Aires, fue posible mostrar el proyecto y motivar la formación de otros grupos en nuevos barrios. Así es como surge, entre otros, el grupo que será estudiado en este trabajo, los Pompapetriyos. En la actualidad funcionan alrededor de 50 grupos, distribuidos en Capital Federal, el interior y el exterior del país.

La creación colectiva

Para componer obras en el teatro comunitario se recurre a la creación colectiva, que es un método que permite incluir las inquietudes y propuestas de todos los que participan en el proceso. El trabajo incluye largos procesos de exploración a partir de disparadores que surgen de las temáticas planteadas por los vecinos. Se realizan diferentes tipos de ejercicios, y luego los directores recuperan los aspectos interesantes que surgieron para proceder al armado de la obra. Esto permite una participación activa de los miembros, que verdaderamente forman parte del proceso creativo, y no reciben una obra armada por parte de un autor externo. Este método no sigue un avance lineal, y es por eso que quienes no lo conocen pueden sentir que “no se avanza”. Es necesario que quienes participan sepan en qué consiste el mismo, cómo funciona y su fortaleza frente al uso de un texto de autor.

Diferencia entre el teatro comunitario y otros tipos de teatro

Como se mencionó anteriormente, la mayor parte de la sociedad no tiene interés por el teatro, por lo que la distinción entre el teatro comunitario y otros tipos no aparece ni siquiera como interrogante. Esto fue comprobado mediante encuestas, que mostraron que la gran mayoría de los interrogados habían concurrido entre 0 y 1 vez por año al teatro, y ante la pregunta por el tipo de espectáculo que vieron respondieron con desconcierto. Sin embargo, entre las personas con algún grado de interés por esta disciplina, es común confundir al teatro comunitario con el callejero e independiente. Si bien tiene algunos aspectos en común con estos, principalmente la modalidad de producción autogestiva y su origen autoconvocado, también tiene sus diferencias. Se asemeja al callejero en que ambos utilizan el espacio público y suelen cobrar sus espectáculos con el sistema “a la gorra”. Pero se diferencia en que en el comunitario los actores y actrices no cobran por su labor, sino que lo recaudado se destina a sostener el proyecto. En los otros dos tipos los intérpretes cobran un porcentaje de lo recaudado, es decir actúan de manera profesional, mientras que en el comunitario lo hacen de forma *amateur*.

A su vez es necesario aclarar que resulta dificultoso definir cuáles son las características actuales del teatro independiente, ya que el mismo ha cambiado mucho con el tiempo y también difiere mucho de un grupo a otro. Para realizar la diferenciación se recurrirá a observaciones sobre lo que ocurre en la práctica antes que a definiciones formales.

Por un lado, el teatro comunitario tiene un vínculo particular con el territorio en el que desenvuelve su actividad. Resulta el punto de partida para la creación y la reflexión que luego llevará a la puesta en escena. El independiente no necesariamente está anclado en su territorio.

Por otra parte, si bien el teatro independiente en sus inicios contaba con una fuerte impronta social y de cuestionamiento al orden establecido, hoy no todos cuentan con esta inclinación, por lo que no constituye un rasgo definitorio. En el teatro comunitario sin embargo todas las obras narran historias que atraviesan a lxs vecinxs y se realizan críticas a la sociedad vigente. El protagonista del teatro comunitario está en el “nosotros”, mientras que en el independiente es más común ver a protagonistas individuales con sus historias y conflictos personales.

A su vez, el teatro comunitario está abierto a cualquier persona que desee sumarse, mientras que en el independiente el acceso a la producción es más cerrado ya que para participar se requiere o bien ser parte del grupo que tuvo la iniciativa de crear el elenco o atravesar ciertas etapas de selección, como castings.

Por otro lado, los grupos de teatro comunitario suelen durar varios años y trascender a la creación de una obra y de sus miembros en concreto, que pueden rotar a lo largo de ese tiempo (aunque la figura de lxs directorxs/fundadores suele ser bastante fuerte y estable), mientras que esto no necesariamente ocurre en el independiente. Si bien algunos han durado muchos años, también es común que un grupo de actores y actrices se junte para armar una obra y que pasado este período se disuelva el elenco. Resultaría difícil que ocurra esto mismo en un grupo de teatro comunitario, que es pensado como un proyecto a largo plazo, y donde el proceso de creación es igual o más importante que la obra en sí, ya que es el momento en que las personas se conocen y donde se generan lazos entre lxs vecinxs.

Por otro lado, la forma de composición de las obras en el comunitario es la creación colectiva, que se propone incorporar las voces de los participantes en el

proceso creativo. En cambio en el independiente puede usarse tanto este método como el trabajo sobre el texto de autorx.

También la forma de pensar al público es distinta, ya que en el comunitario se lo toma como alguien que pronto podrá dejar de ser espectador para pasar a actuar con ellos. El vínculo es más cercano y la jerarquía actor-espectador más difusa que en otros tipos de teatro.

La Red Nacional de Teatro Comunitario

Los grupos de teatro comunitario se encuentran conectados a través de la Red Nacional de Teatro Comunitario, que tiene como objetivo promover un espacio para compartir experiencias e inquietudes, debatir sobre problemáticas comunes y realizar acciones conjuntas para fortalecer al movimiento. Para organizarse realizan reuniones mensuales en el Centro de la Cooperación Floreal Gorini, a las que asisten lxs directorxs de los grupos.

La Red cuenta con una página web <http://teatrocomunitario.com.ar/> en la que se explica en qué consiste este movimiento, se habla de su historia y se enumeran los grupos que existen en la actualidad.

A pesar de que el hecho de estar nucleados en una red podría ser una fortaleza para la comunicación, puede observarse que no existe una unidad de criterio entre los distintos grupos acerca de qué es el teatro comunitario, su forma de trabajo y de producción. Algunos grupos consideran que deben trabajar horizontalmente, mientras otros sostienen que esto sería imposible dada la dificultad en la organización que implicaría. Unos consideran que no pueden cobrar entradas a precios fijos para sus obras dada su premisa de garantizar el acceso de todas las personas al arte, mientras que otros afirman que deben hacerlo para poder sustentarse. En algunos grupos quienes organizan perciben un salario dada la cantidad de tiempo que necesitan invertir en hacer que el proyecto funcione, mientras que otros grupo consideran que nadie debería cobrar por esta actividad, sino que todo el dinero debería destinarse al proyecto.

A su vez no existe un criterio estético ni un tono de comunicación que atraviese a todos los grupos y funcione para relacionarlo de manera directa con este tipo de teatro.

En la red misma puede observarse que la página web y el Facebook no funcionan de manera coherente entre sí. (Anexo 1)

Por otro lado, Los Pompapetriyazos no se encuentran en la lista de grupos publicados en la web, a pesar de formar parte de la red.

Capítulo 2: Los Pompapetriyosos

Los Pompapetriyosos trabajan en el barrio de Parque Patricios desde hace 16 años, y llevan adelante un proyecto artístico que engloba 16 proyectos para personas de todas las edades. La producción central del grupo es la obra *Lo que la peste nos dejó*, en la que participan todos los miembros, en el Parque Ameghino desde el año 2012. El espectáculo fue declarado de interés cultural por el régimen de promoción cultural del gobierno de la ciudad. Sin embargo, la tarea que realizan no es conocida por gran parte de los habitantes del barrio, y esto pudo comprobarse con encuestas, cuyos resultados se desarrollarán más adelante.

Descripción del grupo

El grupo de teatro comunitario Los Pompapetriyosos es una asociación civil que funciona en Parque Patricios. Se trata de un proyecto abierto a la comunidad, que busca producir arte de manera colectiva en el barrio. Comenzó sus actividades en el año 2002, y desde 2011 cuenta con un espacio propio en Brasil y Esteban de Luca. El mismo tiene una directora teatral, Agustina Ruiz Barrea, y un director musical, Esteban Ruiz Barrea. Su forma de acción en la sociedad se da en dos frentes, por un lado se proponen potenciar las habilidades creativas de los miembros que participan en el proyecto y ofrecerles la posibilidad de producir arte, y por el otro ofrecen espectáculos en espacios públicos con entradas a voluntad o “a la gorra” para permitir el acceso a más personas como espectadoras. Del grupo forman parte aproximadamente 200 niños y 50 adultos, provenientes en su mayoría de la zona, aunque en el segundo caso pueden verse también algunas personas de otros lugares. El grupo desempeña su tarea principalmente en el barrio, tanto en su teatro como en espacios públicos del mismo, pero en algunas ocasiones también realizan funciones en otras partes de Capital Federal. Se financia a través de fondos propios y gubernamentales. Los propios son los que obtienen por un lado con el bono contribución de cada participante y por el otro a través de lo recaudado en las

funciones. Los gubernamentales están formados por un aporte del gobierno de la ciudad y hasta el 2017 con el subsidio del Mecenazgo Cultural. La mayor parte de quienes participan lo hacen de manera *amateur*, es decir que no perciben un salario por ello, pero algunos puestos, como los de lxs coordinadorxs de los distintos proyectos, los encargados de la administración y lxs directorxs artísticos del grupo son remunerados.

Historia del grupo y origen del nombre

El grupo surge en 2002, a partir de la carpa cultural itinerante, una iniciativa de la Secretaría de Cultura del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, que consistía en montar un espacio al aire libre dedicado al arte y la cultura en diversos barrios de la ciudad. Esto hizo que los grupos Catalinas Sur y el Circuito Cultural Barracas tuvieran la posibilidad de mostrar y motivar a otros para replicar la experiencia de su proyecto.

Agustina Ruiz Barrea, teatrista y ahora directora de los Pompapetriyosos conoció esta propuesta en el barrio de Parque Patricios, y relata que en ese momento se produjo un encuentro sobre una búsqueda que ella estaba transitando como artista. Se preguntaba por la función social del arte y en lo personal: ¿Para qué y para quién hacía lo que hacía? Presenció un espectáculo de teatro comunitario y le impactó ver que allí se generaba un ambiente más parecido al de un recital que al del acto solemne que suele ser el teatro en una sala. Era un lugar donde se reunían muchas personas muy distintas entre sí en el espacio público. A partir de esto se dedicó a la tarea de formar un grupo en el barrio, guiada por la experiencia de Barracas y Catalinas. Fue asistida por lxs directorxs de estos grupos, que ayudaron a complementar su formación académica teatral previa con la técnica necesaria para llevar adelante un grupo de estas características.

En sus comienzos realizaban los ensayos en distintos espacios prestados y al aire libre en Parque Patricios y Pompeya. El nombre surge de intercalar las sílabas de estos dos lugares, más el final de “payasos”. Lxs participantes más antiguos relatan que ensayar sin un espacio propio traía consigo ciertas particularidades, con sus riquezas y debilidades. Por un lado los obligaba a ensayar en condiciones un

tanto adversas, con ruidos y gritos, pero esto formaba parte de la preparación para lo que sería el escenario de sus funciones, es decir, la plaza. Por el otro, los limitaba la dificultad de no tener un lugar en condiciones donde dejar sus maquillajes, vestuario y escenografía. Tienen varias anécdotas al respecto, como haber guardado dichos materiales en un gimnasio y que luego aparecieran comidos por ratas o llenos de pulgas. En este último caso, las encontraron justo antes de la función por lo que tuvieron que actuar con el vestuario en esas condiciones.

En 2006 comienzan a ensayar en el Parque Ameghino, donde había funcionado el Cementerio del Sur, aquel en el que se enterraron los muertos por la epidemia de fiebre amarilla de 1871. El mismo no gozaba de una buena imagen en el barrio, se encontraba oscuro y con poca circulación de gente. Frente a él funcionaba la cárcel de Caseros y actualmente el hospital Muñiz.

A partir de esto surge la obra *Lo que la peste nos dejó*. La misma logró con el paso del tiempo dotar de vida, alegría y color al parque, al mismo tiempo en el que se exponen los prejuicios que circulan en torno al mismo y sobre el sur de la ciudad en general.

Más adelante el grupo pasó a ser una Asociación Civil, lo que les permitiría crecer al generar una figura desde la cual pedir apoyo económico a distintas fuentes. A partir de la colaboración recibida por varias instituciones, entre ellas las indicadas en la página web del grupo: "Proteatro, Instituto Nacional del Teatro, Secretaría Nacional de Niñez Adolescencia y Familia -SENAF- y Régimen de Promoción Cultural del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires" (2017), contaron con los fondos suficientes para establecerse en su espacio de Esteban de Luca y Brasil. El lugar donde se instalaron era un supermercado abandonado, y entre todos se dedicaron a transformarlo en un espacio de ensayo y una sala de teatro. El lugar y su entorno fueron cobrando vida, se pintó un mural enfrente y otros más en los alrededores.

En un comienzo se planeaba abrir el espacio solo una vez por semana para los ensayos de adultxs, que eran la mayoría en ese momento. Pero las personas del barrio comenzaron a acercarse preguntando si había actividades para chicxs, y así es como comenzaron a desarrollarse cada vez más actividades para ellxs, hasta llegar a la actualidad, donde toda la semana el lugar se encuentra activo, lleno sobre

todo de niñxs y sus familias. Sin embargo, la tarea de convocar y mantener adultxs se ha tornado dificultosa para este grupo.

Objetivo del grupo

El grupo busca promover la transformación social a través del arte. Entienden que esto ocurrirá por un lado como resultado del estímulo de las posibilidades creativas de sus miembros, y por el otro gracias al poder del trabajo colectivo, que es potenciador de cualquier emprendimiento. Buscan defender los derechos del acceso al arte y la cultura, y habitar el espacio público, recuperarlo en favor de lxs ciudadanxs. Esperan que su trabajo genere un espacio de reflexión acerca de la sociedad en la que vivimos y la pregunta por aquella que queremos construir. Se propone generar un espacio donde quienes participan puedan explorar sus capacidades creativas, y crear lazos entre vecinxs.

Cómo el grupo transforma vidas, al barrio y a la sociedad

Hablar de la “transformación social a través del arte” puede ser una frase que no explica cómo ocurre este proceso. Pero las acciones hablan por sí solas, y los cambios en las vidas de los miembros del grupo, en el barrio pueden verse en situaciones concretas. A su vez, la creación de un colectivo donde antes había una suma de individualidades, es el ejemplo por excelencia de la transformación.

El grupo funciona como espacio que permite a lxs vecinxs recuperar la memoria, valorar las historias de “la gente común” que muchas veces no son tenidas en cuenta en otros lugares, y crear una identidad colectiva. Un caso es el de una señora mayor se acercó al espacio el año pasado porque le interesaba formar parte del grupo, y cuando ingresó al teatro comenzó a llorar. Contó que ese espacio había sido su casa cuando era pequeña, y se dedicó a recorrerlo y detallar dónde había estado su habitación, a contar recuerdos de ese momento. Esto detonó en el grupo la pregunta sobre cómo había sido la cuadra, el barrio y los vínculos entre las personas en el pasado, que funcionó como disparador para el proceso de exploración y creación de la próxima obra.

El cambio se da también a nivel individual entre los miembros que participan. Acercarse al arte cambia la forma de percibir y de vivir, se trata de la exploración de un terreno distinto al que se suele transitar en la cotidianidad. Tener la posibilidad de realizar una actividad artística permite a las personas redefinir sus ideas sobre su propio cuerpo, agudizar su percepción del entorno y de lxs otrxs.

En las historias de los participantes puede verse cómo este cambio operó en sus vidas. Un caso es el de Matías, de 29 años, que empezó a participar en el grupo cuando se mudó a vivir solo hace dos años, y acercarse a Los Pompapetriyasos le dio la posibilidad de conocer gente nueva. Se acercó porque quería hacer teatro, se sintió cómo para intentarlo en este lugar, y estar acompañado en escenario le permitió sentirse contenido y ganar confianza. Actualmente, a partir de esta experiencia también se atrevió a actuar en una obra en otro teatro. Afirma que: “Me salvaron, el grupo es genial”. Relata que formar parte de este proyecto le permitió aprender mucho sobre sí mismo y encontrar el eje actoral. “Si no viniera acá estaría mirando la televisión”. Define al grupo como: “único, maravilloso, mágico”.

Otro caso es el de Maia, de 15 años, que se acercó al grupo porque buscaba clases de canto, pero vio el local con una amiga y empezó teatro. Cuenta que antes era tímida y el grupo le enseñó a tener más confianza y ser más sociable. Define al grupo como “una familia que te contiene y te hace sentir bien. Te cambia la vida”. Para ella el teatro comunitario es abierto, donde los participantes forman parte de algo y se tiene muy presente al público.

También se presenta el caso de Sofía, cineasta de 38 años que comenzó a formar parte del grupo a partir de ver la obra “Lo que la peste nos dejó”. Relata que lo que le generó fue una sensación emocional muy fuerte, y le conmovió ver esa plaza oscura llena de luces y color. Para ella el grupo es un proyecto artístico, social y político, que genera identidad y posibilita una experiencia colectiva. Cambia el pensamiento de quien lo transita, lo aleja del individualismo neoliberal. Se propone habitar el espacio público y defender al arte como derecho de todos. Allí se mezclan de edades y disciplinas. En resumen, “un sueño colectivo”. Sofía co-coordinó el proyecto de los Pre-Pompas en 2017, y formó y dirige un nuevo grupo de teatro comunitario en su pueblo, Castelli. El grupo cuenta con aproximadamente 30 miembros, en una localidad de 8.000 habitantes.

El cambio también se da a través de la posibilidad de encuentro y construcción conjunta que ofrece el grupo. En los encuentros de Pre Pompas es común escuchar conversaciones entre personas que acaban de enterarse que viven en la misma cuadra o tienen conocidos del barrio en común pero no lo sabían. “¿Cómo nunca nos vimos?” Es una frase que se escucha con frecuencia y expresa la posibilidad que ofrece el grupo de encontrarse y conocerse entre vecinxs.

Los miembros del grupo relatan también un ejemplo de una situación que ocurrió cuando ensayaban en el pasaje Esquel, en la otra esquina del teatro, donde planean realizar una obra que relate la historia de esa cuadra. Allí contaban con la colaboración de algunos vecinxs, que les abrían sus casas para que pudieran usar sus puertas, ventanas y balcones como parte de la obra. Pero un día una de las vecinas que les había avisó que no iba a poder estar para abrir y para que pudieran ensayar, esa tarde le dejó las llaves de su casa al grupo.

Estos son casos que pueden ser recuperados para difundir la tarea de Los Pompapetriyosos, que tiene como fortaleza -además de su producción artística de calidad- ofrecer la posibilidad a las personas de encontrarse y crecer juntas, y dotar a Parque Patricios de un espacio donde lxs vecinxs pueden expresarse con voz propia. Exponer estas historias permitiría mostrar al grupo como cercano y que quienes no pertenecen a él puedan ver qué es lo que sucede dentro, más allá de las obras.

Los proyectos

Los Pompapetriyosos consideran que aquello característico del teatro comunitario es la orientación hacia la producción de arte. Es por esto que durante la semana en su teatro se presentan distintos espacios creativos divididos por edades y disciplinas que denominan *proyectos*, cuyo fin último es generar piezas artísticas que luego serán expuestas para la comunidad. Prefieren no utilizar la palabra *talleres* ya que la idea del sujeto que participa en los mismos es muy distinta a la que buscan promover. Ellos buscan resaltar que quien participa no es un sujeto pasivo que se

acerca y recibe herramientas técnicas por parte de profesores, sino que forma parte de manera activa, aporta su conocimiento y experiencia de vida para la creación de un proyecto común.

Entre los proyectos que funcionan durante la semana se encuentran algunos para chicos y adolescentes, como iniciación musical, banda musical, teatro, teatro y plástica, espacio de escritura en las redes, y animación. Para adultxs existe el espacio de los Pre Pompa y los ensayos de Los Pompapetriyos de los sábados.

Cuentan con alrededor de 200 niñxs en los distintos proyectos, y los miembros cuentan que la gran afluencia de los mismos llegó como un efecto no buscado desde que se instalaron en el salón de Esteban de Luca y Brasil. Afirman que se colman muy rápidamente las vacantes los proyectos para ellxs, y que sin embargo les cuesta conseguir personas para armar y sostener los grupos de Pre Pompas y teatro para adolescentes.

Se pide a quienes participan en los proyectos que abonen un bono contribución que en 2018 es de \$500. De todas formas, si alguna persona se encuentra en dificultades para hacerlo, se los invita a dialogar con los administradores para encontrar otras opciones posibles de retribución, como puede ser la colaboración en alguna tarea particular que requiera el grupo, como atender el buffet en algún evento, convocar gente o limpiar el salón.

Al respecto puede observarse que existen varios problemas: En primera instancia, si bien el grupo busca resaltar la diferencia entre sus proyectos y la figura tradicional de un taller, y remarcan que no quieren llamarlos de esta forma, a menudo usan ambas palabras como sinónimos. Incluso en su página web puede verse que se refieren a estos espacios artísticos como *talleres*.

A su vez, algunos miembros manifiestan que quienes se encargan de las tareas antes mencionadas de gestión y organización son siempre las mismas personas y que no existe una distribución en las tareas, por lo que se sienten sobrecargados. Sin embargo con frecuencia estas necesidades no son expresadas de manera concreta, por lo que no se da la oportunidad a quien querría participar de poder hacerlo. Esto representa un problema particularmente para quienes se están

integrando al grupo, ya que no se sienten invitados a participar activamente y sobre todo no saben cómo hacerlo.

Los Pre-Pompa

Los lunes de 19:30 a 22 horas funciona en el teatro de Los Pompapetriyasos un proyecto al que se suman las personas adultas que quieren incorporarse al grupo. Este espacio está pensado especialmente para quienes no tienen experiencia teatral, y allí se desarrollan improvisaciones, juegos teatrales y dinámicas grupales.

Sus objetivos son dotar a los participantes de elementos técnicos básicos, ayudarlos a entrar en confianza y perder el miedo a la escena y además darles la posibilidad de establecer vínculo con otrxs compañerxs para que se sientan más cómodos al incorporarse al grupo ya formado.

Se alienta a la participación de los nuevos en este espacio, pero no es excluyente para integrarse. Es decir, si alguien quiere formar parte pero no cuenta con disponibilidad para acercarse en ese horario, existe la posibilidad de dialogar con lxs directorxs para asistir directamente a los ensayos de Los Pompapetriyasos adultos de los sábados. De todas formas, en ese caso se tiene en cuenta que no cuentan con experiencia teatral y por lo tanto se intenta integrarlos de a poco en la dinámica, centralmente para no generarles incomodidad y el consecuente abandono de la actividad. Usualmente se los invita en primera instancia a participar como observadores, y a medida que pasa el tiempo y comienzan a sentirse en confianza se fomenta su participación más activa.

El proyecto de los Pre Pompas tiene una dinámica de clase de teatro, en la que hay uno o dos profesorxs que dan una consigna y luego explican los conceptos que se trabajaron. No puede observarse que se trabajen aspectos del teatro comunitario en particular o que se explique en qué consiste el mismo, sus objetivos y su forma de trabajo: la creación colectiva. Solo se lee un manifiesto con las bases del mismo en la primera reunión, pero la llegada de integrantes nuevos se da durante todo el año, por lo que muchos no reciben esta información.

Como consecuencia, quienes participan en este espacio culminan su trayectoria por el mismo sin saber estos conceptos, como fue comprobado por

entrevistas realizadas a tres miembros de los Pre Pompas a fin de año. En las mismas se pudo observar que desconocían qué es el teatro comunitario, no sabían que este grupo forma parte de una red más grande, los objetivos del mismo, su forma de trabajo y de financiamiento.

Esto trae aparejado que luego les resulte dificultoso integrarse al grupo de ensayos de los Pompapetriyosos de los sábados y genere una alta tasa de abandono. Los mismos esperan encontrarse con una clase de teatro, y al ver una forma de trabajo particular como es la creación colectiva sientan que “no están haciendo nada”, que “no se avanza” o que ellos “no participan”.

Es necesario que la planificación de la comunicación incluya formas concretas para informar y hacer partícipes de esto a los que se incorporan al grupo.

Ensayos adultxs Pompapetriyosos

Los sábados de 16 a 19:30 hs en el teatro de Los Pompapetriyosos se encuentran lxs adultxs que forman parte del grupo. A diferencia del trabajo de los Pre Pompas, en este caso se trata de ensayos con miras a la próxima obra que realizará el grupo. Según el momento del proceso en el que se encuentra la misma, cambia la forma de trabajo. Si aún no está compuesta, se utiliza método de la creación colectiva, que consta de un período de exploración y que surge en base a disparadores que surgen de las inquietudes de lxs participantes, guiados por lxs directorxs, a partir de los cuales se recorre el camino que los llevará a decidir qué y cómo quieren contar la próxima historia. Se trata de un proceso importante también para la composición de los personajes y sus vínculos ya que se trabaja para que los actores conozcan en profundidad aquello que están representando. Si la obra ya está compuesta, se ensaya buscando mejorar los aspectos técnicos como el uso de la voz, el cuerpo y el espacio.

El trabajo varía entre improvisaciones a partir de disparadores sugeridos por lxs directorxs, vocalización, composición grupal de canciones y práctica de las mismas y otros ejercicios. Todos ellos buscan llegar en el largo plazo a la puesta en escena de un espectáculo teatral que se expondrá ante la comunidad. Cuando se

trata del ensayo de una obra se expondrá pronto, como *Lo que la peste nos dejó*, también forman parte lxs niñxs y adolescentes que actuarán en la misma.

El trabajo generalmente se desenvuelve con una entrada en calor corporal, en la que se busca predisponer a las personas para la actividad, registrar tensiones en el cuerpo, ampliar la percepción de uno mismo y de los otros. Luego se pasa al ensayo musical, que consiste en ejercicios rítmicos, precalentamiento de la voz y canto grupal.

Después se realiza el ensayo actoral, en el que la parte plástica y sonora están muy presentes. Generalmente se hace una división en grupos y se da una imagen o situación para desarrollar con alguna consigna, que a veces se realiza adentro del salón y otras en la calle, en lo que sería el escenario real.

Esta forma de trabajo muestra la concepción de los Pompapetriyosos acerca de la composición escénica. Para ellos el teatro forma parte de una unidad con los elementos plásticos y musicales. La exploración para la creación actoral se realiza al mismo tiempo que se prueban materiales y sonidos que luego serán parte de la puesta en escena.

En este espacio puede verse que existe una dificultad para la integración de los recién salidos de Pre Pompas, ya que como se mencionó anteriormente sienten que no participan y que lo que se realiza en este espacio no tiene una meta concreta. Es necesario poder transmitirles el porqué de esta forma de trabajo, y hacerles notar que al final de este proceso van a actuar en la calle, con público real, para que tengan el estímulo de la meta final.

Obras

A continuación se describirán las obras en las que participaron adultxs en 2017 de Los Pompapetriyosos. Sería positivo conseguir que más público se acerque a ver estas producciones para que puedan comprobar su calidad artística y romper el mito sobre el teatro comunitario, que lo posiciona como arte “de segunda”. De esta forma se podría motivar a más personas a participar en los proyectos de los Pompapetriyosos.

Lo que la peste nos dejó

La obra se realiza todos los años desde 2012 en el Parque Ameghino entre octubre y diciembre, y se elige esta época porque el clima es más ameno para estar al aire libre. En 2017 se realizó los sábados a las 21 horas. Se trata de la producción central del grupo, aquella que reúne a todos los miembros, y allí puede verse tanto trabajo actoral como el musical de Los Pompapetriyazos, ya que cuentan con una banda en vivo.

La trama está fuertemente anclada en el espacio en el que se desarrolla: el parque fue el primer cementerio al sur de la ciudad, donde se enterraba a los muertos por la epidemia de fiebre amarilla de 1871. En la obra se postula que este acontecimiento produjo una división en la ciudad, a partir de la cual en el sur quedó confinado todo lo que el norte no quería ver.

El relato comienza con un grupo de payasos que van a filmar una película. Los espectadores son tomados como *extras* de esta filmación, y al comienzo de la función los actores recorren al público preparándolos: los maquillan, les arreglan la ropa. A lo largo de la obra el vínculo con los espectadores y la ruptura de la cuarta pared se mantienen. La historia transcurre en dos planos, uno correspondiente a la filmación de la película de los payasos, y otra que narra el pasado del parque.

El espectáculo es realizado en el parque con el escenario a la misma altura de los espectadores. Cuentan con algunos asientos, por lo que parte del público se sienta allí o en el suelo y otros permanecen de pie. Es común ver familias que portan mantas para apoyar en el pasto, abrigo y a veces mate. La vestimenta del público es más relajada y hogareña que la que suele llevarse a otros tipos de teatro, y se crea un clima cercano al de un fogón.

La iluminación, escenografía, vestuario y maquillaje son muy elaborados y de alta calidad. Es común observar expresión de sorpresa sobre estos aspectos entre quienes observan la obra por primera vez.

Al finalizar los directorxs explican de qué se trata el proyecto de Los Pompapetriyazos e invitan a las personas a sumarse, recomendar la función y seguirlos en la página de Facebook. Se cuenta que se trata de un proyecto

autogestivo y que por lo tanto es muy importante la colaboración de todxs cuando se pasa la gorra al final.

A través de encuestas realizadas antes y después de las funciones de 2017, se pudo comprobar la presencia tanto de personas del barrio como de otras procedencias. Durante la última presentación fue más notoria la proporción de público del primer grupo, que en muchos casos ya habían visto la obra en otras temporadas y tienen incorporada la asistencia como una especie de ritual: “Este año todavía no habíamos venido” se escuchó decir a un par de vecinxs.

Porque va lejos

Esta obra estrenó en 2017 y fue la primera vez que Los Pompapetriyasos mostraron un espectáculo propio en su espacio de Brasil y Esteban de Luca. Las funciones se realizaron los viernes 22:30 entre julio y septiembre, con reserva previa de entradas a través del mail reservaspompas@gmail.com. La obra surge como resultado de un proyecto de investigación actoral, del que formaron parte algunos miembros del grupo que tenían interés en profundizar en el manejo de herramientas técnicas de actuación. Se trabajó a partir del texto *300 millones* de Roberto Arlt durante dos años, que es la historia de una empleada doméstica que escapa de su realidad soñando que recibe una herencia millonaria.

En este caso, si bien la temática que tocan tiene un tinte social, y se lanza una crítica al sentido común que considera que personas de clases populares no tendrían derecho a soñar y decidir cómo vivir, el anclaje territorial no es tan fuerte, no habla de algo vinculado puntualmente con el barrio. La obra se desarrolla sin romper la cuarta pared.

En este espectáculo se dispuso de cuarenta sillas acomodadas sobre gradas, y lxs asistentes no podían superar dicho número, por lo que era muy importante contar con reserva previa, y la entrada costaba 150 pesos. En este caso los actores cobraban parte de lo recaudado, a diferencia de lo planteado por el teatro comunitario, que establece que quienes actúan lo hacen de manera *amateur*. La afluencia de público fue variable, en algunos casos se agotaban los lugares la semana anterior al espectáculo, y en otros les costó conseguir espectadores.

En este caso también se podía observar un gran desarrollo de vestuario, maquillaje, escenografía e iluminación, aunque los espectadores no se mostraron tan sorprendidos en esta ocasión, ya que ver la obra en el interior de una sala teatral otorgó cierta garantía de calidad ante el imaginario del público.

En ambos casos la promoción de las obras se realizó a partir de *flyers* en Facebook e Instagram y a través del pedido de la colaboración a todos los participantes en compartir e invitar a conocidos. En caso de que la cantidad de público descienda de una función a otra, la estrategia utilizada es reforzar este pedido a los miembros.

Observaciones sobre las obras

Aquí puede observarse que las obras de adultxs presentadas por el grupo no respetan un criterio unificado. La primera, Lo que la peste nos dejó cumple con los postulados del teatro comunitario que toman los Pompapetriyosos: se realiza en el espacio público, con entradas a la gorra y fue compuesta a través de la creación colectiva. Lo recaudado fue destinado al proyecto, y los actores no cobraron por su labor. La segunda, “Porque va lejos” en cambio se realizó adentro del teatro, basada en una obra de texto que además no estaba situada en el barrio, con entradas con precios preestablecidos, y los actores recibieron remuneración por su trabajo.

No respetar un criterio claro a la hora de llevar adelante sus obras aumenta la confusión en el público. El teatro comunitario no es conocido, Los Pompapetriyosos tampoco, y a su vez el grupo no define con claridad aquello que es esencial en su proyecto.

Capítulo 3: La comunicación en Los Pompapetriyasos

Objetivos de la comunicación según el grupo

Para llevar adelante la comunicación de una organización, Costa establece la importancia de realizar un plan por objetivos. Esto implica que quien emite debe incluir “el detalle de los objetivos que quiere alcanzar con cada público” (Costa, 2009:171).

Cuando se analiza el caso de Los Pompapetriyasos, puede observarse que no existe acuerdo entre el equipo que se encarga de la comunicación y lxs coordinadorxs del grupo acerca de los objetivos. Incluso dentro del primer equipo no hay un acuerdo: uno de los miembros plantea que necesitan que los conozcan en el barrio, mientras que otro afirma que necesitan llegar hacia afuera de Parque Patricios, y con esto se refiere tanto al resto de la ciudad y el país como al exterior. Esta comisión plantea que no buscan que se sume más gente, sino que necesitan dar a conocer sus producciones. Lxs coordinadorxs del grupo, en cambio, establecen que necesitarían que más personas participen de los proyectos, y que les interesa llegar “a todos”.

Es necesario que el grupo pueda definir su objetivo de comunicación, el público al que apunta, y cuán conocidos son para poder diseñar una estrategia de comunicación.

¿Qué busca transmitir el grupo?

Por un lado, les interesa destacar que quienes participan están formando parte de un proyecto, en el que no aparecen como consumidores sino como sujetos activos. Es por esto que buscan no utilizar la palabra *talleres* para designar a los distintos espacios creativos, sino proyectos. La idea en cada uno de ellos es producir, y entienden que esta es su tarea como grupo de teatro comunitario.

Sin embargo, es frecuente que en el habla cotidiana utilicen la palabra talleres, y esto se puede observar incluso en su página web (Anexo 2). Esto implica un problema para la construcción de su identidad, ya que ambas palabras remiten a

dos ideas sobre la construcción del espacio y su forma de trabajo totalmente distintas.

Por el otro, a la hora de difundir sus obras, además de convocar espectadores, lo que les interesa es mostrar que las mismas están hechas por un grupo de teatro comunitario, y que los que observan pueden sumarse a él.

Sin embargo, no realizan acciones planificadas para difundir sus obras, sino que se limitan a pedir a los miembros que inviten a sus conocidos. Esto genera en el largo plazo un estancamiento en la llegada de gente, ya que quienes se acercan son siempre familiares y amigos de los participantes y no permite que el grupo expanda su acción hacia otros sectores. Es importante tener en cuenta que la obra funciona como una instancia importante para convocar nuevos miembros al grupo.

A su vez, cuando publican *flyers* para invitar a las obras muchas veces no agregan información sobre el proyecto ni el espectáculo, por lo que el público recibe información incompleta. Además, cuando publican en redes sociales los únicos que se enteran de esto son quienes ya los conocen y los siguen.

Se encuentran con el desafío de romper con el mito por el que el público cree que por ser teatro comunitario, hecho por actores y actrices no profesionales sus obras serán de mala calidad. Pero no tienen en cuenta esto a la hora de comunicar. Deben tratar de convocar a las personas a ver sus obras para derribar este prejuicio y generar el interés en el público de sumarse al proyecto, pero no realizan acciones orientadas a este fin. A su vez, en las redes sociales a veces publican imágenes borrosas, oscuras o poco nítidas, que solo refuerzan este prejuicio en el público. Se observará en más detalle en el apartado de comunicación.

Necesitan que el público de sus obras comprenda lo importante de su aporte económico cuando se pasa la gorra. Manifiestan que espectadores se muestran muy agradecidos por el trabajo del grupo pero esto no se ve reflejado en la contribución económica que se realiza al pasar la gorra.

Sin embargo, el grupo no logra transmitir esto de manera clara y concreta. No establecen cuál sería el valor que necesitarían que aporte cada uno, ni especifican en qué se utilizará lo recaudado. No especifican cómo se financia el proyecto, y esto genera confusión y desconfianza en el público. Es necesario que el grupo pueda ser transparente en este aspecto.

¿Qué perciben lxs receptorxs?

Se analizará lo que ocurre con dos tipos de receptorxs: Por un lado las personas que no forman parte del grupo, es decir el público real o potencial de sus obras y producciones, y por el otro los Pre-Pompas, es decir los que comienzan a formar parte del grupo.

Para el primer grupo, el mensaje acerca de la necesidad de aporte económico entra en conflicto con otros dos que circulan entre lxs receptorxs. Por un lado, el público concibe al aporte que se realiza a través de la gorra como una “ayuda” y suelen poner mucho menos dinero del que realmente podrían. Incluso a veces usan la palabra “gratis” como sinónimo de “a la gorra”. Por otro lado, a través de encuestas se pudo comprobar que parte del público cree que el proyecto está financiado por el gobierno de la ciudad. Esto es parcialmente cierto, el grupo recibe un pequeño aporte del estado, pero es mucho menor del que necesitarían para sostenerse. Esto lleva a que parte del público crea que no es tan importante aportar dinero. Es necesario que el grupo pueda comunicar de manera clara y transparente sus fuentes de financiamiento, cuánto dinero necesitarían por parte del público y en qué lo van a utilizar.

Por otro lado, Los Pompapetriyosos buscan que el público no solo venga a ver la obra sino que sepa que está hecha por un grupo de teatro comunitario, pero no es esto lo que perciben lxs receptorxs. En primera instancia, el público que se acerca está formado en su mayoría por conocidos de los que participan en el proyecto, por lo que puede verse que al grupo le resulta difícil convocar a personas ajenas al mismo. A su vez, quienes asisten a la obra no saben que se trata de teatro comunitario y lo que esto significa.

Con respecto a la necesidad del grupo de mostrarse de buena calidad, es algo que logran cuando las personas se acercan a ver las funciones. Es común escuchar expresiones de asombro entre los espectadores acerca del nivel de producción de la puesta en escena, las actuaciones y todos sus elementos. Es por esto que una de las mejores formas para atraer personas a formar parte del proyecto

es conseguir que más gente vea sus espectáculos para que comprueben su calidad y se sientan interesados en participar.

Es necesario a su vez que el grupo logre transmitir el nivel de sus producciones en los medios que utilizan. Para hacerlo es importante tener especial cuidado en la calidad de las imágenes y textos que publican.

Por otra parte, si bien Los Pompapetriyosos buscan que todos los participantes sientan que forman parte del proyecto, los Pre Pompas sienten que no participan. Esto se debe en parte a que no reciben suficiente información acerca de la forma de trabajo del grupo. Es necesario que el grupo lleve adelante acciones dedicadas a integrar a los nuevos miembros para evitar su deserción.

Perfil del público e imagen del grupo en el barrio

Encuestas al final de *Lo que la peste nos dejó*

En noviembre y diciembre de 2017 se realizaron encuestas al final de *Lo que la peste nos dejó*, en Parque Ameghino. En las mismas se intentó conocer el perfil del público, cómo se habían enterado del evento y qué sabían sobre el grupo y el teatro comunitario. La muestra fue de 24 personas y arrojó los siguientes resultados:

El 75% de lxs encuestadxs realizó estudios universitarios o terciarios, mientras que el 25% restante, secundarios. En cuanto a la zona de procedencia, el 42% vive en Parque Patricios, el 50% en otros barrios de CABA y el 8% en provincia de Buenos Aires. Como puede observarse, las personas que se acercan a ver la obra tienen en su mayoría altos niveles de escolarización, y prevalecen aquellos con estudios de grado o terciarios. La procedencia geográfica de lxs asistentes es mayormente de capital federal, prácticamente mitad de ellos del barrio y otra mitad de afuera.

El 67% se enteró del evento por recomendación de alguien que participa en el proyecto, 17% por la sugerencia de alguien que no participa y otro 17% a través de intervenciones encontradas por azar en el barrio de Parque Patricios. Esto

demuestra que la mayor parte de los asistentes son conocidxs de los miembros del grupo.

El 42% de lxs encuestadxs no sabe qué tipo de teatro hace el grupo, el 33% afirma que es comunitario, el 17% callejero y el 8% otro tipo. Es decir, la mayor parte del público no sabe en qué consiste este proyecto artístico.

El 75% no puede recordar el nombre del grupo al final de la función. Solo una pequeña parte de los encuestadxs pudo hacerlo, incluso cuando lxs directorxs acababan de nombrarlo. En general retenían “Pom Pom”, Pompa...”, “algo de payasos”, o nada.

Al 42% le interesaría participar en el proyecto y a otro 47% no, el 17% restante no sabe. Puede verse que dentro del público hay un gran porcentaje de personas a las que les gustaría formar parte del grupo, y que esto podría capitalizarse.

El 47% conocía al teatro comunitario previamente. En general lo relacionaban con la participación de lxs vecinxs, el espacio público y los temas locales. Uno de los entrevistados lo definió como “promovido por el gobierno de la ciudad”.

Para describir al grupo usaron las palabras: integrador, ingenioso, pasión, compromiso, autóctono, familia, colectivo y comunitario.

Encuestas en Parque Patricios

A su vez se realizó una encuesta en el Parque de los Patricios el domingo 17 de diciembre de 2017. El objetivo de la misma era saber cuánto se conoce al teatro comunitario y al grupo en el barrio, y qué idea se tiene de ambos. Sólo se encuestó a quienes eran habitantes del mismo. Si bien se realizaron preguntas sobre las edad, sexo y nivel educativo, la muestra es demasiado pequeña para establecer generalidades en base a dichos criterios. Se buscará en cambio tener una idea general acerca de cuán conocido es el grupo en el barrio. Se parte de lo general a lo particular, para conocer el nivel de conocimiento y participación en las actividades culturales del barrio, los preconceptos e interés que tienen acerca del teatro, y por último se busca saber si conocer al grupo y si les interesaría participar. A partir de una respuesta obtenida en la encuesta realizada al final de *Lo que la peste nos dejó*, que define al teatro comunitario como “promovido por el gobierno de la ciudad”, se

incorpora esta opción como respuesta posible, para saber si se trata de una idea generalizada acerca del proyecto. La muestra fue de 21 encuestas, y los resultados los siguientes:

El 57% de lxs encuestadxs afirma no conocer la oferta cultural del barrio. Dentro del 43% que dice conocerla, el 13% nombra espontáneamente a los Pompetriyos, y el porcentaje restante menciona otras actividades y grupos. A partir de esto puede verse que gran parte de lxs vecinxs no solo no conoce al grupo, sino que no está al tanto de la oferta cultural de su barrio en general. Quienes sí saben del grupo, hicieron referencia a él como “Los Pompa”.

Dentro de los elementos que consideran necesarios para buena obra de teatro, el 21% menciona “una sala de teatro”, el 18% “público”, el mismo porcentaje “actores y actrices profesionales”, el 15% “unx directorx profesional”, el 10% “texto escrito por unx autorx conocidx”, el 8% “música hecha por profesionales”, y el 10% “otros”, entre los que se mencionan “transmisión” y “voluntad”. Puede verse que la mayor parte de las respuestas sobre aquello que asegura una obra de teatro de buena calidad es “una sala de teatro”, y en segundo lugar, en el mismo nivel que el público se encuentra “actores profesionales”. Dos elementos que no son parte constitutiva del teatro comunitario, ya que se trabaja en el espacio público y con actores y actrices *amateur*.

El 67% ve teatro entre 0 y 1 vez por año, el 29% entre 2 y 5 y el 5% más de 5. Como se puede observar, la mayor parte de los encuestadxs no tiene el hábito o interés en ver teatro en general, es importante que el grupo tenga esto en cuenta a la hora de comunicar su proyecto.

El 81% no conoce al teatro comunitario. Dentro del 19% que afirma conocerlo, el 75% lo define como “un proyecto artístico de la comunidad para la comunidad” y el 25% como “teatro inclusivo promovido por el gobierno de la ciudad”. Puede verse que muy pocas personas saben este movimiento, y un tercio de quienes sí lo conocen lo vinculan por definición con el gobierno de la ciudad.

El 14% de los encuestadxs afirma que conoce a los Pompetriyos, y el 86% restante, no. Repartidos en partes iguales de 33%, se enteraron sobre él a través de alguien que participa, intervenciones encontradas en el barrio y un medio

masivo de comunicación. Como se puede observar, incluso ante la pregunta específica por el grupo, solo un pequeño porcentaje los conoce.

Entre quienes saben del grupo, el 67% nunca vio sus obras. Dentro de este porcentaje, el 50% no asistió porque no recibió suficiente información al respecto, y el otro 50% porque no tuvo tiempo. Puede verse que, entre los pocos que los conocen, un gran porcentaje nunca los vio actuar, y la mitad de estos casos se debió a que no recibieron información adecuada.

El 100% de quienes los vieron calificaron la obra como “muy buena”. Se puede observar que la obra es percibida como de buena calidad por el público, por lo que debería motivarse que más personas concurren para promocionar el proyecto.

Entre quienes los conocen, al 67% les interesaría sumarse al grupo. Es posible apreciar un gran interés por el grupo entre quienes saben de él, que debería poder capitalizarse.

Como conclusión puede afirmarse que el grupo tiene un gran potencial de crecimiento en el barrio. Entre los pocos que los conocen hay un gran interés en participar, y todos los que han visto su obra opinan que es muy buena. Es necesario que mayor porcentaje del barrio los conozca, motivarlos a que vean sus obras para que sepan que son de buena calidad y se interesen en sumarse. También es importante acercarles información clara sobre sus espectáculos y cómo incorporarse al proyecto.

Dificultades del grupo en la comunicación

En primer lugar, dada su condición de comunitario y su objetivo de acercar el arte a la mayor cantidad posible de personas, disponen de pocos recursos económicos para solventar una campaña. A su vez, no se cobra por actuar y la mayor parte de quienes participan lo hacen de manera amateur, excepto por ciertos puestos administrativos y de liderazgo que perciben un salario. Esto implica que para gran parte de los miembros el proyecto no sea su actividad principal, por lo que el tiempo que disponen para destinar al mismo es limitado.

Sumado a este contexto, el grupo no logra optimizar el uso de estos recursos escasos. No realizan una planificación de la comunicación, ni tienen una identidad definida. Esto no permite que los mensajes que se emiten se vean de manera clara y coherente por parte del público y se desperdicien esfuerzos.

Esto se observa, por un lado en la no definición de un objetivo de comunicación, hecho que torna la tarea de comunicar muy dificultosa ya que no se sabe a dónde se busca llegar. Tampoco deciden a qué público objetivo se dirigen sino que afirman que se buscan llegar a “todos”. Esta es una meta imposible de cumplir, no solo para ellos sino para cualquier producto. Como grupo están buscando a un cierto tipo de personas, con las que compartirán cierta concepción del arte y de la vida en sociedad.

A su vez les cuesta poner en palabras describir qué es el teatro comunitario y qué tiene de particular el grupo. Es importante que puedan hacer racional aquello que los identifica y diferencia del resto.

No realizan acciones concretas para cumplir sus objetivos, por ejemplo cuando buscan convocar público para sus obras, solo se pide que inviten a sus conocidos. Hace un tiempo realizaban volanteadas por el barrio y de esta forma han conseguido que se sume gente al grupo, pero han dejado de hacerlo.

No crean un texto específico para cada medio, sino que repiten contenido y formato en muchos de ellos. Por ejemplo, el texto en la web es el mismo que presentan para una revista barrial. Se observa que además no se incluye un llamado a la acción, es decir aquello que esperarían que haga el público que recibe la pieza, ni una dirección o número de contacto. No está claro qué objetivo persiguen con cada publicación.

Por otra parte, el hábito de ir a ver teatro está instaurado en una parte muy pequeña de la sociedad. Fuera de este sector, hay un gran desconocimiento acerca de las actividades culturales en general, del teatro en particular y mucho más acerca de los tipos de teatro existentes. En una encuesta realizada en Parque Patricios, la mayor parte de los encuestadxs afirma ir al teatro entre una y ninguna vez por año.

A su vez la frase más utilizada para hacer referencia a esta actividad es “ir al teatro”, lo que presupone la existencia de una sala y no permite pensar en una plaza como posible escenario.

A esto se suma que existe un problema de legitimidad en la sociedad actual acerca del arte y la cultura en general y más aún acerca de lo comunitario. No se la considera ni esencial ni un derecho. A su vez, dentro del ambiente artístico, lo “comunitario” es considerado como de menor calidad, es aquello a lo que menos se atiende.

El grupo no tiene en cuenta este contexto a la hora de difundir su actividad, sino que parece dar por sentado que todas las personas se interesarán por ella. No salen activamente a invitar a personas por el barrio, en su web usan textos largos (la presentación del grupo ocupa 4 páginas de Word sin jerarquías y con una única tipografía) y en las distintas publicaciones no realizan invitaciones concretas, con todos los datos disponibles para que las personas puedan sumarse (Anexo 3). El nombre difícil de recordar es otra señal de que no están teniendo en cuenta la importancia de llamar la atención y ser recordables por lxs receptorxs. Se observa que quienes no pertenecen a los Pompetriyasos tienen dificultades para recordar el nombre, incluso si lo acaban de escuchar. Tampoco remite a un colectivo que realice obras interesantes y de calidad profesional, ni atrae a lxs adultxs.

Por otro lado, no realizan un diagnóstico acertado sobre la situación en la que se encuentra el grupo. Existe una presunción de que en el barrio ya son conocidos y que por lo tanto no necesitan hacerse ver allí. Pero esto es desmentido con encuestas realizadas para esta investigación, que demuestran que una muy baja proporción los conoce, y solo uno de los encuestadxs supo que se trataba de un grupo de teatro comunitario. Es difícil realizar una comunicación efectiva si no se sabe desde dónde se parte.

Por último, necesitan que el público aporte dinero al proyecto, pero lxs receptorxs no perciben con claridad de qué manera se sostiene económicamente el mismo. Esto se explica parcialmente por el vínculo que tiene el grupo con el gobierno de la ciudad, que es complejo. El grupo recibe apoyo económico -mucho

menor al que necesitarían para solventarse- por parte del mismo y a su vez depende de su autorización para realizar las funciones en el espacio público. Esto genera que muchas veces deban permitir la emisión de piezas publicitarias por parte de esta entidad, que confunden a quienes las reciben. En las mismas se presenta al grupo como si se tratara de una iniciativa del gobierno. Esto se contradice con la necesidad de los *Pompapetriyasos* mostrar que son autogestivo y que necesitan recaudar fondos.

En resumen, la comunicación es realizada sin conocer la situación en la que se encuentra el grupo en el barrio y sin definir objetivos, por lo que no se sabe desde dónde se parte ni a dónde se quiere llegar.

Tampoco se presentan con una identidad clara ni deciden cuál es el público al que apuntan. Esto trae como resultado un conjunto de mensajes disgregados que difícilmente puedan lograr que el público conozca, comprenda y valore al grupo.

Nombre del grupo

El nombre del grupo está vinculado con sus orígenes, ya que antes de contar con su teatro propio ensayaban y actuaban en diversos espacios de Parque Patricios y Pompeya. *Pompapetriyasos* es el resultado de intercalar sílabas de estas dos palabras más el final de “payasos”.

Como se mencionó anteriormente, a través de encuestas realizadas luego de *Lo que la Peste nos dejó*, pudo comprobarse que el 75% de los encuestadxs no recuerda el nombre del grupo, aun cuando lxs directorxs acaban de decirlo. El 25% restante que lo pudo decir, ya los conocía antes de ver la obra.

Se evaluará la pertinencia del nombre en base a las características que debería tener según Jean Costa (citado en Etkin, 2014: 117), que son brevedad, eufonía, pronunciabilidad, recordación y sugestión. Se parte de la hipótesis de que el nombre elegido no es acertado para dar a conocer su proyecto, ya que no cumpliría con estos requisitos.

Brevidad: Se trata de un nombre muy largo, de 5 sílabas.

Eufonía, o “buen sonido”: No suena armónico ni atractivo.

Pronunciabilidad: Es extremadamente difícil de pronunciar.

Recordación: Quienes no forman parte del proyecto muestran grandes dificultades para recordar el nombre.

Sugestión: La imagen que se presenta en el público al escucharlo es la de “Payasos”, que no se corresponde con el proyecto artístico del grupo. A su vez, remite a un grupo de mala calidad. No invita a acercarse si se está buscando arte.

A lo mencionado anteriormente, puede agregarse que no tiene un significado para quienes no participan del grupo. De hecho, no todos los participantes saben por qué se llama así. Se trata de un nombre extremadamente complicado, que sólo funciona -parcialmente- hacia adentro del grupo.

Por otro lado, el mismo no es utilizado uniformemente, ya que a veces se denominan “Pompapetriyasos”, otras “Los Pompapetriyasos”, “Los Pompas”, o “Los Pompa”. En su Instagram, por ejemplo, no es posible encontrarlos con el nombre completo, sino que se usa “Los Pompas”, y el grupo de Whatsapp interno de los participantes es “Los Pompa”.

Contar con un nombre adecuado, que cumpla con las características antes descritas, es fundamental para cualquier proyecto que busque expandirse y darse a conocer. Con las complejidades mencionadas anteriormente, es difícil que alguien que se acercó como espectador pueda recordar el nombre y recomendar la función, buscarlos en las redes sociales, o volver a contactarse. Esto es particularmente problemático con el peso que tiene el boca en boca en el teatro, y más aún si no se cuenta con presupuesto para intentar suplir esta falla con bombardeos de publicidad.

Elementos gráficos

Puede observarse que el grupo no cuenta con una unidad en los aspectos gráficos. No utilizan una gama cromática ni tipografía uniforme para todas sus plataformas, incluso el logo difiere de una a la otra.

Si bien el logo es estético, no es fácil de leer ya que arrastra problemas derivados del nombre: la longitud del mismo complica su legibilidad y simplicidad. Esto también dificulta la reducción de tamaño del mismo. Por otro lado, no es igual en todas las plataformas, sino que tiene distintas tonalidades de color. (Anexo 4)

Con respecto a la gama, puede verse centralmente que no hay una unidad en las distintas plataformas, ni una decisión justificada acerca de qué tonos utilizar. Por ejemplo, en el teatro de los Pompapetriyosos se usan colores alegres, la pared está pintada de amarillo/anaranjado, violeta y verde en tonos vivos. En la página web, sin embargo, se utiliza un color azul muy opaco y triste. El fondo es una foto también opaca. (Anexo 5)

A esto se suma no existe una unidad tipográfica en las distintas plataformas, y tampoco dentro de cada una de ellas. (Anexo 6)

Medios

Volantes

Si bien en el pasado realizaban volanteadas para difundir sus obras y convocar gente al proyecto, en la actualidad ya no cuentan con esta práctica. Esta sería una acción que traería visibilidad al grupo de manera afín con su producto, que es el teatro e implica la presencia de la persona en vivo y también con su target que valora el contacto directo.

Web

Análisis de redacción

Si bien la página web requiere contenidos simples y atractivos, los textos que allí utilizan Los Pompapetriyosos son muy largos y monótonos. La presentación del grupo, “quiénes somos” ocupa 4 páginas de Word y está escrita con una sola tipografía. En la web las personas no toman mucho tiempo para leer, y puede hacer que los interesados dejen la página sin haberse enterado de qué trata el proyecto y que están invitadas. Deben ser capaces de sintetizar ese contenido en pocas palabras, orientados al objetivo de conseguir que más personas se sumen.

Además adjuntan una carpeta institucional (Anexo 8) que no debería estar ahí ya que está hecha para pedir recursos a empresas o el estado, pero la página web está dirigida al público en general.

En los distintos apartados no se responde de manera directa a lo que

proponen. Por ejemplo en “Quiénes somos”, hablan sobre cómo y cuándo surge el grupo, cuánto hace que son asociación civil y luego de esa larga explicación comienzan a tratar de explicar quienes son.

Por otra parte, no se jerarquiza el contenido: en medio de una página entera de texto se menciona que es “Un grupo abierto a la comunidad que tiene las puertas abiertas para quien desee formar parte de esta propuesta de creación conjunta”. Eso se pierde, no queda resaltado como un mensaje importante, y no se convierte en llamado a la acción, es decir aquello que se espera que haga el público. De hecho, en la web no hay llamado a la acción alguno, ni se puede comprender el objetivo con el que fue creada y con el que se escribe el texto.

Por último, no explican cómo se financia el proyecto y que necesitan colaboración del público para seguir funcionando.

Análisis de elementos gráficos

Puede observarse que la gama cromática elegida para la web no es adecuada y que no coincide con la que muestran en el Facebook ni en el salón. Los colores del encabezado y los botones son opacos, y de fondo se utiliza una foto muy oscura del Parque Ameghino, que además se pega con las fotos que usan en las distintas secciones para hablar sobre las obras. (Anexo 5)

Con respecto a las imágenes, la gran mayoría son de las obras y no hacen foco en el trabajo que se realiza en los proyectos. Sería interesante incluir ambos tipos. En su mayoría las fotos son buenas, pero algunas están movidas, es importante evitar publicar las de este tipo ya que refuerza el prejuicio sobre la mala calidad de las producciones. (Anexo 8)

Facebook

El primer problema que aparece es que al buscar la palabra “Pompapetriyasos” en esta red social, aparecen tres resultados: dos que aclaran “teatro comunitario” -una *fan page* y otro como persona- y otro “taller de percusión”, como persona. Esto genera confusión, ya que no se sabe cuál es el correcto ni a dónde se debería escribir en caso de tener una consulta. A su vez, entre los dos

primeros se comparten mutuamente las publicaciones, por lo que el desconcierto del público aumenta.

Con respecto a la *fan page*, que es la página que quieren y conviene mantener activa, ocurre lo mismo que en la web: las imágenes y publicaciones remiten mayormente a las obras y poco a los proyectos. Sería conveniente aumentar los posts del segundo tipo, que no se limiten a una grilla sino que muestren cómo se trabaja allí. También es recomendable dar información sobre qué es el teatro comunitario, sus objetivos y cómo funciona.

Las imágenes y videos de alta calidad en la mayoría de los casos, pero a veces están movidas u oscuras. Los posts no siguen una misma línea estética, ni en cuanto a las formas ni a los colores o la tipografía.

Por otro lado, en general los textos que acompañan a las imágenes no aportan información ni resultan atractivos. En muchos casos omiten el llamado a la acción y no está claro el objetivo con el que se subieron.

A su vez, a la hora de avisar sobre las obras o proyectos que se van a llevar a cabo, lo hacen con muy poco tiempo de anticipación, por lo que no se da tiempo a las personas de planear asistir e ir.

En el apartado “información”, donde se pide completar “misión” escriben “Sumate a los Pompapetriyazos”. Esto no responde a la pregunta, y pierden el espacio para explicar de qué se trata su proyecto y lo que quieren lograr con él. (Anexo 9)

Capítulo 4: La propuesta

Como se desarrolló anteriormente, el grupo de teatro comunitario Los Pompapetriyastos es un proyecto artístico que funciona en el barrio de Parque Patricios y está formado por 200 niños y 50 adultos. El mismo funciona a través de proyectos más pequeños, divididos según edad y disciplina, y todos ellos tienen el objetivo de producir arte que será expuesta ante la comunidad. A su vez, desde 2012 realizan la obra “Lo que la peste nos dejó”, que es la producción central del grupo y reúne a los participantes de todas las edades.

Se presentará a continuación una propuesta de mejora comunicacional destinada a fomentar el ingreso y continuidad de personas adultas al grupo Los Pompapetriyastos. Quienes van al grupo por primera vez están invitados a formar parte del proyecto *Pre Pompas* durante un período variable, que en general es hasta fin del año en curso, hasta que pasan a integrar el grupo de ensayos de adultos Pompapetriyastos de los sábados.

En este trabajo la estrategia comunicacional se orienta a fomentar los proyectos, y las obras de teatro que el grupo realiza cumplirán el rol de piezas publicitarias para mostrar que sus producciones son de buena calidad y así incentivar a que las personas se sumen al grupo.

Se elige focalizar la comunicación en el proyecto y no en las obras ya que los mismos permiten crear lazos entre los participantes, demostrarles el poder del trabajo colectivo, y vivir la transformación que se da cuando las personas se encuentran con la posibilidad de producir arte. El aspecto verdaderamente novedoso del teatro comunitario es la oportunidad que ofrece a cualquier persona que quiera sumarse, de acceder no solo al consumo de arte sino a su producción.

A su vez, la estrategia estará orientada al público adulto ya que es aquel que para el grupo resulta más difícil de convocar y mantener dentro del proyecto. Si bien hay un alto grado de permanencia en los miembros antiguos, entre los nuevos hay una alta tasa de deserción, por lo que puede observarse que el problema se da sobre todo en la etapa de integración al grupo.

En este trabajo se presentarán estrategias para intentar, por un lado, convocar nuevos miembros, y por el otro, que una vez que ingresen puedan integrarse al proyecto.

Resumen de problemas de comunicación

A continuación se presenta un resumen de los problemas de comunicación que fueron desarrollados anteriormente en el análisis.

En primera instancia, el grupo no tiene objetivos claros, por lo que la tarea de comunicar se vuelve dificultosa. Tampoco definen el público objetivo al que se dirigen, y esto lleva al desperdicio de esfuerzos, ya que no puede establecerse cuál es la forma más acertada de llegar al mismo. Es necesario definir qué se quiere lograr con la comunicación y caracterizar al target para saber qué valora, cómo hablarle y dónde encontrarlo.

No tienen bien definida su identidad, ni la conceptual ni la gráfica. Lo primero se observa con la dificultad que presentan al explicar qué es lo particular de su proyecto y qué los distingue de otros grupos de teatro comunitario. La falta de identidad gráfica se es visible en la falta de unidad de sus piezas comunicacionales en las distintas plataformas.

El grupo afirma que en el barrio son conocidos, pero las encuestas realizadas a lxs vecinxs lo desmienten. Solo el 14% de los encuestadxs los menciona espontáneamente cuando se les pregunta por la oferta cultural del barrio. Sin embargo, entre los pocos vecinxs que saben que existe hay un gran interés por participar y reconocimiento acerca de la calidad de las obras. El 100% de los que fueron a verlos opina que el espectáculo es muy bueno. Y al 67% de quienes lo conocen les gustaría participar. En síntesis, el grupo tiene un gran potencial de crecimiento en el barrio y podría aprovecharlo si logra dar a conocer su proyecto y facilitar la información necesaria para que quienes quieran sumarse puedan hacerlo.

Ante necesidades puntuales del grupo, como convocar nuevos miembros para el proyecto o público para las obras, no realizan acciones concretas, sino que piden a los miembros que avisen a sus conocidos sobre los eventos o que los inviten a sumarse al grupo. Es importante que, sin perder de vista el objetivo general, se

establezcan otros objetivos más específicos según las necesidades del momento y se realicen acciones puntuales para alcanzarlos.

Por otro lado, necesitan que las personas aporten dinero a su proyecto pero no logran brindar la transparencia para generar confianza al público ni una idea de cuánto dinero necesitarían. Esto debe ser aclarado, no solo para aumentar las posibilidades de recibir aportes sino también porque resulta fundamental procurar tener una imagen limpia ante el público con el que se busca establecer una relación. Se desarrollará más adelante la forma más conveniente para hacerlo.

Problemas de comunicación interna

Si bien el grupo destaca que les interesa transmitir que quienes asisten a los proyectos están formando parte de los mismos no como consumidores sino como sujetos, cuando los Pre Pompas pasan al grupo de ensayo de los sábados manifiestan que sienten que “no participan”, que el trabajo “no avanza” y abandonan. Este es un problema identitario, ya que los postulados que proponen como centrales no se manifiestan en lo que perciben lxs receptorxs.

Puede observarse que el grupo tiene dificultades para conservar Pre Pompas, es decir los miembros del grupo destinado a los nuevos, que buscan sumarse a los Pompapetriyasos. También hay un gran porcentaje de deserción cuando los Pre Pompas pasan a integrarse a los ensayos de Los Pompapetriyasos de los sábados.

En este período con frecuencia manifiestan que sienten que no encuentran un espacio para la participación y que el trabajo no avanza. Esto se debe a que el trabajo realizado en los Pre Pompa y los ensayos de Pompapetriyasos de los sábados son muy distintos entre sí. En el segundo caso se utiliza el método de creación colectiva, que es un proceso largo y no lineal de composición, que consta primero de una etapa extensa de exploración para llegar luego a la decisión acerca de la puesta en escena final. En cambio en los Pre Pompa, la dinámica es más parecida a la de una clase de teatro convencional, con ejercicios expresivos y de improvisación. Es necesario que en esa formación se incluyan paulatinamente contenidos acerca de la forma específica de trabajo del teatro comunitario.

Bases para la propuesta

En primera instancia, ya que será transversal a toda la comunicación, deben establecerse los objetivos de la misma, el target al que se apuntará y el posicionamiento que se buscará dar al grupo.

A su vez, es importante definir la identidad del grupo. Para hacerlo se aclararán sus objetivos, zona geográfica de acción, forma de trabajo y visión a futuro. También es necesario comprobar si los mismos se corresponden con lo que ocurre en la práctica del grupo. Por otro lado, es necesario establecer la identidad visual que tendrá el grupo y que la misma se mantenga en todas las plataformas.

Para convocar más personas a los Pre Pompas, es importante dar a conocer el proyecto en el barrio. Esto se realizará a través de volanteadas por el mismo. Se desarrollará más adelante.

Las personas deben saber que sus producciones son de buena calidad. Para eso se intentará convocar a más personas como espectadoras, para que comprueben el nivel de las mismas y se sientan interesadas en participar. La difusión de las obras se realizará a través de volanteadas por el barrio y Facebook.

A su vez es necesario dejar claro qué es el teatro comunitario, la forma de trabajo de los Pompapetriyosos y cómo se financia el proyecto. Esto estará explicado en la página web.

Para conseguir mantener a las personas que ingresan, es necesario mejorar la articulación entre el proyecto de los Pre Pompas y el de los sábados de Pompapetriyosos adultxs. Para esto, es necesario asegurarse de que en el primer grupo se incluyan contenidos acerca de qué es el teatro comunitario y su forma de trabajo desde el comienzo. A su vez, es importante generar espacios para que mientras están en los Pre Pompas también socialicen con los miembros del grupo de adultxs de los sábados, para que se integren de a poco en el proyecto del que luego formarán parte.

Propuesta de estrategia comunicacional

Objetivos de la comunicación

General: Mejorar la comunicación del proyecto artístico de los Pompapetriyasos para aumentar la cantidad de participantes adultxs.

Específicos:

Externa:

1-Dar a conocer el grupo en Parque Patricios y tratar de generar en lxs vecinxs un sentimiento de pertenencia hacia el mismo.

2-Invitar a las personas adultas de Parque Patricios a sumarse a los Pre Pompas, el espacio destinado a quienes quieren integrarse a los Pompapetriyasos.

Internos

1-Informar a los Pre Pompas de qué trata el teatro comunitario, cuáles son sus objetivos y se procurar que sientan invitados a formar parte del mismo.

2-Generar estrategias para que los Pre Pompas comprendan el método de creación colectiva que utiliza el grupo para componer sus obras.

Objetivos medibles a cumplir en un año:

Externos

1-Aumentar en un 20% la cantidad de personas que conocen al grupo en el barrio. Conseguir que el 50% de las personas que lo conocen lo identifiquen como “el grupo de arte de lxs vecinxs de Parque Patricios”.

2-Aumentar en un 10% el ingreso de personas a los Pre-Pompa en abril, con respecto al 2018.

Internos

1-Lograr que en el transcurso de un mes desde que ingresan, los integrantes de los Pre Pompas comprendan las particularidades del teatro comunitario. Conseguir que

el 50% de quienes realizan su recorrido en los Pre Pompa se integren y continúen en los Pompapetriyasos al menos por un año.

2-Conseguir que el 80% de quienes finalizan su recorrido en los Pre Pompa sepan qué es el teatro comunitario, de qué se trata la creación colectiva y cómo funciona.

Público objetivo

El grupo afirma que busca atraer a “todos”, y esto es una meta imposible de cumplir. Está claro que se intenta llegar a la mayor cantidad de personas posible, pero en eso no difiere de cualquier otro emprendimiento o producto. Sin embargo, no definir las características del potencial público, aquel que podría interesarse por el proyecto, llevará al desperdicio de esfuerzos, ya que se hablará a alguien que no se conoce. Por otro lado, la estrategia de comunicación también cambiará en base al grupo de interés al que se está intentando interpelar. No se utilizarán los mismos medios ni tono de la comunicación para hablarle a las empresas, las instituciones del barrio, los miembros recién ingresados al grupo o a los participantes potenciales. En este trabajo la estrategia estará dirigida a los últimos dos perfiles, las personas que se están integrando al grupo y aquellas que podrían tener interés en participar. Hecha esta aclaración, se describirá el público ideal al que apuntará la comunicación.

Se propone la siguiente caracterización del público objetivo:

Sociodemográfico:

-Personas de todos los géneros de clase media -C1, C2 y C3- de entre 16 y 55 años, habitantes de Parque Patricios y alrededores.

Psicográfico:

Las personas de este target tienen un fuerte arraigo con sus raíces, su casa, su barrio y su familia porque comprenden que allí es donde se forjó su identidad como personas y donde aprendieron a vincularse con los demás. Dentro de sus valores, el amor, la amistad y los afectos son aquello que se encuentra antes que lo material. Conciben al dinero como una forma de cubrir sus necesidades pero no constituye su objetivo máximo en la vida.

Consideran que es importante y su deber como ciudadanos contribuir entre todos para la creación de una sociedad mejor, más justa e igualitaria. Es por esto que buscan involucrarse en actividades que se realicen de manera colectiva, ya que entienden que trabajar junto con otros es la forma de alcanzar este objetivo.

Creer que la educación no se da sólo en las instituciones formales sino también en la familia, el barrio y a través de la participación de espacios de la sociedad civil. En cualquiera de estos ámbitos, consideran que la importancia de la misma radica en dar la posibilidad de reflexionar, de ser críticos y apelar a la memoria para decidir conscientemente y en conjunto qué sociedad se quiere construir.

Para ellos todas las personas deberían ver garantizados sus derechos simplemente por ser humanos, sin importar nacionalidad, etnia o género u orientación sexual. Entienden a su vez que los mismos no se agotan en el acceso a la vivienda o alimento, sino que el arte y la cultura también son centrales y deben ser defendidos, ya que constituye el terreno en el que se piensa y reflexiona y a partir del cual se pueden generar cambios a largo plazo.

Les parece importante involucrarse cuando algo les parece injusto y para esto participan en movimientos colectivos y/o salen a la calle para reclamar.

Reconocen que en la actualidad se tiende a la disolución de los vínculos sociales y eso les preocupa, es por esto que buscan espacios donde poder encontrarse y compartir con otros. Esta visión sobre el presente no implica una nostalgia incondicional por el pasado, sino que reconocen que antes había otros problemas, sobre todo la falta de libertad para pensar y hablar de ciertos asuntos en el marco familiar y barrial.

Para ellos la belleza es interior, y la posee la persona que se acepta a sí misma, se muestra como es y es empática con los demás.

Para este perfil la democracia no es un derecho que se ejerce sólo cada cuatro años, sino que como ciudadanos se debe participar activamente para influir en las decisiones que toman nuestros representantes. La política no es solo para los gobernantes sino que todos los ciudadanos deben involucrarse, y pueden hacerlo desde diferentes espacios.

Ante las crisis socioeconómicas del país, este target responde acentuando su solidaridad, empatía y propensión a la asociación. Buscan soluciones ingeniosas para superar junto con otros estos momentos difíciles. También en estos momentos se acentúa su inclinación a salir a la calle y reclamar por lo que creen que es justo.

Posicionamiento

Somos el proyecto artístico que construye lazos entre lxs vecinxs de Parque Patricios a través del estímulo de la creatividad colectiva.

Identidad

Para Eugenia Etkin la identidad es “el conjunto de características, valores y creencias con las que la organización se autoidentifica y se diferencia del resto de las organizaciones” (2014: 119). Está formada tanto por la identidad visual como por la conceptual.

Dada la dificultad del grupo de dar una respuesta clara y unificada sobre su identidad, aquí se presenta una propuesta elaborada en base a la observación participante que se realizó para esta organización y el análisis de discursos que quedaron por fuera en la entrevista a los miembros. Estos son: la forma del trabajo del grupo, los comentarios informales, los debates en asambleas y su forma de organización.

Identidad conceptual

Para Etkin la identidad conceptual está formada por el discurso de identidad, que implica los contenidos ideológicos como forma de auto-representación de la organización, sus atributos, misión, visión, filosofía, valores y los rituales (2014:119).

A partir de estos principios guía se elabora esta propuesta de identidad conceptual:

Se trata de un proyecto artístico, centralmente teatral pero que también trabaja otras disciplinas, llevado adelante por vecinxs de Parque Patricios, que pone el foco en las posibilidades que ofrece el trabajo colectivo. Consideran que el arte es

transformadora de las personas y sus vínculos, y que si esta experiencia pudiera expandirse a más personas y replicarse en otros ámbitos de la vida, la sociedad en la que vivimos sería mejor. Valoran lo que lxs vecinxs tienen para decir y las problemáticas que los atraviesan, y es por esto que el método utilizado para componer sus obras es la creación colectiva y no la adaptación de un texto de autor. Buscan generar un espacio de expresión, tanto a través de la creación de las obras como con el establecimiento de un espacio para el diálogo y debate grupal sobre los temas que inquietan a sus miembros. Buscan promover que todas las personas pueden y tienen derecho a ser creativos y acceder al arte, tanto para su consumo como para la producción.

Observación sobre la identidad

El grupo establece que buscan mostrar que quienes asisten no lo hacen en carácter de consumidores sino que forman parte de un proyecto, pero quienes ingresan a menudo expresan que sienten que no participan. Es necesario que se incluyan estrategias para que quienes se integran al grupo puedan realmente sentir que pertenecen y son una parte activa. Para poder alinear este discurso de identidad con la imagen percibida por los participantes es necesario implementar estrategias, como las que se presentarán más adelante, en el apartado “Pre Pompas”.

Identidad visual

Para Etkin, que retoma a Joan Costa, la identidad visual está formada por el nombre, el isologotipo, la gama cromática y el símbolo (2014:119). Se pueden agregar la tipografía institucional, el tipo de fotografías e imágenes utilizadas.

Propuesta de identidad visual

Como se explicó anteriormente, el grupo carece de una unidad en los elementos gráficos con los que muestran su marca. No se utiliza una gama cromática, tipografía ni logo de manera uniforme.

Para superar este problema es necesario armar un manual de uso de identidad corporativa que incluya información estándar sobre la gráfica del grupo. Contendrá especificaciones sobre gama cromática con descripción exacta de tonos y

sugerencias de uso. La misma deberá ser respetada en todas las plataformas y piezas. También se incluirá el logo, uno para fondo oscuro y otro para claro y versión reducida para ambos casos. Hablará también acerca de la tipografía, cuál se utilizará para titulares, cuál para subtítulos y cuál para textos. Otra sección será acerca de la fotografía e imágenes, donde se incluirán ejemplos de las que podrían usarse y si utilizarán algún tipo de edición o filtro particular. Por último, se presentarán plantillas que se utilizarán para las distintas plataformas: web, redes sociales, *flyers*, con especificaciones de uso.

Todos estos aspectos deberán respetarse en todas las comunicaciones que emita el grupo, con el objetivo de dotar al grupo de una identidad gráfica que los haga fácilmente reconocibles.

Nombre y propuesta

Como se mencionó anteriormente, el nombre del grupo no es acertado ya que resulta difícil de recordar, pronunciar y no remite a teatro. Sería positivo que paulatinamente el grupo pase a llamarse “Pompa”, que es el nombre que se usa realmente, más corto y recordable.

El cambio se realizará de manera paulatina. En primera instancia se modificará el logo, se cortará el nombre en Pompa y petriyasos. La primera parte se verá más grande y la segunda más pequeña. Este logo se mantendrá por un año y pasado este plazo se eliminará la terminación y quedará solo Pompa. Acortar el nombre también permitirá simplificar y hacer más legible el logo.

La propuesta es conservar la estética del logo pero paulatinamente retirar el “petriyasos” del mismo.

El cambio de logo aplicará a todos los medios y piezas de comunicación que de ahora en más utilice el grupo.

Propuesta de medios

Como se aclaró anteriormente, esta estrategia está pensada para atraer y conservar más personas adultas de Parque Patricios al el proyecto de los

Pompapetriyosos. Se utilizarán volantes, las obras del grupo, Facebook y página web.

Para convocar a lxs vecinxs a sumarse al proyecto los medios centrales serán volantes, que se repartirán por el barrio, y las obras. Esto se debe a que son aquellos que funcionan más orgánicamente con el producto, ya que teatro es presencia en tiempo y espacio. Dado el posicionamiento elegido para este grupo, en el que se hará foco en el encuentro entre las personas, sería positivo que se invite a lxs vecinxs a sumarse utilizando también el cara a cara. Es por esto que para dar a conocer el proyecto en el barrio la volanteada será el medio principal. Las obras a su vez funcionarán para demostrar la calidad de las producciones y dar la certeza a quienes buscan sumarse de que habrá un producto final del que podrán formar parte, es por esto que resulta conveniente convocar a la mayor cantidad de personas posibles como espectadoras. Dado que el grupo no realiza funciones todo el año, en el momento en que sí las hagan la volanteada por el barrio incluirá también información sobre las obras.

El Facebook y la web serán pensados como segunda instancia, como refuerzo para la volanteada. Esto se debe a que son los medios más consumidos por el target y permiten a su vez que el grupo tenga control sobre aquello que publican y puedan actualizarlo frecuentemente.

En la web se explicará con mayor detalle de qué se trata el proyecto artístico de Los Pompapetriyosos, que es autogestivo y la forma de trabajo del grupo. Se hará una invitación explícita y destacada a sumarse.

En el Facebook se mantendrá al público informado acerca de los proyectos y actividades más cotidianas, se mostrarán imágenes del trabajo que allí se realiza y de los ensayos.

Con respecto a la comunicación interna, para captar a quienes ingresan al grupo se utilizará el espacio de los Pre Pompa, que deberá ajustar sus contenidos para procurar que los participantes comprendan el proyecto y facilitar una transición más amena de los ingresantes al grupo de los ensayos de adultxs de los sábados. Se acompañará esto con encuentros periódicos entre los Pre Pompas y los miembros del grupo de los sábados para que puedan conocerse y comenzar a integrarse paulatinamente. Es importante que los nuevos encuentren en el grupo un

espacio de socialización para mantener su motivación a seguir concurriendo hasta que comprendan completamente cómo funciona.

A continuación se desarrollará con profundidad la propuesta para cada uno de los medios antes mencionados: volantes, obras, web, Facebook y también el proyecto de los Pre Pompa.

Desarrollo del uso de los medios

Volantes: Dar a conocer al grupo en Parque Patricios

Las producciones de los Pompaetriyasos tienen un fuerte anclaje territorial en sus temáticas, son expuestas en espacios públicos de Parque Patricios, y la mayor parte de los participantes son habitantes del barrio. Sin embargo a partir de encuestas a lxs vecinxs pudo comprobarse que el grupo no es conocido allí, aunque entre quienes saben de él hay un gran interés en participar.

Se presenta la necesidad en primera instancia de hacer saber a estas personas que existe el grupo y de qué se trata su propuesta, para poder convocarlos a sumarse.

Para dar a conocer el proyecto en el barrio el medio más recomendable será el uso de volantes, que serán repartidos personalmente. Esto es, que algunos miembros carismáticxs del grupo se acerquen a lxs vecinxs adultxs a contar brevemente de qué se trata el proyecto y les hagan saber que están invitados a sumarse. Se les entregará un *flyer* con información, cuyo contenido se desarrollará más adelante.

El momento ideal para hacerlo es durante la tarde los fines de semana, en los parques del barrio: Parque Ameghino y Parque de los Patricios. En ese espacio y lugar es donde las personas están más relajadas y dispuestas a escuchar.

Quienes se acerquen se presentarán a lxs vecinxs diciendo que son del grupo de teatro *Pompa*, que funciona en Brasil y Esteban de Luca. Invitarán a las personas a participar y les dirán que para quienes ingresan existe el grupo de los Pre Pompas los lunes de 19:30 a 22 horas, en donde van a aprender técnicas básicas de teatro y cómo funciona el grupo. El *flyer* contendrá una foto de buena calidad y grupal de Lo que la peste nos dejó, y quien lo entregue explicará que si la persona se suma podrá

actuar en esa obra más adelante si así lo desea. Se les hará saber que si quieren participar solo deben enviar un mensaje a la dirección de Facebook que aparece en el *flyer* para avisar. Si ven que hay buena predisposición de quienes escuchan también pueden mostrarle un video institucional del grupo desde el celular de quienes que realizan la volanteada.

El volante respetará el manual de estilo establecido anteriormente y contendrá: de un lado el nuevo logo de los *Pompa*, con una foto grupal y nítida de *Lo que la peste nos dejó*. Del lado de atrás se incluirá una grilla con los proyectos y sus horarios. Arriba se incluirá ¡Sumate! de manera destacada. Abajo de la grilla se indicará inscribite en: FB/@pompasteatrocomunitario y se mostrarán también el link a la web pompapetriyasos.com.ar/ y la dirección física: Brasil y Esteban de Luca.

Si la volanteada se realiza en época de funciones, los miembros motivarán a quienes reciben el *flyer* a ver la obra, ya que como se explicará a continuación servirá para que comprueben la calidad de las producciones del grupo y funcione como impulso para sumarse al proyecto. En este caso el *flyer* incluirá una foto de la obra y los datos sobre lugar, horario y la aclaración sobre la forma de pago, es decir si es entrada a la gorra o con entrada y necesidad de reserva previa vía mail.

Obras: Motivar a las personas a sumarse a los Pre Pompas

Las obras servirán para fomentar el ingreso de personas a los proyectos, ya que como pudo comprobarse en las encuestas, el 100% de quienes que vieron un espectáculo del grupo opinaron que fue “muy bueno”. La intención es conseguir más espectadores, que comprueben que es de buena calidad y se sientan motivados a participar. A su vez, es importante realizar acciones concretas para convocar público, que vayan más allá del pedido a los miembros de invitar a sus amigos. Aquí se propone, como se expuso anteriormente, que la invitación se realice a partir de la distribución de volantes por el barrio. A través del Facebook se reforzará la difusión, pero debe tenerse en cuenta que quienes no los conocen no se enterarán a través de esta red, por lo que nunca debe desatenderse la volanteada.

Al finalizar la función, como se realiza en la actualidad, es necesario explicar en qué consiste el proyecto, que está hecho por vecinxs del barrio, informar que todas las personas están invitadas a sumarse y dar una indicación de cómo hacerlo.

Se debe contar que quienes quieren ingresar pasarán primero por el grupo de los Pre Pompas, que funciona los lunes entre 19:30 y 22 horas en Brasil y Esteban de Luca para aprender técnicas básicas de teatro y conocer el funcionamiento de los Pompapetriyazos. Con respecto a la necesidad planteada anteriormente del grupo de conseguir aporte económico de su público, es importante utilizar este momento para explicar que el proyecto es autogestivo y se sostiene gracias al aporte que realizan sus miembros y a lo que se recauda en los espectáculos. Sería recomendable establecer un valor sugerido cuando se pase la gorra, que sirva como guía al público.

Como se hace en la actualidad, se debe invitar al público a seguirlos en Facebook para enterarse de las novedades del grupo.

Para atraer a más personas sería conveniente que el horario de las mismas fuera más temprano. *Lo que la peste nos dejó* se realizaba a las 21 horas en un parque muy abierto, por lo que hacía frío, entre octubre y diciembre. A la misma se acercaba un público familiar, que podría aumentar en número si la función fuera más temprano, entre las 19 y las 20 horas.

Porque va lejos también se realizó muy tarde, los viernes a las 23 horas y terminaba alrededor de la 1, en su teatro, en una zona que de noche está poco iluminada. Sería más conveniente que fuera alrededor de las 21 o 22 horas.

Por otro lado, las obras se realizan sobre fin de año, en particular *Lo que la peste nos dejó*, la que convoca más público y se realiza al aire libre. Esto hace que se pierda la oportunidad de que funcione como impulso para atraer personas al proyecto, ya que si se sienten motivadas a comenzar deben esperar hasta el año siguiente para hacerlo y en muchos casos la dilación hace que no se concrete. Sería conveniente exponer sus producciones también a principio de año. Si bien sería dificultoso realizar esta obra por la cantidad de artistas en escena y la producción que requiere en el momento, el grupo cuenta con producciones audiovisuales o teatrales de menor escala que podrían cumplir este objetivo. La difusión de estas actividades, que pueden realizarse en su teatro, se hará también a través de la distribución de volantes y Facebook.

Con respecto a las obras, como se observó en el análisis, entre las dos en las que participan adultxs existe una gran diferencia entre la forma de producción y

distribución. *Lo que la peste nos dejó* se realiza en el espacio público, con entradas a la gorra y con el método de creación colectiva, mientras que *Porque va lejos* se hace dentro de su sala, se cobra una entrada económica preestablecida y se trabaja con un texto de autor. Es necesario que el grupo pueda decidir y sostener un criterio para producir y exponer sus espectáculos. Dado que la identidad del grupo no está fuertemente definida y no son conocidos por gran parte del público, esta diferencia en la forma de realizar sus obras confunde aún más a los espectadores y posibles interesados.

Web: Ampliar la información sobre el proyecto

La web será utilizada para explicar con claridad en qué consiste el proyecto artístico de los Pompetriyos, su forma de trabajo y objetivos. Se desarrollarán más adelante estos contenidos. Todo estará orientado a invitar a que las personas se sumen a participar, por lo que en todas las pestañas se incluirá un botón grande y visible que diga “Sumate” y dirija a una sección que explique cómo hacerlo.

Como se indicó anteriormente, en la actualidad la página web de los Pompetriyos cuenta con varios problemas. En primera instancia, se presentan con textos muy largos y monótonos, que además no responden a la consigna que se proponen. No jerarquizan el contenido y no hay una invitación clara a que las personas se sumen. A su vez, incluyen una carpeta institucional que es para pedir subsidios y salas y no debería estar allí, ya que la estrategia que se utilizaría con ese fin es otra, y el público al que se dirige la página no es el que podría darles subsidios.

Por otro lado, los colores que se utilizan en la misma son oscuros y distintos a los que se utilizan en Facebook y los volantes. Para mejorar el problema con los aspectos visuales de la página es importante tener en cuenta lo establecido por el manual de estilo que fue sugerido anteriormente. Los colores, tipografía, logo y fotografías que se utilicen en la web deberán respetar lo que allí se establezca, para que todas las plataformas y piezas de comunicación tengan coherencia estética y puedan reconocerse como parte de un todo.

Por el otro lado, a la hora de redactar, los textos no podrán tener más de 5 líneas. Si resulta absolutamente necesario incluir más será a través de apartados que destaquen la información importante.

La carpeta institucional no debería estar en la web, ya que no cumple ninguna función allí y confunde al público.

A continuación se desarrollará con más exactitud las sugerencias acerca de qué incluir en la página web.

Presentación del grupo: “Nuestro proyecto”

En esta pestaña se explicará en qué consiste el proyecto artístico de los Pompapetriyos. Se utilizarán fotos del grupo en ensayos, trabajando en equipo. Arriba y visible se incluirá el botón “Sumate”. Los apartados serán:

Quiénes somos: Un proyecto artístico construido colectivamente por vecinxs de Parque Patricios y alrededores, abierto a cualquier persona que desee sumarse.

Qué hacemos: Durante el año trabajamos en distintos proyectos artísticos, para producir obras e intervenciones que luego son expuestas ante la comunidad. Los temas que trabajamos son aquellos que a nosotros como vecinxs nos afectan e inquietan. Usamos el espacio público para exponer nuestras producciones porque nos parece importante defenderlo y habitarlo.

Nuestros valores: Creemos que el arte es transformadora de la persona y sus vínculos. Que si esta transformación puede extenderse a más espacios, la sociedad será mejor, más unida e inclusiva.

Nuestro objetivo: Generar un espacio donde reunirnos y estimular la creatividad juntos, para garantizar el acceso de todos al arte y la cultura.

Autogestión: Nuestro proyecto se sostiene gracias al bono contribución que aportan mensualmente nuestros miembros y el dinero que recaudamos al pasar la gorra luego de nuestras funciones. También buscamos obtener apoyo del estado y fondos privados para solventar nuestra actividad.

Historia: El grupo surge en Parque Patricios en 2002, cuando la crisis del país hizo más fuerte la necesidad de encuentro entre las personas. Nos proponíamos generar un espacio donde compartir y expresarnos a través del arte. Desde entonces nos

reunimos para crear en conjunto y formar un espacio de la comunidad para la comunidad.

Red nacional de teatro comunitario: Los Pompa formamos parte de la red que nos nuclea y permite compartir experiencias y crecer en conjunto con otros grupos de teatro comunitario de la ciudad y el país. Te invitamos a visitar la página y conocer más sobre este movimiento nacional. <http://teatrocomunitario.com.ar/>

Observación al respecto: Es importante que los Pompas insistan en aparecer en la lista de grupos de la página de la red, ya que será otra forma de difusión, y sobre todo dará mayor legitimidad al proyecto ante el público objetivo, que como se explicó anteriormente valora la asociación.

Obras

Se mostrarán fotos y se contará el argumento de las obras que realizan en la actualidad, aunque no estén en cartel. Se explicará brevemente cómo fue el proceso de composición de las mismas, para mostrar que los miembros participaron activamente en esa instancia. Se dará especial atención a *Lo que la peste nos dejó*, que es la que engloba a todos los proyectos del grupo. Cuando se encuentren en cartel, se incluirán también los datos de días, horarios, lugar y forma de pago -si es a la gorra o hay que comprar entrada-.

Se debe indicar que las obras fueron realizadas gracias al trabajo y que quienes estén interesados pueden sumarse a los proyectos para luego actuar en las obras. Se incluirá el botón “sumate” también en este espacio.

¡Sumate! Proyectos

A esta pestaña dirigirá el botón “Sumate” presente en las otras secciones.

Aquí se mostrará una grilla con los proyectos vigentes, que incluirá días, horarios y a qué edad están destinados. Debajo, se agregará un link al Facebook que diga: “Para inscribirte mandanos un mensaje”. Al hacer *click* sobre cada uno de los proyectos de la grilla podrá verse una descripción de 3 líneas que incluya sus objetivos, la forma de trabajo y el nombre y una foto de alguna práctica grupal. Se incluirá también una breve descripción y foto de quien lo coordina. Dado que se trata

de personas formadas en el campo que imparten, sería importante agregar esta información para mostrar una vez más que los proyectos se encaran con seriedad y producirán piezas de buena calidad. Se incluirán dos líneas de datos sobre la profesión u oficio de la persona y dónde estudió.

Ejemplo a partir de los Pre Pompas:

En la grilla se indicará que funciona los lunes entre 19:30 y las 22:00 y que es para mayores de 18 años. Al hacer *click* se verá la descripción que se presenta a continuación, debajo de una foto de trabajo grupal.

Pre Pompas: Espacio para lxs adultxs que quieran incorporarse a los Pompa. Trabajaremos técnicas básicas de teatro, como uso del cuerpo, el espacio y la comunicación con los otros en escena. Se explorará el método de la creación colectiva, con el que compondremos una escena que será expuesta ante los demás compañeros y compañeras a fin de año.

Debajo figura una foto de quien coordina, sonriente y con actitud abierta. Se agrega: Coordina María Pérez. Profesora de teatro egresada de XXX. Forma parte de los *Pompa* desde 2009.

Premios

Dado que el grupo ha recibido premios y reconocimientos por su labor, sería importante incluirlos en la web para reforzar la idea de buena calidad artística que se busca resaltar.

Se presentará la sección afirmando que todo fue posible porque se trabajó en equipo y gracias al aporte de lxs vecinxs y la comunidad. Que se pueden lograr muchas cosas trabajando unidos.

A continuación se presentará una lista de los premios, donde se indicará el nombre del mismo, qué institución lo otorgó y se describirá brevemente de qué se trató el proyecto o espectáculo reconocido. Se mostrará una foto grupal del momento en el que se recibió el premio.

Una vez más, se incluirá visible el botón sumate.

Facebook: Mantener al público actualizado y convencer a lxs indecisxs

Este medio se utilizará para mantener al público informado sobre actividades diarias, obras y proyectos. Debe tenerse en cuenta que con este medio se llegará a las personas que mínimamente saben que existe el grupo y tienen algún grado de interés. Es por eso que aquí se perseguirá el objetivo de convencer a quienes no se deciden a sumarse a los proyectos.

En la actualidad, como se explicó anteriormente el Facebook de Los Pompapetriyazos cuenta con varios problemas. En primera instancia, al buscar el nombre del grupo aparecen tres páginas posibles. Todas son de ellos, aunque la que usan activamente es la *fan page*. Por otro lado, no respetan un estilo estético unificado, las fotos a veces son de mala calidad y los textos que las acompañan no aportan información relevante sobre el grupo ni sus proyectos. A su vez, cuando informan sobre un evento o invitan a las personas a sumarse a una actividad, lo hacen con muy poco tiempo de anticipación. Las publicaciones raramente remiten a los proyectos, a veces publican una grilla pero no agregan una descripción acerca de los mismos. En lugar de esto difunden más las obras, sobre las que tampoco agregan información, ni explican cómo fueron hechas.

Para poder aprovechar este medio al máximo, en primera instancia es necesario conservar sólo la *fan page* y eliminar las otras dos páginas que tienen el nombre del grupo. Para hacerlo conviene establecer un período de aproximadamente un mes, durante el cual se informará a los seguidores que la página que deben seguir es la *fan page*. Pasado este tiempo se eliminará la cuenta.

A su vez, es necesario que todas las publicaciones que allí se hagan respeten el manual de estilo del grupo. Se debe informar sobre las actividades y espectáculos al menos con una semana de anticipación, preferentemente generando eventos de Facebook que enviarán recordatorios a lxs interesadxs.

Las publicaciones en el Facebook estarán siempre orientadas a convencer al público de que se sume a los proyectos. Se incluirán posteos en los que se describa el trabajo que se realiza en los mismos y fotos de los participantes en los ensayos. Incluso cuando se invite a ver las obras, se debe agregar que la misma fue compuesta gracias al trabajo colectivo que se produce en los proyectos, y dejar claro que las personas pueden sumarse y ser parte del espectáculo la próxima vez.

En esta plataforma se publicarán imágenes en las que se vea el trabajo grupal en los ensayos, y se procurará que las mismas sean siempre de buena calidad. También se realizarán posteos con información acerca del grupo, su historia y sus objetivos. Es importante que textos que acompañen a los posteos aporten información relevante y tener claro qué se quiere lograr con el mismo. Si se está invitando a ver una obra o producción, se debe contar brevemente de qué se trata y facilitar los datos referidos al horario, la ubicación y la forma de pagar-si es a la gorra- o conseguir entradas. Si es un posteo sobre las actividades que realizan, se debe incluir una invitación a sumarse, y explicitar cómo hacerlo.

En este medio pueden incluirse videos de un minuto con testimonios de vecinxs que cuenten cómo cambió la cuadra a partir de la existencia de los Pompa, y también de los miembros, que expongan cómo llegaron allí, qué encuentran en el grupo y cómo trabajar colectivamente transformó sus vidas.

Dado que en todos los medios mencionados anteriormente se invita a que las personas se inscriban por mensaje de Facebook, es importante que estén muy atentos a la página y puedan responder en no más de 24 horas.

Por último en “información”, en el apartado “misión”, es necesario escribir el objetivo del grupo, en lugar de “sumate”, ya que no responde a la consigna.

Comunicación interna

Pre Pompas: Captar y motivar a lxs nuevxs

El proyecto de los Pre Pompas es aquel que recibe las personas adultas que buscan incorporarse al grupo de los Pompaetriyosos. Toda la estrategia antes planteada tuvo el objetivo de atraer nuevxs participantes a este espacio. Es por eso que una vez que llegan aquí se debe hacer todo lo posible para mantener su motivación para que continúen su recorrido en este proyecto, y que luego puedan integrarse efectivamente al grupo de los Pompaetriyosos adultxs. Para conseguirlo se debe intentar que se sientan cómodxs, comprendan de qué se trata la propuesta artística del grupo y que encuentren allí un espacio para participar.

En la actualidad este espacio tiene formato de clase de teatro tradicional, en el que se trabajan técnicas expresivas pero no se explica en qué consiste el teatro comunitario, cómo se gestiona económicamente el proyecto, ni se trabaja con la creación colectiva, que es el método que se utiliza luego en los ensayos de los sábados. Tampoco se generan espacios para que conozcan a los miembros del grupo del que luego formarán parte.

Esto produce que al finalizar su recorrido por los Pre Pompas, los participantes no comprendan qué es lo particular del teatro comunitario, su forma de gestión ni de composición escénica. Al terminar ese período y comenzar los ensayos de los sábados con el grupo nuevo, deben integrarse desde cero ya que no conocen a nadie. Al no conocer el método de la creación colectiva, que es lento, sienten que el trabajo “no avanza”, que “no participan” y abandonan.

Es necesario reforzar la articulación de contenidos y formato del trabajo de los Pre Pompas con la de los ensayos de los Pompapetriyosos de los sábados. Es importante que se realice un acercamiento paulatino al método de la creación colectiva y que se los integre de a poco al grupo. Para esto se debe hacer foco tanto en lo artístico como en lo social. Es decir, por un lado es necesario explicarles en qué consiste el proyecto del teatro comunitario y cómo se componen las obras, con referencias a otras producciones realizadas anteriormente para que los nuevos se sientan entusiasmados a partir de la visión de un objetivo concreto. Por otro lado, se deben generar espacios para que conozcan e interactúen con los miembros de los ensayos de adultxs de los sábados, para mantenerlos motivados en el proceso de adaptación a partir de la sociabilización.

Articulación de contenidos y forma de trabajo

La recomendación sería que el trabajo en los Pre Pompas se divida entre la práctica de ejercicios teatrales y la explicación acerca de qué es el teatro comunitario, su forma de composición y sus objetivos. En los últimos dos meses de recorrido, sería conveniente comenzar a abordar el método de *creación colectiva*, con el objetivo de crear una pequeña escena de 10 o 15 minutos que será expuesta a fin de año ante el grupo de los Pompapetriyosos adultxs. De esta forma los nuevos tendrán una experiencia en pequeña escala de cómo funciona esta técnica, y la

seguridad de que al final de ese proceso puede componerse y exponerse una pieza escénica.

Articulación a partir de la socialización

Por otro lado, para generar espacios de socialización previos al ingreso de los nuevos al grupo de los Pompapetriyos, se recurrirá a encuentros periódicos entre ambos grupos, que podrán tratarse de cenas a la canasta o momentos para compartir juegos y ejercicios teatrales. . De esta forma, además de alinear al proyecto con su objetivo de construir lazos entre las personas, se intenta promover que los nuevos al ingresar al otro grupo se sientan cómodos. La intención es que la sociabilización funcione como motivadora hasta que consigan adaptarse totalmente a la forma de trabajo de los ensayos de los sábados.

Conclusión

A lo largo de este trabajo se ha analizado la comunicación publicitaria del teatro comunitario a partir del estudio del caso de Los Pompapetriyasos. Se ha realizado un diagnóstico de la situación del grupo a partir de la pregunta acerca qué busca transmitir y lo que perciben los receptorxs. Se han encontrado desfases entre ambos discursos y se han establecido hipótesis acerca de la causa de esta diferencia. En consecuencia, se ha generado una propuesta de mejora comunicacional que se espera que acerque al grupo a presentar una imagen más cercana a la que buscan mostrar ante el público.

Se ha comprobado que los Pompapetriyasos no logran visibilidad ante el público en gran parte por no atender a la comunicación que realizan. A través del análisis aquí presentado pudo observarse que el grupo podría ampliar y mejorar su visibilidad ante el público si atendiera a la comunicación que realiza.

Los problemas centrales encontrados en la comunicación que realizan los Pompapetriyasos podrían resumirse en:

1-No realizan un diagnóstico de su situación comunicacional, por lo que no saben en qué situación se encuentran antes de emprender la tarea de publicitar su actividad. Esto los lleva a tomar decisiones desacertadas, como consecuencia considerar, por ejemplo, que en el barrio ya son conocidos y que por lo tanto necesitan expandir su proyecto hacia el exterior del país. Realizar una investigación previa sobre la situación real en la que se encuentran les permitiría advertir que es muy bajo el porcentaje de vecinxs que los conoce, y que por lo tanto deberían primero asegurarse de llegar a este público.

2-La no planificación de la comunicación: El grupo no emprende esta tarea con la definición previa de sus objetivos, público al que se dirige, resultados esperados, y medios más acordes para conseguirlos

2-La falta de una identidad clara: Los Pompapetriyasos muestran dificultades para expresar quiénes son, qué hacen, a quienes se dirigen tu tarea. A su vez, lo que buscan transmitir como esencial del grupo, que sería que las personas que allí

participan forman parte de algo, no coincide con lo que perciben los miembros nuevos, que sienten que no tienen un rol importante y en consecuencia abandonan.

Se presentó propuesta orientada a intentar solucionar estos problemas, que fueron armadas en base a un diagnóstico realizado con encuestas en el barrio y entrevistas a lxs participantes.

Se presentaron sugerencias acerca de objetivos de comunicación externos e internos medibles, un público objetivo y un posicionamiento para el proyecto. Se describió la identidad del grupo y se realizaron propuestas con respecto al nombre y los elementos gráficos. Se realizaron propuestas de medios y el uso de los mismos, y se presentaron posibilidades de mejora en los contenidos y la forma de desarrollar los proyectos que permitirían captar mejor a los ingresantes.

Este estudio podría ampliarse con la presentación de una estrategia orientada a afianzar el sentimiento de pertenencia de lxs vecinxs del barrio del grupo, que incluya la creación de la figura de *colaboradores*, es decir personas que podrían participar en el proyecto de manera no artística y con tiempos más flexibles, mediante el apoyo al grupo en distintas tareas. Por el otro, sería interesante diseñar estrategias dirigidas a generar alianzas entre el grupo y organizaciones e instituciones del barrio.

Se espera que una mayor atención a la comunicación que realiza el grupo posibilite su crecimiento y permita que lxs vecinxs de Parque Patricios lo identifiquen como el proyecto artístico que facilita el encuentro entre los habitantes del barrio.

Bibliografía

Libros

- Berman, M., Durán, A., y Jaroslavsky, S. (2014). *Pasado y presente de un mundo posible: del teatro independiente al comunitario*. Buenos Aires: Leviatán.
- Bidegain, M. (2007). *Teatro comunitario: resistencia y transformación social*. Buenos Aires: Atuel.
- Costa, J. (2009). *Imagen corporativa en el siglo XXI*. Buenos Aires: La Crujía.
- Etkin, E. (2014). *Comunicación para organizaciones sociales: de la planificación a la acción*. Buenos Aires: La Crujía.
- Sánchez Salinas, R. (coord.). (2014). *El movimiento teatral comunitario argentino: reflexiones acerca de la experiencia en la última década 2001-2011*. Buenos Aires: Ediciones del CCC.

Tesinas

- Flaks P. y Muñoz G. (2004). *Un pueblo que inspira. Teatro comunitario y popular después del 19 y 20 de diciembre de 2001*. (Tesina de licenciatura, no publicada). Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires. Buenos Aires
- Carreira, M., García, A. (2014). El Grupo de Teatro Comunitario Catalinas Sur: análisis del discurso institucional y sus cambios. (Tesina de licenciatura, no publicada). Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires. Buenos Aires
- Falzari, G. (2011) Un acercamiento al movimiento teatral comunitario. Reflexiones sobre memoria colectiva, verdad(es) y experiencia. (Tesina de licenciatura). Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires. Buenos Aires. Recuperada de: <https://es.scribd.com/document/71925359/Tesis-Gaston-Falzari-Comunicacion-Socia>
|

Páginas web

Red Nacional de Teatro Comunitario. (2017). Recuperada de:
<http://teatrocomunitario.com.ar/>

Pompapetriyasos. (2017). Recuperada de: <http://pompapetriyasos.com.ar/>

Pompapetriyasos Teatro Comunitario. (2017). [Perfil de Facebook]. Recuperado de:
<https://www.Facebook.com/pompasteatrocomunitario/>

Pompa Petri Yasos Teatro Comunitario. (2017). [Perfil de Facebook]. Recuperado de:

https://www.Facebook.com/pompapetriyasos.teatrocomunitario?ref=br_rs

Pompapetriyasos taller de percusión. (2017). [Perfil de Facebook]. Recuperado de:

<https://www.Facebook.com/pompapetriyasos.tallerdepercusion>

Los Pompas. (2017). [Perfil de Instagram]. Recuperado de:

<https://www.instagram.com/lospompas/>

Anexo

Imágenes

Anexo 1

Red de teatro comunitario

Web



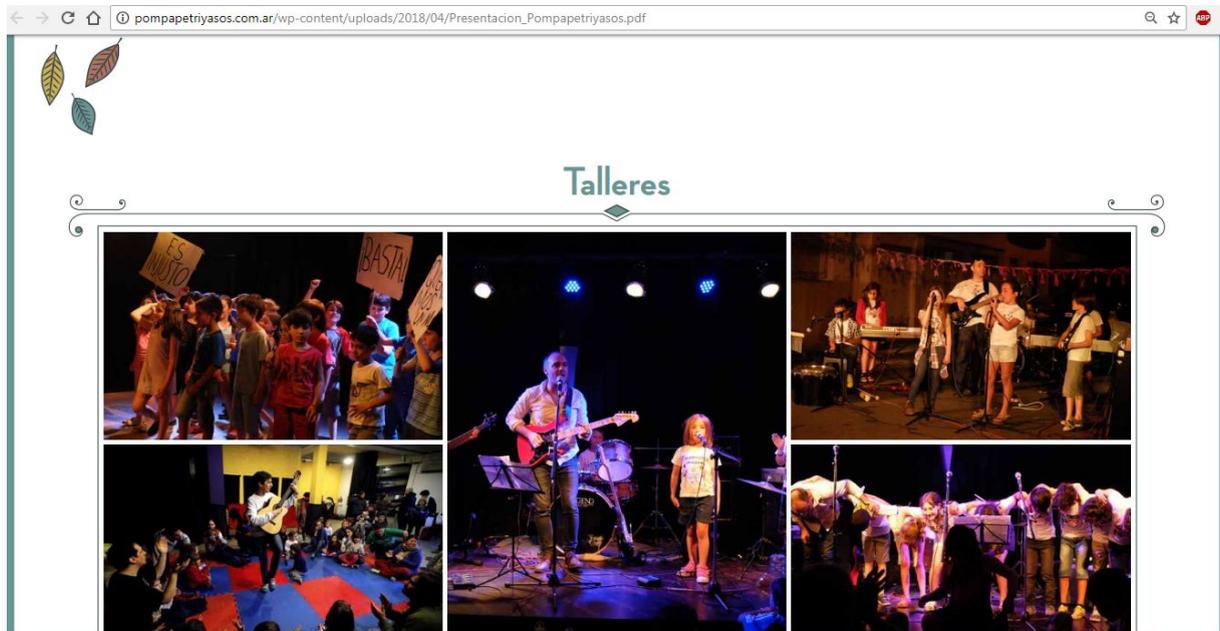
Facebook



Anexo 2

Web Pompapetriyasos

“Talleres”



← → ↻ pomapetriyasos.com.ar/historia/ ☆

POMPAPETRIYASOS QUIÉNES SOMOS QUÉ HACEMOS GALERIA CONTACTO

Barrio fue movilizado por la extensión de la línea H del subterráneo, y Los Pompapetriyasos nos vimos obligados a retirarnos del Parque de Los Patricios. Fue entonces cuando decidimos asumir el arriesgado emprendimiento de comenzar a ensayar en el Parque Ameghino, un espacio en el que no había circulación de gente, un espacio despoblado estigmatizado por su entorno y su historia. Allí había funcionado el Cementerio del Sur, es decir, el cementerio en el que se enterraron los muertos de la epidemia de fiebre amarilla durante el año 1871. Era, además, el lugar donde la gente esperaba para ingresar a ver a sus familiares presos, ya que está frente de la que fue la cárcel de Caseros, y en el que actualmente la gente espera a sus familiares internados en el Hospital Muñiz.

El 18 y 19 de Noviembre de 2006 realizamos allí el Encuentro de teatro comunitario en Buenos Aires, un fin de semana en el que participaron más de 10 grupos de teatro comunitario y más de 500 vecinos-actores.

En el 2009 y en el marco de la discusión de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual trabajamos en ¡Extra! ¡Extra! preguntas que dan vueltas que estrenamos en el 2010 en una "Jornada de Comunicación, Arte y Medios" realizada en el Parque Ameghino y organizada por el grupo para los vecinos/as del barrio. La misma contó con la presencia del periodista Eduardo Anguita como panelista y vecino. Este espectáculo se realizó, además, en febrero y diciembre del 2010 en el Espacio Cultural Nuestros Hijos (ECUNHI).

En los últimos años, Los Pompa decidimos organizarnos y conformar una organización social bajo la figura de la Asociación Civil. Esta nueva etapa está signada por el deseo de mejorar la calidad



Up

← → ↻ pomapetriyasos.com.ar/historia/ ☆

POMPAPETRIYASOS QUIÉNES SOMOS QUÉ HACEMOS GALERIA CONTACTO

Esta nueva etapa está signada por el deseo de mejorar la calidad artística de las producciones, la maduración del grupo de trabajo y la focalización en las instancias de formación y multiplicación con los vecinos. El apoyo económico recibido de parte de diversidad de instituciones (Proteatro, Instituto Nacional del Teatro, Secretaría Nacional de Niñez Adolescencia y Familia -SENAF-, Régimen de Promoción Cultural del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires) a partir del año 2008, esto nos permitió crecer mucho como colectivo. A partir de allí realizamos distintas Jornadas de Teatro Instantáneo en el Parque Ameghino y cantidad de Jornadas de Juegos con padres, hijos, tíos, primos, abuelos, nietos, sobrinos. Desde el año 2011 tenemos nuestro espacio propio y realizamos el mural emplazado en el teatro y frente a él; durante el año 2012 estrenamos Lo que la peste nos dejó espectáculo declarado de interés Cultural por el régimen de promoción cultural del Gobierno de la Ciudad. Estos 16 años de trabajo constante en el espacio público barrial merecieron un "Reconocimiento a la Trayectoria" que la Comisión de Cultura de la Legislatura de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires nos otorgó durante el año 2012.

Desde el año 2011 tenemos espacio propio, El Teatro de Los Pompa que está ubicado en la esquina conformada por la Av. Brasil y la calle Esteban de Luca y, con mucho esfuerzo colectivo logramos darle al espacio una estética convocante transformándolo en un lugar agradable y atractivo que ya es referencia de la presencia del grupo en el barrio. Hasta ese momento, quien quería participar tenía que rastrearlos en los lugares y en los momentos de ensayo o puesta en escena, ahora simplemente tiene que tener ganas de entrar al teatro y ver qué pasa. Este cambio nos generó un impacto fuerte en la convocatoria de los/as vecinos/as y en los modos de participación de este colectivo. Se acercaron cantidad de adolescentes, adultos y niños



Up

POMPAPETRIYASOS

QUIÉNES SOMOS

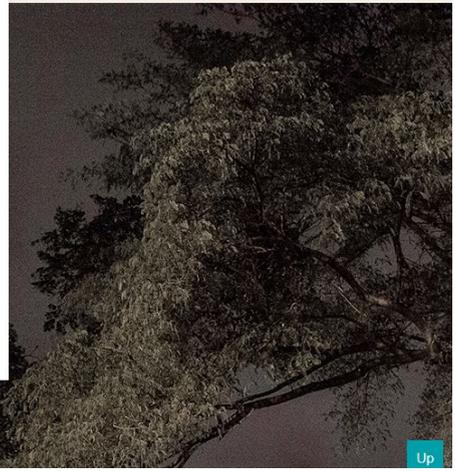
QUÉ HACEMOS

GALERIA

CONTACTO

Buenos Aires nos otorgó durante el año 2012.

Desde el año 2011 tenemos espacio propio, El Teatro de Los Pompa que está ubicado en la esquina conformada por la Av. Brasil y la calle Esteban de Luca y, con mucho esfuerzo colectivo logramos darle al espacio una estética convocante transformándolo en un lugar agradable y atractivo que ya es referencia de la presencia del grupo en el barrio. Hasta ese momento, quien quería participar tenía que rastrearlos en los lugares y en los momentos de ensayo o puesta en escena, ahora simplemente tiene que tener ganas de entrar al teatro y ver qué pasa. Este cambio nos generó un impacto fuerte en la convocatoria de los/as vecinos/as y en los modos de participación de este colectivo. Se acercaron cantidad de adolescentes, adultos y niños a partir de la amplia oferta de talleres de producción artística (Teatro y música, movimiento, bandas musicales, realización de máscaras, fotografía, plástica, realización de audiovisuales) que permitieron socializar esta diversidad de lenguajes. Tal es así que aproximadamente pasan por el teatro 500 personas por semana que participan activamente de esta propuesta de creación colectiva.



Up

Anexo 4

Logos

Facebook



Instagram



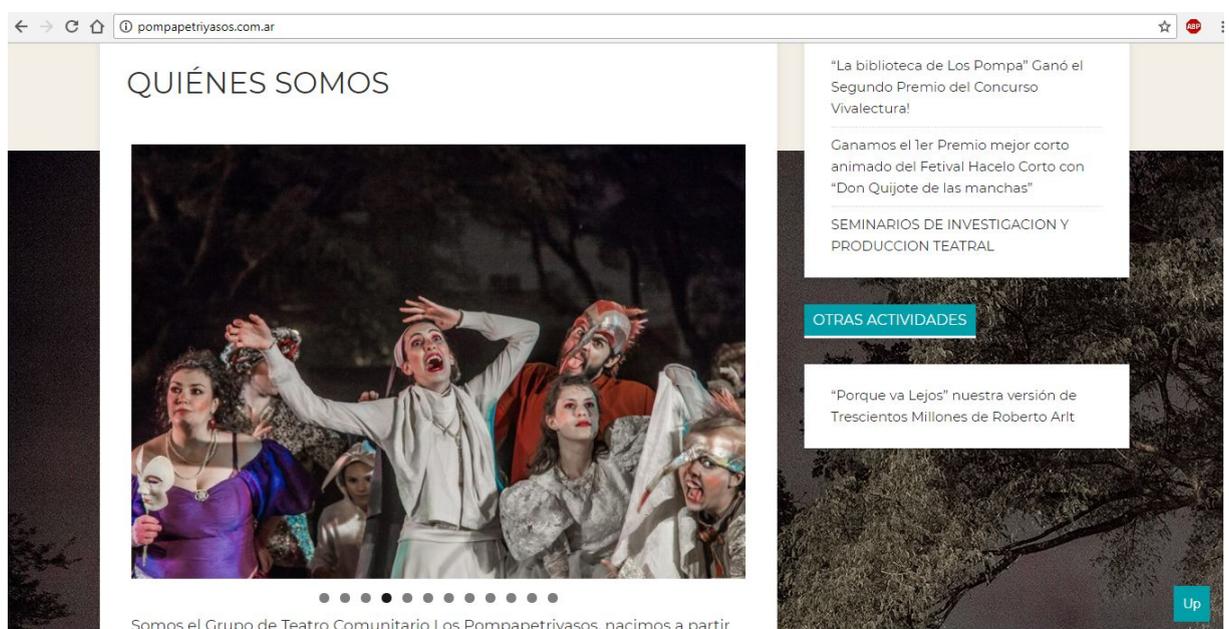
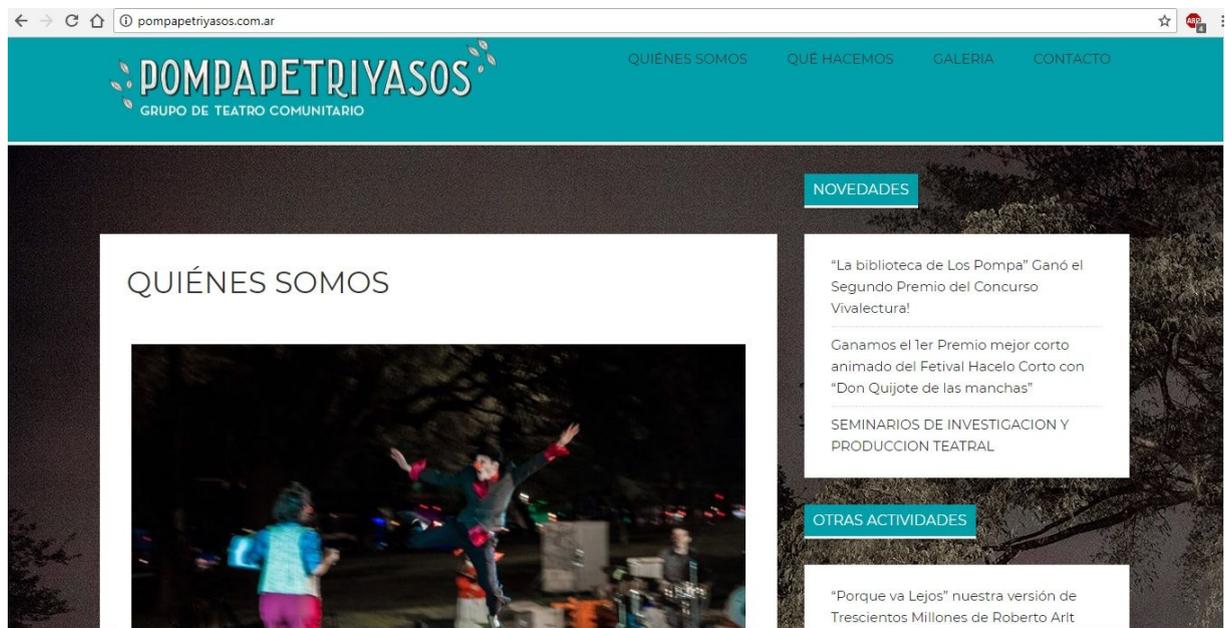
Web



Anexo 5

Gama cromática

Web Pompapetriyasos



Salón Pompapetriyasos



Anexo 6

Tipografía

Publicaciones en Facebook

LA SEMANA DÍA A DÍA
EN LOS POMPAPETRIYASOS

◆ ◆ VIERNES ◆ ◆

17:30 - 19:00 HS.
Teatro y plástica para chicos
de 4 y 5 años

18:00 - 19:00 HS.
Banda para chicos
de 6 años

19:00 - 20:30 HS.
Teatro y plástica para chicos
de 8 a 10 años

19:00 - 20:30 HS.
Banda para chicos
de 9 a 12 años

DOMPA PETRIYASOS BRASIL 2802 (esquina Esteban de Luca)
lospompapetriyasos@gmail.com
f /pompateatrocomunitario @pompapetriyasos
>> TEL 4308-1965 <<
www.pompapetriyasos.com.ar

Video

Es seguro | <https://www.facebook.com/pompasteatrocomunitario/videos/1061982400619176/>

Buscar

Inicio



el sueño colectivo
hecho realidad

Me gusta Comentar Compartir

Buen Lunes!

Pompapetriyazos Teatro Comunitario
hace aproximadamente 2 meses

Hola! Hoy arrancamos una semana nueva y en Los Pompa todavía quedan algunas vacantes disponibles en los Proyectos Lunes...
Ver más

32 19 veces compartido 385 reproducciones

Me gusta Comentar Compartir

Comentarios A continuación

"Porque va lejos" Nuestra versión de Trescientos...
Pompapetriyazos Teatro...
848 reproducciones

Teatro y plástica para 4 y 5 años
Pompapetriyazos Teatro...
460 reproducciones

Escribe un comentario...

Anexo 7

Carpeta institucional en página web

← → ↻ 🏠 pompapetriyasos.com.ar

POMPAPETRIYASOS

Fortalecer los lazos entre los vecinos.

Socializamos distintos saberes técnicos orientados a estimular las capacidades creativas de los participantes.

Promovemos la participación comunitaria y la integración de niños, preadolescentes, adolescentes y adultos del barrio de Parque Patricios y de todos aquellos que quieran sumarse a las actividades planificadas y orientadas a la intervención artística del espacio público.

Estimulamos el encuentro entre personas de generaciones, extracciones sociales, procedencias y profesiones diferentes promoviendo el intercambio, la comunicación, el reconocimiento y el respeto por la diversidad dentro del grupo de teatro y en los espacios de trabajo.

www.youtube.com/channel/UCTTZGkx3Wuwp_znhJy_RDA

[Ver carpeta institucional \(Español\)](#)

[Ver carpeta institucional \(English\)](#)

f t g+ + 32

Up

← → ↻ 🏠 pompapetriyasos.com.ar/wp-content/uploads/2018/04/Presentacion_Pompapetriyasos.pdf

Presentacion_Pompapetriyasos.pdf 40 / 41

CONTACTO

Cómo podés colaborar con esta Asociación
Dado que somos una Asociación Civil sin fines de lucro autogestionada y gran parte de nuestro financiamiento depende de subsidios estatales, tu ayuda es fundamental para poder seguir trabajando juntos para que el arte sea un derecho para todos y no un servicio para pocos.

Dónde nos podés encontrar
www.pompapetriyasos.com.ar
f Pompapetriyasos Teatro Comunitario
✉ lospompapetriyasos@gmail.com
@lospompas
@pompapetriyasos
☎ 54 11-43081965
🏠 Av. Brasil 2802
(1260) CABA
Buenos Aires. Argentina

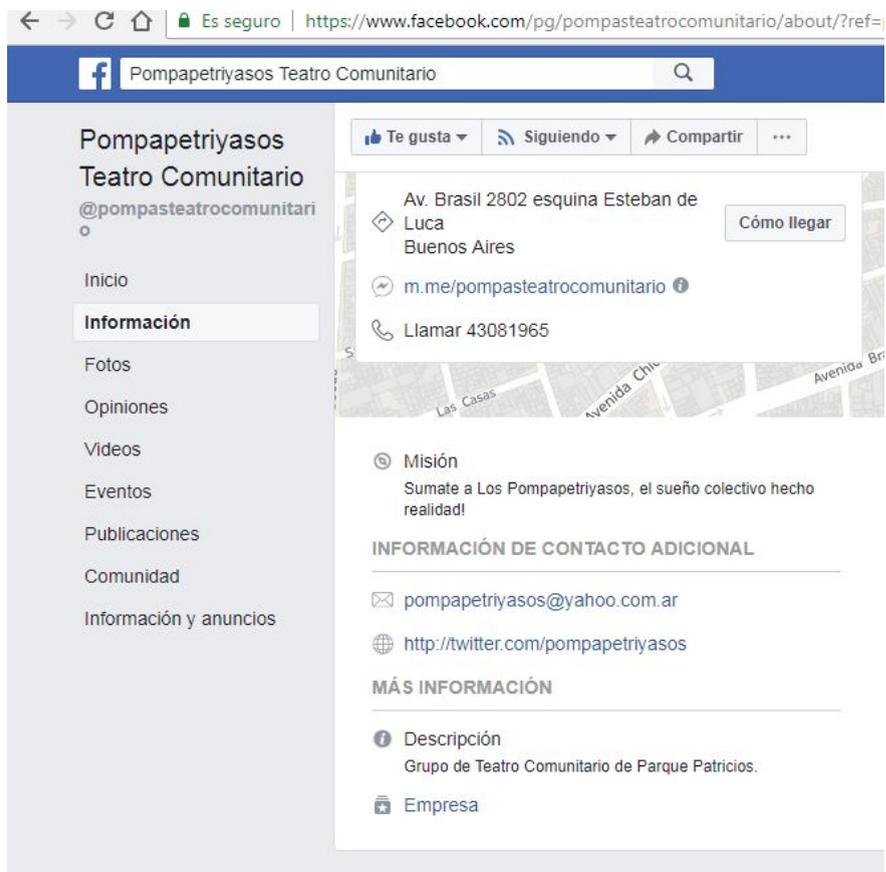
Anexo 8



Anexo 9

Facebook Pompapetriyosas

Misión



The image shows a screenshot of a web browser displaying the Facebook page for 'Pompapetriyosas Teatro Comunitario'. The browser's address bar shows the URL: <https://www.facebook.com/pg/pompasteatrocomunitario/about/?ref=...>. The page header includes the Facebook logo and the name 'Pompapetriyosas Teatro Comunitario'. Below the header, there are navigation options: 'Te gusta', 'Siguiendo', 'Compartir', and a menu icon. The main content area features a map showing the location at 'Av. Brasil 2802 esquina Esteban de Luca, Buenos Aires', with a 'Cómo llegar' button. Below the map, there is contact information: 'm.me/pompasteatrocomunitario' and 'Llamar 43081965'. The 'Misión' section states: 'Sumate a Los Pompapetriyosas, el sueño colectivo hecho realidad!'. The 'INFORMACIÓN DE CONTACTO ADICIONAL' section lists the email 'pompapetriyosas@yahoo.com.ar' and the Twitter link 'http://twitter.com/pompapetriyosas'. The 'MÁS INFORMACIÓN' section includes 'Descripción: Grupo de Teatro Comunitario de Parque Patricios.' and 'Empresa'.

Entrevistas

Anexo 10

Entrevista con Corina Buzquiaz, Circuito Cultural Barracas 13 Marzo 2017

-¿Que distingue al teatro comunitario de otros tipos de teatro?

-El teatro comunitario es un teatro de vecinxs para vecinxs. los que componen los proyectos de teatro son vecinxs y participan en calidad de tales. ¿Esto qué quiere decir? Que cualquier persona de cualquier edad que manifieste interés de participar tiene un lugar. Los espectáculos son protagonizados por ellos, si bien hay un director, hay gente idónea que lleva adelante el proyecto. No son lxs vecinxs los que tienen el rol de dirección artística o dramaturgia. Hay un equipo que está capacitado, que sabe hacer teatro digamos pero se trabaja desde la premisa de que cualquier ser humano es en esencia creativo. No es que algunos nacen artistas y otros no. creo que la el desarrollo de la capacidad artística es algo a construir en cada ser humano, y a veces depende de cuántas puertas abras, cuántas posibilidades tenés, pero en realidad es eso, lxs vecinxs siendo protagonistas de un hecho artístico. Vuelvo a insistir, los que coordinan sí son personas que saben de teatro. Otra cosa: hablando de lo que distingue al teatro comunitario. Los espectáculos no hablan de un tema de lo individual, o de un problema psicologista, siempre hablan desde un "nosotros", con un fuerte elemento territorial. Nosotros hablamos desde Barracas hacia afuera, y siendo de Barracas. Y además lo poetizamos, y construimos ficción. vecinxs construyendo ficción es un elemento potente, a veces poder imaginarse, poder ampliar el horizonte, poder decir "hay otros mundos posibles, "podemos construir con otros". Esa es un poco la premisa del teatro comunitario.

Después, sobre cómo se construye y las dinámicas: son espectáculos donde actúan muchos. No es que todos pueden participar pero a la hora de actuar lo hacen unos pocos. Actúan todos. Son espectáculos numerosos, en los que actúan 50, 60, 70, hasta más actores. Esto obliga a un tipo de dramaturgia, de composición interna, que es muy típica del teatro comunitario.

Después, son proyectos autogestivos, en los que somos totalmente independientes. No dependemos de un gobierno o de un estado, o de un privado. Te aclaro esto porque mucha gente pregunta "¿Esto de quién es?" Refiriéndose a la sala, al circuito. Es difícil imaginarse que lxs vecinxs se puedan organizar, y decir "en mi tiempo libre puedo hacer un montón de cosas, pero decido hacer esto". Este lugar es una asociación civil sin fines de lucro, y nosotros a partir de esta constitución legal podemos pedir dineros públicos, porque creemos que nos pertenecen: los destinados a cultura, a desarrollo social. Nosotros recibimos apoyo del ministerio de desarrollo social de la nación, de Proteatro, que es un organismo teatral que tiene que ver con la ciudad de buenos aires, del instituto nacional de teatro. Pero con esta característica, que es un proyecto de teatro comunitario. lxs vecinxs no cobran por actuar, lo hacen de manera amateur. Esto no quiere decir que no se cobre una entrada: en algunos espectáculos se cobra entrada, en otros se pasa la gorra, otros son gratuitos. Pero todo esto va a un fondo, digamos no es que el vecino viene actúa y se va. es una organización dónde hay un vecino que sabe de electricidad y es el que ayuda en toda la parte eléctrica. El tiene su trabajo aparte, pero dona su tiempo. Hay otro que es técnico en seguridad y nos hizo todos los planos de evacuación porque es idóneo en eso. Con eso hay veces que nos ahorramos plata, si bien hay cosas que tenemos que pagar. Por ejemplo, no tenemos un vecino que sea contador, entonces eso hay que pagarlo. Además tenemos todo un trayecto en gestionar comunitariamente. Por lo general tratamos de comprar en los negocios de la zona, de crear una economía social, asociativa, colaborativa. Los grupos de teatro comunitario no son aislados, permanentemente uno presta ayuda al otro. Nosotros cuando empezamos nos prestó ayuda el grupo catalinas. Desde todo el acompañamiento hasta dinero, o prestarnos telones, tachos. Ahora nosotros tenemos todo nuestro equipamiento pero en otro momento ayudamos a otro grupo. No estamos solos. Hay una red de más de 60 grupos en todo el país, que es la red nacional de teatro comunitario, hay una página. Es un movimiento que ha ido creciendo, que tuvo su momento de mucho florecimiento que fue el año 2001, donde a partir de muchas asambleas de vecinxs o agrupaciones vecinales que comenzaron a preguntarse de qué otra manera podían construir. Con la idea nuestra y la de

Catalinas nosotros fuimos apoyando a lxs vecinxs para que se crearán otros grupos de teatro comunitario. Cada uno también con su estilo, su forma, su estética, con su impronta de cómo nace. el circuito en particular nace porque somos un grupo de teatro comunitario, los "calandracas", que éramos seis, que vivimos en este barrio y decidimos desarrollar este proyecto.

¿Qué consideran que ofrecen a lxs vecinxs que forman parte del teatro?

Como te decía antes, la posibilidad de desarrollar la creatividad, porque llega un momento, yo creo que hasta la escolaridad, hasta el jardín de infantes, donde vos podés jugar, no se, te dan la libertad para poder expresarte. después en la escuela lo tienen como materias aparte. Con suerte si tenés teatro, pero la plástica siempre está segmentada, como a un costado. Si un vecino puede empezar a desarrollar la creatividad puede tener una mirada diferente, puede empezar a imaginarse de manera diferente su relación, primero en su casa, en su familia, con su comunidad, con lxs vecinxs de su cuadra, con la cooperativa de la escuela, con la ciudad de Buenos Aires, como ciudadano. Empieza a pensarse como un ciudadano. Creemos que construimos también ciudadanía. Pensamos que mejora la calidad de vida, esto de estar con otros. imaginarme que puede haber otro mundo posible. Nosotros lo vemos desde lo chiquito, ¿qué pasa si un día salís de tu casa y saludás a lxs vecinxs? Les preguntás cómo están o les decís, cualquier cosa tóqueme timbre. estamos en una cultura más del aislamiento, del "sálvese quien pueda". Volvimos a esta cosa de encerrarnos, con el tema de la seguridad. También hay otra cosa, en el teatro comunitario están todas las generaciones juntas. Hay pocos lugares así. Acá estamos todos juntos, hay espacios: Hay un taller para chicos, donde ellos tienen su lugar y también para lxs adultxs. Pero después en los espectáculos estamos todos juntos, y eso no es moco de pavo. Por ejemplo hay una maestra que vive en Montes de Oca, que es jubilada, que no se juntaría jamás con un pibe de esta zona, que es de gorrita, que por ahí si se encuentran por la calle esa señora cruzaría de vereda porque se asusta. Y acá están los dos juntos, charlando, cantando, actuando. Y lo mismo al revés. Por ahí ese pibe pensaba que la señora era una boluda, o una vieja tonta, y la actividad que hacemos le cambia la forma de pensar.

¿Y con respecto al público?

El público lo percibe porque lo que se busca es la excelencia en lo artístico, porque si hiciéramos espectáculos en los que termina y la gente dice... bueno, pobres, se juntaron e hicieron lo que pudieron te perdonan la vida porque son vecinxs. Pero en realidad la idea es que durante el espectáculo la gente esté pensando que son vecinxs. Está viendo teatro, está viendo ficción y está metiéndose en lo que nosotros le estamos contando. Lo maravilloso es cuando termina la obra y dicen "Waw. En ningún momento pensé que son vecinxs, o gente que no es actor profesional". A veces hay un actor de teatro comunitario que tiene más recorrido de horas de estar haciendo función que un actor profesional. Porque a veces vos ensayás una obra, está tres meses en cartel y la obra baja. Hasta que volvés a ensayar y actuar en otra. Ni hablar el tema de cobrar, porque el tema de cobrar para los actores es un temón. Con esto te digo que esta es una práctica que no está sólo ligada al tema de actuar sino a ser parte de un proyecto. Nosotros este lugar lo alquilamos, con lo que significa. Sabemos que hay que pagar el alquiler, por lo que todos tenemos que poner una cuota, todos. es más, hasta les decimos al público si quieren colaborar. Se llama "Amigos del circuito". eso va a un fondo que nos queda en un banco, y todos los meses esa plata nos sirve para los gastos. porque hablando de las cosas que NO es el teatro comunitario, no es teatro pobre para pobres. Se dice, "no, si estás en un barrio tenés que iluminarte con un tachito así nomás o un vestuario más o menos". Y creemos que no, que eso sería estafar a la gente. Buscamos todos los medios y subsidios posibles para conseguir buenas luces, sonido, todo lo que se necesita, que sea bueno.

Y además de la parte estética, ¿qué mensaje quieren que el público se lleve con cada obra?

Con respecto a la dramaturgia.. Armar una obra de teatro comunitario lleva tiempo. Con lxs vecinxs nos sentamos a pensar de qué queremos hablar. Pero a veces es difícil que eso se traduzca en una obra de teatro. Por ejemplo, yo quiero que la gente se quede pensando que no hay que discriminar de una, pensando que el que está

enfrente porque es morocho y boliviano es chorro o me va a matar. Pero bueno, ¿eso cómo lo traduzco en una dramaturgia sin estar haciendo un panfleto? La dramaturgia es un proceso donde todos tenemos claro qué queremos contar. Después está el trabajo del dramaturgo que trae disparadores, que a veces puede ser un cuento, una frase, una idea que empieza a probarla con los actores. Entonces empieza un camino donde el dramaturgo empieza a construir una dramaturgia en base a lo que va probando con los actores. Hasta que llega un momento que la obra está terminada y es la obra que se muestra al público. Y una vez que se estrena hay cosas que van cambiando, porque el teatro es con el público, y una vez que se estrena vas viendo que cosa funcionó y que otra no, entonces se modifica. Por eso es que en las obras de teatro comunitario van cambiando algunas cosas con el tiempo; no es que todo el tiempo se está cambiando, pero se van modificando.

¿Y el proceso de creación de las obras? ¿Es con lxs vecinxs cuando dicen una temática que les interesaría?

Sí, aunque hay algunos que esa parte les angustia, porque hay que bancarse, no es fácil saber qué contar. A veces vas y venís, vas para atrás; probás una cosa y después decís no, porque me gustaba la idea pero cuando lo probé no me gustó, entonces volvés para atrás y probás otra cosa. Nosotros ya hay una base de mucha gente que ya está acostumbrada a esa dinámica, de ponerse disponible y probar y decir “bueno vamos por acá y probamos por este lado”. Algunos compañeros no, prefieren “bueno cuando esté todo me llaman y me dicen dónde me pongo”, pero otros la parte de la creación les parece super rica, interesante, es muy depende.

¿Apuntan a un público en particular?

No, a los espectáculos comunitarios puede venir el que quiera. Nosotros en principio queremos que nos vea el barrio, pero a veces cuesta; hay una idea romántica del que el vecino... y a veces la gente está como muy encerrada y hasta que no ve que salió en el diario, en una nota: - hay ustedes son los que... - Sí y un montón de veces fui y te toqué el timbre, te dije “mirá somos los del circuito”... necesitan como

alguna certeza. Siempre contamos que acá en la esquina hay una farmacia... (nosotros estamos haciendo un espectáculo que se llama Anita y Mirko, hace 17 años) siempre íbamos, porque siempre vamos a comprar, y les decíamos -che cuando van a venir -si, si tenemos que ir. Se fueron de viaje a Nueva York, ponele, hicieron un tour con unos cordobeses y los cordobeses les preguntaron de dónde eran: - de Barracas - ah Barracas! nosotros fuimos a ver una obra, el casamiento de Anita y Mirko. Me dicen que les dio una vergüenza, porque no habían venido. - Sí nosotros estamos ahí en frente. Entonces ni bien volvieron vinieron a ver la obra. Después hacemos espectáculos en la calle por ejemplo, entonces también...el público es un tema...en sí me parece que el teatro comunitario o hay espectáculos que son muy donde la gente dice "bueno, este espectáculo lo puedo ir a ver" se arma una cosa donde se sabe que no se necesita saber algo, hay obras de teatro que si no tenés una información previa te quedás afuera, porque decís "de qué están hablando" entonces creemos que hay muchos espectáculos de teatro comunitario que abren la puerta a futuros espectadores de teatro, gente que nunca en la vida iría a ver teatro, porque diría me aburro, es un plomo, no me gusta, va a ver espectáculos de teatro comunitario y por ahí les da una chance de ver otra cosa. Después está el público fanático que viene más de una vez, viene todos los años.

Particularmente acá el circuito, cómo lo podrías definir en una frase, que lo distinga de otros grupos de teatro comunitario.

Es un grupo que nace a partir de un grupo de teatro. Yo creo que tenemos un tema con la poética fuerte, si hay algo que nos distingue es la poética. La poética no del versito, sino la poética en todo, en cómo contamos, en las canciones, en las formas, tiene algo bastante particular. También creo que ahora en este nuevo espectáculo que vamos a estrenar que se llama "Barracas al fondo" nos marca mucho el territorio, estamos en un lugar que no es la zona de Montes de Oca, la zona de clase media acomodada, nosotros decimos que estamos un lugar de frontera, a 15 cuadras está la villa, y acá estamos como en un lugar de paso, como que somos Avellaneda, no por algo la gente llama por tel. y dice "¿eso es capital?" Entonces cuando te ponen en ese lugar o te dicen que esto es Barracas al fondo, si hay un

fondo es que estás como postergado o estás atrás, como que no sos visible, estás en el fondo de qué estás? Entonces con toda esa identidad jugamos. Obviamente en el circuito participa gente que es del barrio y gente que no es del barrio, pero que tiene una ligazón afectiva con el barrio, gente que vive en otro barrio, pero por algo o pasa por acá cuando viene del laburo o vivió acá en algún momento o vive en zona sur y otros porque les gusta lo que nosotros hacemos y se sienten identificados y quieren estar acá.

Algo que caracteriza al teatro comunitario es la música, las canciones, ¿Por qué?

Porque imaginate que en espectáculos donde actúa mucha gente, a veces una canción es una síntesis de lo que querés decir en algún momento. Además la potencia del canto colectivo, 100 personas cantando ya te digo que te emociona y gente de todas las edades, además porque el canto es algo vedado, como que no somos un pueblo que cante, salvo con las profesoras de música que te agarra y te dice que no sabes cantar, porque no cantaste en el tono que ella te dio y te puede frustrar para toda la vida y da mucho placer cantar, y cantando se comunica un montón. En los espectáculos siempre lo que queremos es comunicar algo, son vecinxs que quieren comunicar algo a otros, ese es el objetivo. No quiere decir que queremos que todo sea así, bueno es nuestra forma, y bueno decimos “tenemos esto para decir”, nosotros siempre decimos que este no es un lugar que hacemos esto porque somos buenos o somos hippies, el amor y qué sé yo, no, es una construcción política. Nosotros no hacemos política, el teatro comunitario no tiene ninguna afiliación política, no tiene ninguna participación política partidario, nunca se puede poner en ningun lado porque en la comunidad está todo, pero sí somos conscientes que hacemos política, es una construcción política, porque cuando se juntan 80 y van a hacer tal cosa, la forma en que te organizas y lo que proponés y decís “ustedes tienen la palabra”, ya estás haciendo política, pero no partidaria.

Vamos con la parte de comunicación...

La parte de comunicación...yo soy la que se encarga.

La comunicación interna...nosotros manejamos mucho la comunicación así, directa, todo el tiempo están las cosas de manera horizontal y siempre estamos diciendo “lo que vos te enteres decíselo al otro y al otro” y cuando tenés un problema lo tenés que plantear. Por supuesto tenemos un correo electrónico, yahoo, tenemos un grupo de Facebook para comunicación interna, pero somos hiper cuidadosos. Estamos haciendo militancia contra los grupos de Whatsapp, a veces la palabra escrita que queda, puede llegar a ser mal entendida, por eso siempre tenemos mucho cuidado. Yo siempre cuento la anécdota que vinieron también de la carrera de comunicación un grupo que hizo como una pasantía sobre comunicación interna, entonces proponían cosas que les tenías que decir, “paren, paren” decían: “bueno quieren mandar un mail... juntemonos a discutir”, me acuerdo de la palabra discutir. Y les decía que nosotros no podemos discutir, que nos juntábamos a charlar, a conversar, porque es fuerte discutir, porque la gente quiere participar de un lugar donde no se discute, después discutís, obvio que discutís, pero por ahí en la palabra escrita no ponés la palabra discutir. Porque aparte es tan fuerte el bombardeo comunicacional, entonces siempre tratando de informar, pero no es que nos estamos comunicando, el ida y vuelta no es ni por las redes, ni por Whatsapp, yo tengo el Whatsapp de todos mis compañeros, porque dirijo el casamiento de Anita y Mirko, pero me resisto a los grupos de Whatsapp. Por ejemplo el año pasado, siempre hay grupos que empiezan, son nuevos y obvio estamos en el momento top de los grupos de Whatsapp e hicieron un grupo de Whatsapp... se arman unas galletas, está el que a la mañana empieza: “hola cómo andan” y mandan cosas. Entonces yo les dije muchachos cuidado, porque por ahí mandás una cosa que le hiere al otro y después te tenés que juntar, obvio cada uno es libre y hagan lo que quieran, pero tengan los grupos de Whatsapp para organizar ir a la parrilla de la esquina o si quieren ir a bailar a quilmes, lo que sea, pero no para el trabajo organizativo, para comunicarnos cosas, para ponernos de acuerdo, eso hagámoslo de otra manera.

¿Qué cambios ves en la comunicación externa?

La comunicación externa es otra cosa. Nosotros el año pasado al cumplir veinte años hicimos toda una renovación, del logo, la página. Tenemos pagina de Facebook, twitter. tenemos ahora un sistema que cuando publicás en Facebook se replica en twitter. No tenemos otras redes, sólo esas. Después lo que hacemos es a cada persona que viene le pedimos el mail, aunque ahora eso está como caduco. Tenemos el envío de correo masivo, que pagás y se envía. Tampoco los atosigamos, pero cada 15 días les mandamos información. A esta altura no sé quien lee emails. Me parece que ahora el Facebook es lo más potente. Trascendiendo el tema medios, hay una cosa ideológica por la que los grupos de teatro comunitario no tenemos agente de prensa. Creemos que no podemos competir con grupos de teatro independiente, u otros que necesitan si o si porque por ahí están 3 meses en cartel y después quieren ganarse un premio... nosotros vamos por otro lado. generalmente la nota que tenemos es porque al periodista le llega y dice uy mira, esta gente en barracas está haciendo tal cosa. Últimamente no te voy a negar que a veces necesitamos que nos levanten una gacetilla, pero está durísimo, está difícilísimo, muy cerrado. Tiempo argentino el año pasado le hizo una entrevista a Ricardo Talento que es el director del circuito y es un tipo que tiene además muchísimo recorrido y muchísima conceptualización acerca del teatro comunitario, lo hizo ir hasta allá, le hizo la entrevista y nunca le publicaron la nota. No es clarín solo, de todos lados está difícil. Nosotros no le pagamos a alguien para que nos haga la prensa. Tenemos un compañero que ahora no está participando el el programa de Peicovich. El sábado habló en el programa nuevo de la negra vernaci y no paraba de sonar el teléfono. Porque además actuó, hizo de Mirko, ahora no está viniendo más. Siempre decimos que lo nuestro es el boca a boca, Lo nuestro no, casi todo el teatro argentino es así. Vos podes verlo en el diario pero si no viene alguien que vos sabes que te puede tirar una data vos no vas a venir. tiene que tener algún rebote en algún lado. a nosotros el boca a boca es lo que más nos ha resultado. Pero el medio refuerza. a nosotros cuando empieza la temporada nos viene bien eso. Porque vos por ahí estás en una reunión y alguien te habla del circuito y te queda ahí... después lo ves en el diario y decís ah de esto me hablaron y ahí averiguas.

Si la comunicación pudiera mejorarse, ¿cual seria el objetivo que a ustedes les gustaría cumplir con eso?

Que más personas conozcan. lo que te decía, que si les hablan de esto sepan cómo llegar ahí. a veces te hablan y te queda, pero no lo ves.

¿Que más personas conozcan el circuito, que más vengan a ver las obras, o que conozcan más al teatro comunitario en general...?

Todo eso.

Acerca de los personajes... ¿Cómo están asignados? ¿Son fijos?

Nadie es dueño del personaje. Pero tampoco es que todos pueden ser cualquiera. La democracia no está en lo artístico. Lo horizontal está en lo organizativo. porque si dijéramos que todo tiene que ser así cada ensayo sería una asamblea para saber por donde entra o sale un actor o si ponemos una bandera roja o verde. el coordinador escucha pero no es que se hace un debate sobre lo artístico, hay quien decide. Con los personajes pasa lo mismo. En el teatro comunitario a nadie se lo expone. Cuando digo que hay gente que nunca hizo teatro, es de a poco. los procesos son diferentes. hay compañeros que llegan y a los 3 meses ya están actuando, porque es como capas que se le van cayendo y descubre que aunque nunca hizo teatro en su vida lo tenía como una cosa que quería hacer y descubre un mundo. hay otros que no. entonces con respecto a los personajes, siempre hay versiones. nosotros tenemos un espectáculo que está todos los sábados. tampoco esto es una obligación, tiene que ser un lugar al que vengas porque tenes ganas de estar y que no se te malogre lo familiar, o tu novio o el trabajo, lo que sea. hay compañeros que pueden venir todos los sábados a actuar y otros cada quince días. entonces se comparte el mismo personaje. y hay versiones. hay 3 o 4 versiones de anita y de mirko. y además hay muchas situaciones corales, y eso ayuda a que haya un cierto cuidado para que no haya tanta exposición. Compañeros que sí pueden lograr en una escena tener mayor exposición, poder decir un texto solos, y hay otros que están más en lo grupal, para desde ahí... porque cuenta un montón lo grupal, no

es que están escondidos. a veces es necesario que ese grupo se potencie. Eso se trabaja, desde la formación pedagógica de lxs vecinxs.

Bueno, muchas gracias seguramente más adelante volveremos con más preguntas...

Sí, nosotros siempre les decimos que vengan a ver lo que hacemos. Siempre que vienen de facultades les recomendamos que primero vean y después hacer la charla. Por una cuestión de que tiene mucho que ver con el hacer. nosotros primero hacemos y después conceptualizamos. Es interesante que ustedes lo vean, si pueden venir a ver el casamiento sería bárbaro.

(...)

Anexo 11

Entrevista profesorxs y coordinadorxs Pompapetriyasos, 5 de Abril 2017

Pompa 1: (...) Nosotros ahora con lo que nos estuvimos manejando es una forma de trabajo como de monotributistas digamos. Pero el tema es que ahora hay como un recorte grande de presupuesto, de hecho lo que hoy nos están por otorgar es menos de lo que nos otorgaron hace dos años atrás. Entonces ahora estamos buscando otras estrategias para buscar nuevos apoyos, justamente cuál es la movida publicitaria para generar otros aportes.

¿Ustedes tienen algún tipo de figura de colaboración, un grupo de particulares?

Pompa 1: No, lo único que tenemos como forma de ingreso es como un bono contribución que se paga por cada proyecto/taller.

Claro, son solo los que participan.

Pompa 1: Sí, los que participan, que antes era de 200 y ahora lo aumentamos a 300 pesos. Sirve para el alquiler del lugar, etc. y se pagan esas cosas y muy poco, un pequeño porcentaje para cubrir algunos sueldos, pero no alcanza para mucho más; así que por eso estamos en la búsqueda de qué otras maneras suplir eso que ya no va a estar este año, pero sí, tenemos que buscar estrategias, para buscar otras formas de sustentabilidad para el proyecto. En un momento hicimos remeras, pero no funcionó como esperábamos y después hicimos como un bufet en invierno, pero son todas cosas chiquitas digamos. Y por eso este año es que estamos un poco preocupados. Por eso hay que encontrar la manera de llegar a más personas, lo que se busca todo el tiempo es que se multiplique el proyecto para que llegue a más personas.

¿Cómo funciona el grupo? Porque vi que hay varios talleres, y después ¿todos forman parte del teatro comunitario? o ¿podes estar en el taller y después no estar en el grupo?

Pompa 1: Todo es parte del teatro comunitario, y de hecho no los estamos llamando talleres, sino proyectos. Por ejemplo en el proyecto de bandas se hace un recital, y se llega a una producción en cada proyecto. Los viernes es un grupo que coordino yo, es un colectivo de niñxs que se trata de llegar a hacer su propia producción, como generando ellos sus propias preguntas, el proyecto se llama: los vengadores de lo injusto; qué cosas a lxs niñxs le parecían injustas; cómo se podían enfrentar y hay todo un laburo de construcción y se realizó una obra a partir de esto.

Pero no hay como un proyecto integrador...

Pompa 1: Los sábados está La Peste, como proyecto madre del grupo.

Pero también lo que se busca es que por ejemplo el proyecto de bandas que se articule con los vengadores y que toquen en la obra. Entonces que sea una banda de niñxs la que sea la banda sonora de la obra de niñxs. Se trata de buscar cruces, y hay algunos de los talleres de niñxs que están en La Peste.

Después buscamos hacer cosas que intervengan, por ejemplo, para dar mayor visibilidad en el barrio estamos pensando hacer una caravana cultural, y ahí estamos viendo la manera de articular que se sumen el grupo de los Pompas de los sábados de adultxs, el grupo madre o fundador con otras producciones, ya que lo que nos convoca es el proyecto institucional general que es: Los Pompapentriyosos.

Que lo que tenemos como identidad es tratar de tomar el espacio público, de tomarlo como algo colectivo de parte de todos, de ser una memoria colectiva.

O sea nació como un grupo de vecinxs que como acá no hay acá en el sur de la ciudad propuestas culturales en teatros, se organizaron para generar su propio teatro. Pero cuando estábamos solo en la plaza no podíamos alojar a tantos niñxs, pero ahora al estar acá empezamos a alojar esas necesidades de la comunidad y los chicos es impresionante la cantidad de chicos que están viniendo.

Pero también en la búsqueda de la comunicación está hacer entender a los padres que los chicos no están haciendo un taller, sino formando parte de este proyecto colectivo; que capaz no están en el espectáculo, pero sí en estas intervenciones colectivas en el espacio público, por ejemplo el año pasado hicimos una manifestación de payasos que salían acá en la puerta, porque tuvimos un problema con un semáforo y estaban todos preocupados, que estaba el grupo de los sábados, pero también lxs niñxs hicieron un grupo de payasos y formaron parte de esa intervención y era como que venían de la escuela con sus guardapolvos blancos e hicimos un rap en el grupo de niñxs que se sumó a ésta intervención. Entonces están conectados más en lo que tienen que ver en estas intervenciones.

¿Cómo es el tema de la comunicación? ¿Cómo se organizan?

Pompa 2: En la comunicación hay una delegada y otro compañero que es como más joven y sabe cómo es el manejo de las nuevas tecnologías y está ahora haciendo su aporte, como para comenzar a utilizar las nuevas herramientas de comunicación y cómo hacer para llegar a más gente.

¿Cuáles son los nombres?

Pompa 2: Mariana y Gaston

¿Y de qué se encargan?

Pompa 2: De todo lo que es redes sociales.

¿Saben si ellos hacen una planificación?

Pompa 2 y Pompa 1: No, se va viendo como en el momento, día a día. “Se va a abrir tal taller, bueno, cómo hacemos?, bueno mandá tal taller al Facebook esta semana, como para que se vaya sabiendo, subí algun videito o foto.

Todavía no hay una programación, una estrategia.

¿Qué medios usan?

Pompa 2 y Pompa 1: Facebook, twitter, pero no se usa mucho, pero está y hay una página que está nuevita, una página web, que desde el año pasado empezamos a diseñarla un poquito más, pero está en construcción todavía.

¿La página cómo la empezaron a armar?

Pompa 1: En realidad la página ya estaba desde el 2007, pero estaba desactualizada, con una foto muy vieja y con un logo que ya había cambiado. Entonces ahora con la necesidad de buscar otros aportes y otras cosas, no podía ser que alguien entrara y se encontrara con una foto del 2007. Igual el proyecto de empezar a diseñarla estaba propuesto desde hace 3 años, pero costó.

Pompa 3: También se usa el mail como otra herramienta de comunicación

Pompa 1: Pero para difusión no tanto

Pompa 3: Se utiliza para gacetilla de prensa, que se ocupa Mariana, que trabaja para el diario Clarín, también se utilizaron volantes, para el barrio, pero ahora estamos girando para otro lado, Facebook por ejemplo pagas un poco y ya ellos te indican desde dónde estás el número de personas que van a ver la publicación y también podés seleccionar a quienes.

¿Y esto qué resultados les trae?

Pompa 3, Pompa 2, Pompa 1: Por ahora está en práctica, es muy nuevo todo y es difícil evaluarlo. Por ahora a los talleres no llegó gente muy nueva, no? Sí muy poquito de gente nueva.

Pompa 3: Con respecto a la comunicación...es muy boca en boca en el barrio, sucede un misterio con los Pompas que nadie habla de los Pompas, pero todos en el barrio nos conocen. Todos conocen el lugar, todos conocen la movida.

El año pasado se hizo acá un espectáculo medio mersa, que vende, de revista, barato, con minas en tetas. La trajo Nestor. Estrenamos el escenario, se llamaba Locamente Ana y ahí vino todo el barrio, dos o tres funciones y no había más entradas. Venían viejos, viejas, porque vino...

Pompa 1: Algo loco que también nos sucede es que para el festival nacional de títeres, que también hacemos con Catalinas y con Barracas, de hecho ellos son los organizadores, nosotros prestamos el lugar, se redujo el presupuesto, pero nos pidieron venir acá y van a venir muchos menos, pero lo que sucede es que acá explota, se llena de gente

Pompa 3: Porque es una sede muy codiciada.

Pompa 1: Pero algo que ya está instaurado es que la gente en vacaciones de invierno vienen a preguntar qué es lo que sucede acá y en vacaciones de invierno sí viene mucho público, estamos cerca de un colegio, creo que tiene que ver con eso, ahí se mueve un montón.

¿Este festival de títeres hizo que se conociera más el grupo? ¿Se logró trasladar el conocimiento del grupo más allá del espacio?

Pompa 2: Más el espacio que el grupo, porque nadie venía a preguntar “¿ustedes que hacen aca?”

Pompa 1: Porque después de los festivales lo que pasa es que no viene mucha gente, salvo con los Pompas los sábados, no se si viene mucha gente, de niñxs capaz que sí.

Tatiana: ¿Qué dificultades encuentran a la hora de comunicar?

Pompa 3: Nosotros tenemos conocidos que trabajan en diseño, pero el problema que tenemos es la plata, mientras más plata tenes mas acceso a comunicación

tenes, a una comunicación más importante, no siento que tengamos otro problema que no sea económico. Igual también lo que pasa es que puedes poner una fortuna, en la comunicación de una obra de teatro, pero eso no nos garantiza que nos vengan a ver.

Pompa 1: La legitimación...como si fuera poco profesional.

Tatiana: ¿Desde la mirada del público perciben eso?

Pompa 3: Desde el arte en general pasa eso.

Pompa 1: Yo creo que en relación al lugar hegemónico de capital cultural, se subestima un montón incluso el teatro comunitario, nos pasó de hecho que nos convocó El Odin y yo de repente miraba, yo voy a la universidad de arte (UNA), y de repente decís “un montón de esta gente le dije un montón de veces que hacía una obra comunitaria en la plaza y nunca viene nadie de mis compañeros de universidad, si les digo que estoy en tal sala pedorra, chiquita...y ahora que viene no sé quién, estaba lleno y después te dicen “qué maravilloso esto que sucede” y vos decís sí, hace años que sucede, lo que pasa es que vos, como si esto no fuera profesional... que no lo es, pero hay algo mucho más poderoso lo que sucede, como que subestiman la calidad artísticas por no ser todos actores profesionales, pero conseguimos muchas veces mayor calidad artística que en muchas otras obras que sí lo son. A parte hablamos de un trabajo de muchos años, somos muchos y movemos mucha energía y pasan un montón de cosas mucho más poderosas que en muchos otros espacios.

Pompa 3: También algo de inexplicable tiene la convocatoria... Mauricio Kartun, teatro under, en el teatro del Pueblo...los miércoles a la noche mueve mucho más público que el teatro comercial...

Pompa 1: Pero lo que pasa es que cuenta con una legitimación del sector académico muy importante.

También lo que nos sucede muchas veces, por ejemplo cuando queremos comunicar La Peste, cómo comunicar no simplemente un espectáculo y poder comunicar que la Peste está hecha por un grupo de teatro comunitario y que eso implica que ellos pueden sumarse a participar, o con los talleres, que no es un taller, sino un grupo de teatro comunitario, como poder comunicar lo que hay detrás...

Pompa 3: De todas maneras uno se puede quejar, pero los sábados en la plaza a las 21 hs, que no hay nada, todo alrededor es oscuro, pero a partir de Octubre hasta Diciembre, van 200 personas.

Pompa 1: También lo que pasa es que todos los años hace muchos años en esa plaza, a partir de Septiembre/Octubre, hay una obra de teatro, como que es algo que no cambia.

Si pudieran describir al público al cual quisieran llegar, que conozcan el grupo, no solo como espectadores...

Pompa 3: No hay límites en eso..porque tampoco tenemos un límite nosotros en eso, en el proyecto. Nosotros cuando vamos a hacer la obra nos encanta que vengan de todos y de todos lados.

Pompa 2: De hecho una vez salimos en Página 12 y una chica de Palermo creo que era, por la nota que leyó, se acercó para ver "eh loco así que nosotros somos los malos y ustedes los buenos" que tampoco es la idea eso de la obra, pero se acercó para ver eso y después entendió de qué se trataba... A nosotros nos viene a ver mucha gente de acá, pero ya se empezó a correr la voz de otros lados, porque la idea es que vengan de todos lados.

¿Entonces geográficamente tampoco hay límite?, como se habla siempre de teatro comunitario de vecinxs para vecinxs...

Pompa 3: Eso fue un slogan que se usó por mucho tiempo..

Pompa 1: Yo por ejemplo no soy de acá, de este barrio, sin embargo vengo a preguntarme cosas acá, que también tocan mi identidad, problematizar cuál es el fantasma que tenemos del sur de la ciudad, por eso me parece que está bueno que no venga solo gente del sur de la ciudad, por qué uno piensa que en el sur está más lo peligroso...

Pompa 2: También cuál es el límite de lo que es provincia y capital... a nosotros muchas veces nos han preguntado si esto es capital...

Pompa 1: Yo no soy de capital pero también me pregunto cuál es el norte o sur, dentro de mi propia ciudad, muchas veces pasa en el teatro que uno se puede poner a trabajar con una problemática de acá particularmente, pero también mostrás la universalidad de ese problema que también pasa en otros lados...capaz esa pregunta que surge acá, uno se la puede ir a preguntar a otro lado, entonces me parece re bueno que no nos quedemos solo nosotros, los de la zona, que es lo más interesante, porque una pregunta que se hace desde acá, puede resonar a que otra gente investigue y empiece a preguntarse sobre su propia construcción...creo que quedó como viejo eso de teatro de vecinxs para vecinxs...

Por ejemplo Catalinas no va solo la gente de la Boca, pero acá necesitaríamos ese salto, por ahora no se está dando eso en nuestro caso.

Pompa 2: Sí lo que sucede ahora es que el boca a boca va generando algo más progresivo, en las últimas funciones vienen 300 personas a ver la obra... y ahí ya debe haber otros de otro lado.

Pompa 1: hay mucho trabajo territorial, pero sí deben venir de otros lados o el amigo del amigo que la vino a ver, pero ahora es muy del boca a boca, por la gacetilla de prensa alguno se debe acercar.

Pompa 2: Cuando sale alguna nota en un medio grande ahí sí se viraliza en otros lados

Si la comunicación pudiera mejorarse, ¿qué objetivo querrían cumplir?

Pompa 3: El objetivo sería multiplicar la participación en el proyecto, eso nos interesaría como primera cosa, porque que la comunicación genere que venga más público, también sería para buscar multiplicar la participación en el proyecto.

¿En qué se diferencian de otros grupos de teatro comunitario?

Pompa 3: En el tramado artístico...hay muchos teatros comunitarios que copian un modelo de Catalinas o de Barracas y la diferencia es que nosotros somos diferentes a ellos dos.

¿En qué aspecto son distintos?

Pompa 3: La forma de componer la obra es diferente, el vestuario, el lenguaje teatral; en la forma de construcción grupal, de construcción colectiva, ahí nos asemejamos, pero en la parte creativa, artística, hay diferencias tanto musical, como teatral y con los otros grupos también, porque no tomamos un modelo. Concretamente se trabaja muy a la par la música con el teatro

Pompa 2: Y la creación colectiva... se va formando entre todos, no es que solo la hacen solo lxs directorxs, ellos traen algo sobre lo que trabajar y de ahí se va laburando e improvisando, algunas cosas quedan y otras no

Pompa 3: Pero no es que viene un músico de afuera y te pone una música o inventa la letra cuando la escena está terminada, no, las canciones y las escenas se van haciendo a la par, juntas, la dramaturgia y la música se van armando juntas, esa es la característica que tenemos nosotros.

Entonces ¿el proceso de construcción de la obra cómo sería?

Pompa 2: Se va improvisando sobre algún tema y se bajan formas de cómo trabajar y algunas cosas quedan, otras no, o desde la música entra una melodía e inventamos una canción

¿Y todos tienen la misma posibilidad de tomar decisiones sobre la obra?

Pompa 2: Sí, hasta cierto punto...lxs directorxs toman la decisión final.

¿Qué factores externos creen que influyen en la cantidad de los espectadores?

Pompa 3: El teatro comunitario tuvo su explosión en el 2001 por la crisis, donde estaban las asambleas en los barrios, entonces empezaron a usar el teatro comunitario como una forma de expresión, entonces los grupos eran muy grandes, después eso bajó, entonces la forma de queja o la forma de salir del conflicto, empezó a desarticularse. El conflicto social empezó a desaparecer, pero que ahora vuelve a aparecer, de a poco. Pero con unos mangos en el bolsillo lo que empezó a pasar es que las personas empezaron a pensar “bueno tengo plata, entonces me voy a estudiar teatro en el lugar que yo quiero, o prefiero ir a ver un partido, o me voy de vacaciones..” El afuera influye en la oferta. También el barrio, acá no pasan miles de personas por la puerta, ni siquiera estamos en una avenida importante.

Entrevista equipo de comunicación Pompapetriyasos 25 Abril 2018

Pompa 1: Primero es importante que ustedes sepan qué es el teatro comunitario, qué quiere decir. Supongo que cada director ahí tendrá su librito.

Sí, eso veíamos. Cuando fuimos a hablar con los del Circuito Cultural Barracas nos dieron una definición que se correspondía más con la que está en su página web, o la que está en la de la Red de teatro comunitario. Cuando vinimos a hablar acá notamos que había una resignificación de eso. Nos parecería interesante incluir en el análisis qué es para ustedes el teatro comunitario.

Pompa 1: Hace 5/6 años que tenemos este espacio.

Claro, ¿antes estaban en la plaza, no?

Pompa 1: Sí, igual estamos en la plaza. Lo que no estamos haciendo ahora es ir a ensayar ahí. Antes en realidad esperábamos a que venga el tiempo bueno para hacerlo y mientras tanto ensayábamos en un club del barrio. Estuvimos un tiempo ensayando en un club que se llama Alverti que queda a 5 cuadras, antes en otro que queda acá a dos cuadras, antes en otro que está más allá. Siempre buscando un lugar de pertenencia pero no siempre está la posibilidad económica.

¿Y después cómo pudieron conseguir esto?

Pompa 1: El grupo estaba creciendo, no en cantidad de gente necesariamente pero sí en años y experiencia, con la necesidad de un espacio propio. Porque además lo que te pasa cuando funcionás en lugares que no son propios es que es muy difícil poder tener esto cuidado (señala vestuario), poder tener escenografía, poder armar proyectos de niñxs, de adolescentes, de adultxs como hay acá. Te es muy complicado conseguir horarios. Nos pasaba que la escenografía nos aparecía cagada por ratas, era un asco, muy difícil. Ensayabamos -igual eso era buenísimo-

porque era en condiciones rarísimas. Era un galpón en el que jugaban al fútbol los pibes, y ensayábamos entre gritos, padres, todo el tiempo era escuchar eso. Hubo un día en que el club empezó con reformas en el salón que nos había dado y ahí no teníamos dónde seguir. Me acuerdo que nos juntamos en la casa de Agustina y dijimos bueno, ¿qué hacemos? Tomemos una decisión. Ya habíamos tenido una discusión sobre el dinero...

Pompa 2: ¿Eso es cómo llegamos acá?

Pompa 1: Sí, cómo llegamos a tener un espacio propio.

Pompa 2: Sí, también estaba la discusión –yo no estaba en ese momento, pero me acuerdo que estaba- respecto del espacio público, si trabajamos el espacio público...

Pompa 1: No, no era por eso. El espacio público viste que sigue siendo... la diferencia era entre tener la plata sólo para pagar los maquillajes o salir a buscar plata para poder hacer algo y para crecer. Entonces ahí hubo una discusión y se decidió presentarse al Mecenazgo y entonces una vez que sale eso, ¿qué hacemos? ¿nos quedamos en el club o nos vamos? Y estábamos una tarde ahí sin lugar para ensayar y decidimos salir a buscar. Yo vine acá, a este lugar para verlo, era un supermercado abandonado y bueno, el lugar era perfecto en cuanto a la zona, nos venía bien, el espacio era lindo, muy vidriado...

Pompa 2: Estaba en una esquina...

Pompa 1: En una esquina, a una cuadra de la escuela, y bueno, de a poco lo fuimos armando. Fuimos sacando las cosas...

Pompa 2: Fue desapareciendo el supermercado y apareciendo de a poco el teatro.

Pompa 1: Sí, fue re de a poco, ¿viste?

Pompa 2: Sí, yo me acuerdo que cuando entré, que fue hace 5, 6 años...

Pompa 1: ¿Estaba la heladera de fiambre?

Pompa 2: Sí, la heladera acá tipo fiambrería y me acuerdo que el techo ese de supermercado, así de metal con luces...

Pompa 1: Esto (señala) estaba del otro lado, allá, viste dónde ponen los quesos y la pared de aquel lado todos los fiambres. Y bueno... así fue tomando forma de a poco el grupo, y además por otro lado vos tenés que trabajar la parte de gestión, la parte artística, y bueno, en principio era como dar a conocer este espacio al barrio desde otro lugar, más allá del que te iba a ver al parque. Entonces el grupo de a poco fue creciendo.

Pompa 2: De hecho hay gente que aún no sabe qué es esto. Si bien hay mucho trabajo territorial y acá vienen como 300 personas por semana, todavía hay gente que pasa por acá y te dice ¿qué es esto? ¿es un centro cultural?

¿Las 300 personas que vienen son por los proyectos que tienen?

Pompa 2: Por los distintos proyectos. Hay desde los de niñxs hasta los de adultxs.

Pompa 1: Igual cuando vinimos acá, cuando alquilamos este local, fue un momento fuerte, porque todos los procesos traen crisis. ¿viste? Cuando nosotros nos vinimos acá al local se fue medio grupo. Fue muy, muy difícil. Fue un momento muy complicado 2011.

Pompa 2: Sí, ahí entré yo.

Pompa 1: No, vos no estabas todavía.

Pompa 2: Sí, yo entré después de que se fueron.

Pompa 1: El primer quiebre fue cuando la mitad del grupo abandonó, que no querían limpiar, no querían hacer cosas que... bueno, había que hacerlas. Era como entrar en otra instancia. Entiendo igual que hay crisis, que las cosas traen crisis.

Pompa 2: Y de ahí sale algo.

Pompa 1: Claro, de ahí sale algo bueno.

Pompa 2: Ahora estamos en un proceso de crisis también. Veníamos, por lo menos el proceso que enganché yo, era el de "La Peste", que era... estábamos subsidiados, veníamos con un mecenazgo detrás, entonces podés no cobrar tan caro el bono contribución para los proyectos y realmente ser un poquito más transversal y hay plata para esto, hay plata para maquillaje, más allá de que hay que generar siempre más porque nunca alcanza. Y ahora estamos en un momento en el que se está desfinanciando todo eso. Ahora nos rompemos la cabeza para ver de dónde podemos sacar ideas para seguir sosteniendo esto.

Pompa 1: Igual yo creo que eso es por un lado, esa es la realidad que nos atraviesa como sociedad a todos, pero tenemos además internamente otra crisis que tiene que ver con la que se da siempre frente a un espectáculo nuevo. Nosotros cuando ensayamos el primer año, cuando estrenamos la primera escena de "La Peste" éramos 15, cuando estrenamos la versión en la que entraste vos (se refiere al compañero) éramos 20...

Pompa 2: Y al año siguiente que se estrenó éramos 50.

Pompa 1: Y vos la ves ahora y es una obra enorme, que tiene 50 personas, pero por otro lado ves que los sábados a la tarde cuando estamos ensayando un nuevo espectáculo, y ni siquiera ensayando, estamos pensando, porque hacemos una creación colectiva, entonces ahí siempre hay una crisis, un bache. Siempre pasa, que volvemos a ser 20. Es lo que está empezando a pasar los sábados.

Pompa 2: Igual por ahí son otros 20.

Pompa 1: Igual está bueno, no a todos les gusta.

Pompa 2: Sí, en este tipo de proyectos entra y sale gente, porque también exige un nivel de compromiso a veces que uno no puede, o uno puede dar hasta cierto punto. Digo, a mí me llevó años contagiarme... yo venía de hacer teatro y creí que venía a un taller de clown, a Parque Patricios, nunca había cruzado de Rivadavia para acá y a mí me costó. Empecé a venir y después ví que había que venir los sábados, los lunes los miércoles. Y yo estoy haciendo la carrera en el IUNA (UNA), digo, empieza a pasarte que vas eligiendo.

Pompa 1: Te empieza a atravesar. Me imagino que a todos nos pasó lo mismo. Yo vengo acá desde el 2008, y me acuerdo que también... yo no vine a actuar, yo quería hacer fotos, soy fotógrafa y quería hacer fotos sobre el tema e indagar... y me dijeron ¿no querés hacer la clase? Y dije ¡dale! Y estuve un año y no me animaba a actuar. Y después te vas comprometiendo...

¿Las fotos que hay en Facebook las sacaste vos?

Pompa 1: No, si yo estoy actuando. Muchas veces sí. ¿Te acordás cuando hacíamos las salidas de los 10 años, que íbamos con la torta gigante? Yo hacía un personaje que era la fotógrafa de ese grupo de payasos, de ese cumpleaños. Pero después me pasaba que me olvidaba, no quería sacar fotos, quería actuar. Entonces ahí gracias a mi trabajo pude empezar a convocar a amigos fotógrafos, que vinieran.

Sí, se nota que las fotos son buenas.

Pompa 1: Fotógrafos amigos, si hay dinero se paga y sino "gracias". Intentamos que no...

Pompa 2: Sí, intentamos que todos reciban lo que merecen por su trabajo pero no siempre se puede.

Pompa 1: Ahora nos toca una pata en la que estamos trabajando, yo estoy trabajando hace como un año y medio intentando entenderla y ahora Gastu se sumó ahí con todo un conocimiento que él tiene, que tiene que ver específicamente con las redes sociales. Nuestra necesidad en la comunicación tiene que ver con el darnos a conocer, no tanto en el territorio, no tanto para que vengan pibes a los talleres o los proyectos, sino para que se conozca todo lo que acá adentro sucede. ¿Se entiende lo que digo, la diferencia? No es que necesitamos que siga una construcción tipo centro cultural.

Pompa 2: Que se hagan visibles todas las producciones que ya existen. Más allá de sumarse a producir, es a ver cómo exportamos todo el material que se genera. Hay un espectáculo de niñxs, hay uno de adolescentes, hay bandas.

Pompa 1: Hay un proyecto enorme que contiene muchos otros...

Pompa 2: Y que a veces queda radicado en esta zona, en el sur. Tampoco es que queremos estar en el norte, pero...

Pompa 1: No, sabés lo que te empieza a pasar es que ¿cómo puede ser que en otros lados no se conozca que en Parque Patricios pasa esto? Que pasa todo esto. Vos venís caminando por la avenida Brasil y en estas tres cuadras ves tres murales del grupo que son clásicos de la pintura que están intervenidos y hechos por gente de acá. Hace dos años y pico hicimos también una muestra fotográfica con dos fotógrafos re grosos, intervenimos la parte de atrás de la maternidad Sardá.

Pompa 2: Estuvo pegado un montón de tiempo.

Pompa 1: Sí, y tuvo cierta repercusión sólo porque eran dos fotógrafos conocidos. Pero digo, nos cuesta mucho ese tipo de difusión, ese tipo de comunicación. La comunicación con el exterior. Por ejemplo hacemos un espectáculo que se llama

“Los que la peste nos dejó” en el Parque Ameghino y te voy a ser franca, vos no lo conocés. No lo conocés porque me lo dijiste recién. Y vienen 400 personas por sábado a verla. Y vos que estudiás comunicación, que estás en un ámbito universitario, que tenés vínculo con el teatro porque te gusta no tenías ni idea que esto pasaba. En eso es en lo que nosotros andamos rengos.

Pompa 2: También es una dificultad nuestra, ver cómo nos insertamos en ciertos circuitos en los que nunca entramos, en los que siempre estamos al margen. ¿Cuál es la inteligencia, dónde hay que estar? Yo laburo en teatro independiente, he hecho espectáculos y es otro circuito, totalmente... a mi me cuesta, que mis compañeros del IUNA vengan acá, me cuesta horrores. Y hace un compañero una pelotudez en una salita pedorra en medio de Once y vamos todos. Y nadie viene a la plaza, que no digo que es gratis pero es a la gorra. Pero ya les decís teatro con la palabra “comunitario” y piensan “ah bueno, voy a ver a estos chicos que hacen cosas para la gente pobre”.

Pompa 1: Sí, por ahí te pasa eso o por ahí un montón de gente te dice “que lindo, que lindo” y por ahí le insistís y viene. Y después todo el mundo te dice lo mismo “voy a venir, ¿cómo no se me ocurrió venir antes?”, -después no vienen de nuevo, entrás de nuevo en el mismo círculo-. Es muy fuerte lo que me pasó, el año pasado. Yo trabajo como editora en la revista Ñ Y me pasó que como estoy en el área de fotografía empiezo a romper las bolas a mis amigos, a mis compañeros de fotos. Che, veni, veni. “Este sábado voy”, me dijo un compañero. Vino. Terminó la obra y me dijo: “me encantó”. Me lo encontré el lunes y me dijo: “este sábado voy” y vino de vuelta, y trajo a los pibes, a sus hijos. La primera vino con su mujer, la segunda trajo también a los hijos. Y me llamó la atención, me dice “no tenía idea”. De hecho la segunda vez vino con los hijos, que vieron la de los adolescentes, que hicieron su función como teloneros antes de la peste, y también, tienen un cope y no lo pueden creer. Acá vos tenés teatro para adolescentes, donde lo que hacen es producir sus propios espectáculos con temas que a ellos los movilizan. Está buenísimo, ellos no vienen a hacer un taller de teatro con ejercicios de teatro. Vienen a hacer teatro, a producir.

Pompa 2: Digamos, se les baja una técnica para que puedan producir, para que puedan ser autónomos, para que tengan un material técnico para producir. No “a ver que siento, que me pasa” muy taller de teatro. Ellos vienen y vamos a trabajar técnicas para la composición. Y se ensaya y se entrena lo que se puede en relación a eso pero siempre el fin de cada proyecto, por eso se llaman así y no talleres, la idea es que culmine en una producción. Sino para nosotros no tiene sentido en cierto punto. Digo, está buenísimo, yo lo hago, voy a entrenar a lo de Nora Busenco, pero nosotros creemos que como grupo de teatro comunitario lo que tenemos que hacer es producir. También es cómo se generó el grupo.

Pompa 1: También el fin es que esos pibes terminen actuando en el grupo. Que se sumen.

Pompa 2: De hecho nuestro trabajo a largo plazo son los chicos que están creciendo, que vienen desde niñxs.

Pompa 1: Mi hija por ejemplo. Vienen acá desde los... como Isabela, que la veías allá, vienen desde que tienen 4 años a hacer el taller acá. Me acuerdo que estaban mi hija e Isabela acá y jugaban al supermercado. Yo decía “que asco, está todo sucio”. Ellas chochas de la vida. Después alquilamos el lugar, ellas empezaron a hacer teatro, y fueron conejillos de indias de todas las cosas que se nos ocurrían.

Pompa 2: Y están en “La Peste”.

Pompa 1: Primero con el proyecto para pibes, después de plástica, después la banda, que fue la primer banda de niñxs. Tienen un disco de rock que se llama “Los chicos del Rock”. Ahora hay como ocho bandas. O sea, todo creció como a niveles descontrolados.

Pompa 2: Sí, de hecho no entramos acá. Tuvimos que empezar a alquilar un lugar para dejar las cosas porque ya no nos queda espacio.

Tatiana: ¿Hacer funciones en otras plazas es una opción?

Pompa 1: No. Bah, si, pero no. Lo interesante es que vos vengas acá a ver la obra.

Pompa 2: Porque aparte hay algo de la plaza... no es que la hacemos ahí pero podría ser también en Parque Patricios. Es la historia de la peste y la peste nació ahí. Ahí es el cementerio de la peste. El espectáculo surgió de trabajar en la plaza.

Pompa 1: Nosotros lo hicimos en miles de lugares este espectáculo. Lo hicimos en Tecnópolis, en Catalinas.

¿Y eso no ayudó para que venga más gente de afuera?

Pompa 1: Es que viene un montón de gente. Lo que no tiene esto es la comunicación. Para nosotros el problema no es la cantidad de gente, ni el público que manejamos. No es el trabajo territorial que hacemos, ni lo cómo por dentro funciona ni lo que se produce acá adentro. El tema es...

Pompa 2: ¿Cómo lo comunicamos?

Pompa 1: Claro, ¿Cómo la humanidad se entera que acá pasa todo esto? Que no es una boludez.

Pompa 2: ¿Cuáles son las estrategias que nos convendrían?

Pompa 1: Nosotros no tenemos una página web que te vuela el cerebro, pero venís acá y te vuela el cerebro.

Pompa 2: Pero tenemos que empezar a hacer eso, hacer una buena página, bah, estamos tratando. Y para eso yo me metí ahora en redes. Yo trabajo como Community Manager en una empresa. Ese es mi laburo fijo. Ahora lo que estoy aportando desde eso es qué pautar, qué no, cuál es el crecimiento orgánico de algo,

cómo ganar “me gusta”. Porque estamos viendo que una página que tiene muchos “me gusta”, las empresas los llaman... es publicidad gratis. Mi hermana estudia comunicación y está en la parte de comunicación institucional de L’Oreal. Y ella me dice, “si ustedes tuvieran 43 mil personas que los siguen”, que para nosotros es un objetivo hiper lograble, no es que somos un grupito que se junta de vez en cuando, “las empresas irían a pedirles che usen estos productos para sus maquillajes y díganlo” porque para ellos es publicidad gratis, no les cuesta nada darnos los productos. Lo que estoy tratando yo en las redes sociales y en todo lo que viene aparejado con eso, la página web, todo lo que haga falta porque acá hay que hacer todo, es eso, es tener más alcance, ver la manera de llegar a más lugares. Por eso estamos pensando en generar contenido más allá de mostrar quiénes somos. Eso en las redes.

Pompa 1: También uno se pregunta ¿qué es lo que hay que tener para que venga acá un periodista y nos quiera hacer una nota?

Eso por ejemplo les interesaría...

Pompa 1: ¡Re contra! Porque eso genera visibilidad.

Pompa 2: O eso que me contabas vos Mari, vienen los periodistas, les encanta la obra pero no le hacen una nota. Le hacen una nota a una obra que por ahí es de 30, 50 personas. Un nicho.

Pompa 1: En Beckett.

Pompa 2: O el Kafka. No estoy desmereciendo ese tipo de teatro, me encanta.

Pompa 1: Pero es una cuestión de estatus. Como si eso fuera diferente o mejor. No es mejor ni peor.

Pompa 2: Es como que se hicieron una fama... hazte la fama y tírate a dormir. Ojo, para mi son increíbles las cosas que hacen, yo hago eso también...

Pompa 1: Hay obras buenísimas y otras malísimas, como todo.

Pompa 2: Claro, ¿cómo pueden ser las estrategias para que esto se inserte también en un circuito para que sea atractivo, o cuál es el atractivo que tiene que tener.

Pompa 1: Eso. Estrategias de comunicación necesitamos.

Pompa 2: Que se inserte en ciertos lugares que sean atractivos, o cuál es el atractivo que tiene que tener. Estrategias para que les tiente a los periodistas.

Pompa 1: Y sin perder lo que somos. Fundamentalmente, nosotros hacemos *esto*.

Pompa 2: Claro, no es que ahora vamos a sacar la palabra "comunitario"

Pompa 1: Aparte somos esto. Somos otra cosa. No vamos a dejar de ser lo que somos.

Pompa 2: No es que hacemos clown francés.

Pompa 1: No vamos a mentir ni dejar de ser lo que somos.

Pompa 2: Por eso también está bueno que vengan a un ensayo, que vean las cosas que hacemos. Está buenísimo que existan estos lugares de reunión, los re banco. Pero...

Igual si tienen alguna fecha de ensayo avísennos!

Pompa 2: Todos los sábados a las 4 de la tarde. Digo, si quieren venir a ver lo que hacemos, lo que estamos probando.

Pompa 1: Y los miércoles de 19.30 a 22 horas ensaya lo que se llama “Pre-Pompas”, que es la gente nueva que se sumó al grupo y hace como un taller previo para tener un juego previo.

Pompa 2: Claro, si nunca hiciste teatro... nosotros trabajamos con actores y con vecinxs. La idea, lo interesante es eso. Hay un conocimiento que trae el vecino que el actor por ahí no lo tiene, y el actor te trae un conocimiento más técnico que el vecino no lo tiene y ahí es lo interesante de cómo se arma.

Pompa 1: Bueno, acá sucede por ejemplo. Él es actor y yo...

Pompa 2: Vos ya sos actriz.

Pompa 1: Bueno, ahora sí, estoy hace 9 años acá...

Pompa 2: Y estudiaste en otros lados...

Pompa 1: Pero siempre a partir de acá, desde que entré acá.

Pompa 2: No sé si viste lo que estamos ensayando ahora, es una obra de Roberto Arlt, que la vamos a estrenar y sí apunta a otro público que si bien es de Los Pompa, porque todos somos Pompa...

Pompa 1: Es teatro bien bien de texto.

Pompa 2: Teatro clásico.

¿Esto sale de otro proyecto?

Pompa 1: No, parte del mismo. Comenzó como un taller de investigación.

Pompa 2: Agustina es la directora de Los Pompa. Y le dijimos, un grupo... porque también pasa eso, en el grupo masivo los espectáculos tienen otra calidad, son grandes, en la plaza, la calle, problematizamos el barrio. Buscamos otra cosa. Y lo de Roberto Arlt fue porque buscamos profundizar un poco más técnicamente. Entonces había un grupo más reducido, que dijimos bueno, nosotros queremos investigar sobre este tema. Agarramos a Roberto Arlt y estamos hace dos años con eso.

Pompa 1: En realidad Roberto Arlt primero empezó porque nosotros hace dos o tres años estamos pensando un espectáculo nuevo. En principio había sido inspirador el autor. Y después por una cosa o por otra, en general porque tenemos la urgencia de seguir con La Peste, u otra cosa, porque hacemos muchas cosas a la vez, entonces por ahí tenés que dormir algo. En realidad primero la formación empezó para los profes.

Pompa 2: Claro, se armó un taller de formadores para que todos más o menos manejemos el mismo lenguaje para bajarle a los chicos. Por ahí todos los profes venimos de escuelas distintas, o de técnicas distintas, entonces como concentrar. Agus es más de la técnica Le Coc...

Pompa 1: Además es la directora de este proyecto hace 15 años, entonces hay un trabajo muy largo, que si todos los demás que dan talleres acá lo tienen en el cuerpo es muy zarpado también. Es multiplicador.

Pompa 2: Estuvo buenísimo. Y de ese taller en el que nos juntábamos los profes, empezaron a venir otros pompas y eso derivó en ¿por qué no empezamos a investigar con Roberto Arlt para el nuevo espectáculo? Y si en vez de que sea para el espectáculo que sea para este grupo más reducido?

Pompa 1: Sí, primero hicimos una muestra con algunas escenas que habíamos hecho durante el año, y después de un año y pico dijimos, ¿seguimos así, con una

obra divagando o con una obra completa? Y armamos 300 millones, que está casi a un mes de estrenar.

Pompa 2: Que también la queremos estrenar bajo el marco de Los Pompa. Porque nos pasaba a nosotros mismos: ¿Nos abrimos de Los Pompa? Ensayamos en Los Pompa, somos todos Pompa, ¿por qué no?

¿Y esa dónde la harían?

Pompa 2: Acá. Acá adentro.

¿Es la primera vez que hacen una obra acá adentro?

Pompa 1: Nosotros sí, pero no.

Pompa 2: Nosotros sí como espectáculo de Los Pompa, pero han venido otros espectáculos acá.

Pompa 1: Aparte es un flash eso, viste que vos me decías ¿por qué no hacen el espectáculo en otras plazas? Pero si vos traes teatro acá, es zarpado lo que pasa. Una vez Esteban, el director musical del grupo, toca la guitarra y actúa en la plaza. Cuando vinieron acá nosotros hicimos un guiso de lentejas alucinante. Vinieron todos lxs vecinxs del barrio, terminó el espectáculo y le decían “gracias, gracias” y se llena. Y la gente acá... la verdad es que está bueno que el teatro no esté concentrado en el centro o Palermo.

Pompa 2: La realidad es que no hay un teatro en Parque Patricios si no es este. Digo, somos el único teatro del barrio. Bah, no sé si hay otro, pero creo que somos el único.

Sí, está bien, yo les preguntaba porque puede ser otra herramienta para darse a conocer, por eso quería saber.

Pompa 1: Bueno, entonces esa es la parte que nos vendría espectacular...

Pompa 2: No sé cuál es... bah, ¿a vos ya te contó? (habla a Pompa 1:)

Pompa 1: Me contó que estudian comunicación y que tienen que hacer una tesis, y que nos quieren ayudar con la comunicación. ¡Nosotros les tiramos todo el baruldo!

Pompa 2: (Risas) Sí, tenés todo este quilombo.

En realidad lo primero que tenemos que hacer es un buen diagnóstico, entonces nos sirve mucho lo que están diciendo. Las dificultades que tienen, los objetivos...

Pompa 1: Una cosa más te cuento. El año pasado Agustina y yo nos reunimos con dos papás que traen sus hijos acá, que también son ambos Licenciados en Comunicación. E hicimos un trabajo que realmente no nos sirvió. Además fue un trabajo que estuvo bueno... para darnos cuenta cuánto habíamos hecho ya. Hay todo un trabajo que ya está hecho. Es lo que te dije antes, lo que está adentro pasa ya. Los padres que traen a sus hijos pasa ya. La gente que viene, pasa ya. El tema es para afuera. Por eso tenemos la claridad de poder decirte esto. Porque el año pasado intentamos... y vimos, ¡no, pero la comunicación nos re funciona!

¿Con “afuera” se refieren a afuera del barrio o afuera del grupo?

Pompa 1: A todos lados. Hacerse visible. Como proyecto. Que se sepa que en Parque Patricios está este proyecto. Que en Alemania digan “Heisenburger en Argentina en Parque Patricios...” ¿cómo hacés? No sé, por ahí hay otros lugares en los que pasa esto, no sé.

Pompa 2: Y un poco a veces también dentro de Parque Patricios. Si bien hay un trabajo importante acá, ir por más.

Pompa 1: Sí, pero igualmente a mi me pasa que es un trabajo que creo que podemos hacerlo nosotros. Eso es bien del grupo.

Pompa 2: Claro.

Pompa 1: Por ejemplo ahora con la caravana va a pasar. Eso va a pasar con la semana Pompas acá en el barrio y eso va a empezar a pasar cuando tengamos más tiempo, cuando terminemos de ensayar esto y salgamos de vuelta con los payasos. Ahí ya va a haber un trabajo territorial enorme que vamos a lograr. Ahora, con respecto de la ayuda que necesitamos de comunicación es visibilidad, tenemos que ser claros con eso. Es fundamental que logremos la visibilidad hacia afuera. Para afuera sin límites.

Pompa 2: “Afuera” puede ser acá en Capital o también internacionalmente. Acá vienen...

Pompa 1: Vienen chicas de Suiza, de Holanda, de no sé qué a estudiar...

Pompa 2: De Colombia, de Brasil... ha venido gente que hace todo un análisis que está buenísimo y se lo llevan, dan un discurso en una universidad que no sabemos dónde y no nos queda nada de ese material a veces. Está buenísimo, yo me estoy por recibir del IUNA y estoy revisando todas las tesinas, las ponencias y de repente encuentro toda una tesina que habla de Los Pompa. Yo ni enterado, en la UNA. Y era, ¡Sí, esta es la canción que canto yo! Hay todo un trabajo, hasta hay una materia en la facultad que se llama teatro comunitario y está buenísimo quien la da pero por ahí no tenemos ese acceso. Por ahí también es interesante meterse en los ámbitos universitarios porque también te das a conocer.

Pompa 1: Incluso ustedes, es fuerte. Estudian comunicación y no conocían este lugar. Es una limitación importante, que tenemos que romper. Una barrera, es un paso que tenemos que dar. Viste como... pensamos estrategias pero llega un punto donde no sabemos. Esa es la pata que nosotros necesitamos.

Pompa 2: He visto que cosas que pueden servir para tener más visibilidad pueden ser redes sociales, notas en lugares que tengan visibilidad, la página web, que siempre decimos que es como el curriculum hacia cualquier lugar en el mundo.

Pompa 1: Es un flash, lo que pasa cuando te dan un espacio en un medio, que te hacen una nota. Cuando le hicieron una nota a Agustina para la revista Mujer de Clarín, o cuando hicimos esto lo de los fotógrafos que salió en la revista Viva, repercutió directamente, no sólo afuera, sino en el barrio también.

Pompa 2: Esto de que la gente decía no, yo lo ví en la revista por eso vengo a ver.

Pompa 1: Eso tiene esa repercusión, necesitamos eso, en eso necesitamos ayuda.

Pompa 2: Si, o ver qué estrategias se les ocurren a ustedes, que deben tenerla más clara que nosotros, supongo que en el conocimiento de tener más herramientas. No sé, yo soy actor, no soy Licenciado en Comunicación, hace tres años que hago Community Manager porque mi hermana me enseñó a hacerlo, más que nada por eso. Hice diseño industrial antes y más o menos algo de diseño gráfico sé, pero la verdad es que es siempre sacar de la galera para ver qué se te ocurre. Porque por ahí si uno sabe, mirá te conviene acá, no te conviene acá.

Pompa 1: Por ahí alguna estrategia.

¿Cómo manejan el tema de las redes sociales?

Pompa 2: Ahora lo que estamos tratando de implementar son cronogramas semanales o cada quince días si se puede, donde haya publicaciones programadas, y estamos tratando de hacer con distintas temáticas. Hoy, que son los quince años de Los Pompas, otra es frases de Los Pompas, que hoy yo estoy recaudando varias frases para eso. Información institucional que sería video de las cosas que hacemos, fotos de los talleres, y una cosa nueva que sería volando la peluca, que sería

compartir videos de cosas artísticas, tanto fotografía, artes plásticas, música y teatro...

Pompa 1: Para compartir, socializar el conocimiento que tienen alguno sobre ciertas áreas.

Pompa 2: Generar cierto contenido para que la página no sea “mirá, somos Los Pompas y mirá todo lo bueno que hacemos” y la gente “yo ya sé que son Los Pompas, que son unos payasos, que tienen un espectáculo, que salen, ¡basta!” Que bueno, ahí les podemos dar una frase de (autores) 42’10’’ de Galeano. De hecho, es lo que estoy haciendo ahora. Tratar de encontrar en las redes una identidad. Decir bueno, manejar una misma línea gráfica, que es lo que estamos tratando. Y para mi también algo que es importante en las redes es la continuidad, estar visibles. Sacamos un millón de fotos de una cosa, bueno no las ponemos todas juntas. Vamos una, otra el miércoles. Digamos para que siempre vos veas que cuando abris el Facebook o el Instagram “ah, mirá lo que hacen”. Lo ideal ideal serían dos publicaciones por día. Por ahora es es un montón. Ahora estamos tratando por lo menos en Instagram de que sea una por día, y en Facebook estamos una cada día por medio, cada dos días. Pero ahora estamos en un proceso más de generar el colchón de material.

Pompa 1: De pensar, de armar algo que esté bueno. Porque también te pasa que –pienso en voz alta- si ponemos frases de Galeano está muy visto, hay que pensar qué frase, qué queremos.

Pompa 2: Sí, que tengan que ver con Los Pompas también. Porque sino es “el ser es inevitable” bueno, perfecto ¿Qué mierda tiene que ver con nuestro proyecto? Yo por ejemplo te cuento, les pedí a todos los Pompas que me manden frases y vamos a ver qué resulta de eso, la idea es hacer una selección para hacer más material. Porque a veces puede ser hermosa, increíble pero primero: o suena muy de autoayuda...

Pompa 1: Nosotros no somos eso.

Pompa 2: Claro.

Sí, tiene que ver con la identidad también.

Pompa 1: Por ejemplo, ¿por qué Agustina dio taller para los profes? Todo tiene que estar vinculado con todo.

Pompa 2: Pensamos que no es necesario que sean frases de gente famosa, puede ser de gente del barrio, frases de nuestras canciones. Ir mechando, una de Galeano, una de la letra de “suben y bajan”

Pompa 1: Sí, igual Agus había dicho que ella también iba a mandar cosas.

Pompa 2: Sí, a mi me dijo que la semana que viene se sienta conmigo a ver las cosas que yo tenía anotadas, que eso también está buenísimo.

Con respecto a las redes también una pregunta. Hay dos páginas de Facebook del grupo. ¿A qué se debe?

Pompa 1: Que uno es de amigos y el otro es una *fan page*. No es que hay dos. Después hay uno que es de un taller de percusión que no sé...

Pompa 2: Eso es lo que no sabemos qué onda. Nosotros estamos tratando de migrar todo a la *fan page*. Porque es más fácil que vos digas “me gusta” algo que “me hago amigo de”. Pero lo primero que se creo fue el amigo, porque en realidad fue todo a prueba y error...

Pompa 1: Tenemos como 3.000 amigos, y recién ahora estamos teniendo 2.000 y pico de “me gusta”, entonces estamos de a poquito... y además como fórmula

estamos pidiéndole a todo el mundo que invite a sus amigos a que pongan “me gusta”.

Pompa 2: Por ahí en un momento ya después el de “amigos” irlo limitando, en el sentido de que no te aparezca, porque a mí me pasa que pongo Pompapetriyasos en el buscador de Facebook y el primero que te sale es el amigo. Entonces bueno, cómo irlo... por ahí que siga existiendo pero restringirle ciertas cosas, que no aparezca en todos lados, que aparezca sólo si lo conocés o ver la manera... eso no lo sé.

Pompa 1: Es de a poco...

Pompa 2: Si hay alguna herramienta que por ahí haga que ese “amigos” desaparezca pero se meta todo en la *fan page*.

Pompa 1: Pero viste que no podés tener una *fan page* si no tenés uno de amigos.

Pompa 2: Claro, pero ahí ya está el mío y el tuyo, podemos administrarlo desde ahí.

Pompa 1: Pero a mi me pasa... -esto es una cosa de bruta- ¿a mí me aparece que lo publicás vos porque yo también tengo habilitado?

Pompa 2: Sí, sino aparece que lo publica Pompa.

Pompa 1: Ah, porque yo me volvía loca y siempre trataba de publicar desde el de los Pompa.

Pompa 2: No, vos publicá desde el tuyo, eso sólo lo vemos nosotros. A la gente le aparece “Pompapetriyasos publicó”. De hecho si lo haces desde una computadora podés elegir desde dónde querés publicarlo. Podés elegir que yo lo publique también, pero no te conviene. Porque a veces cuando ponemos “ me gusta” yo me

“deslogueo” por así decirlo de los Pompapetriyasos y le pongo “me gusta” desde Los Pompas.

Pompa 1: Sí, eso sé hacerlo, desde el mío. Después otra cosa que empezó a funcionar es que como dejamos de compartir la publicación de pompas... cuando lo estaba haciendo yo publicaba desde Pompapetriyasos la *fan page*, pero lo compartía con el otro, entonces la *fan page* tenía 3 me gusta y la otra 180, ponele. Desde que lo único que comparto en el de amigos es “ponele me gusta” a la otra, ahí empieza a tener más me gusta la *fan page*.

¿Y la página web, cómo fue que se armó?

Pompa 1: Cuando yo entré al grupo en 2008 había una página tan mala, tan fea, tan desastre que de a poquito dejamos que desapareciera, pero era muy difícil quedarse con el dominio.

Pompa 2: ¿Hoy está en línea la página web?

Pompa 1: Sí sí. Estuvimos años intentando tener una página web. Yo confieso que en ese momento, muy despacito lo tomé y busqué alguien que me diseñe una cosa, alguien que me diseñe otra y nunca me gustó lo que hicieron. El que me había gustado una cosa que había diseñado era el hermano de Nico, el hermano de un compañero de acá que ya no está más en el grupo, pero después no tuvo constancia en hacerla. Y el año pasado se consiguió una guita para eso, y me puse a laburar, a investigar en ese mundo que yo no tenía ni media idea de cómo se hacía, nosotros trabajamos con un estudio de diseño desde hace dos años o tres, que nos hizo el logo nuevo de Los Pompa, trabajamos mucho con ellos.

Entonces el diseño se hace fuera de Los Pompas...

Pompa 1: El diseño sí. Eso trabaja un estudio de diseño. Que eso también nos trae quilombo, porque a mí me pasa que me encanta lo que hacen, es muy lindo, pero hay algo de “no tienen ni idea”.

Pompa 2: Las hojitas, y todo, está muy equilibrado, es muy lindo, pero es como “te falta un poquito de barro”, no sé si somos tan “Pipí cucú”.

Pompa 1: Sí, hay algo que le falta, siempre, los colores... no sé qué. Bueno, entonces finalmente conseguí, no sé cómo pero lo logré, el dominio y el hosting. Lo hice, yo, que no entiendo nada, finalmente lo conseguí. Y a fines del año pasado los diseñadores quedaron con todo eso. Con la hoja en blanco para trabajar. Estuvieron laburando un poco, después vinieron las vacaciones, después vinimos de las vacaciones, y ahí había que promocionar los talleres y el comienzo de año acá, y ahora que estamos un poco más equilibrados, y está Pompa 2: trabajando con las redes y yo puedo soltar un poco eso, estoy concretamente trabajando con la página. Estoy mandando el material, lo que sería el contenido a los diseñadores, estoy trabajando con los profes y esperando que cada uno me mande un resumen de cada uno de los proyectos propios.

Pompa 2: Que no se los mandaron nunca...

Pompa 1: No, igual, los pedí ayer. Pero lo que logramos... vos imaginate que cuando hace un año y medio yo hablé con Esteban y me dijo “hacete cargo de la comunicación” me dice, no sé lo que es pero lo vamos a ir descubriendo, vayamos descubriendo de qué se trata. Y bueno, uno a tuestas va armando cosas. Vamos aprendiendo haciendo.

Pompa 2: Y se va contagiando también. Ahora estoy yo. Si bien yo entré por el tema redes, también me contagio de otras cosas que surjan.

Pompa 1: El año pasado no llegamos tan locamente a fin de año y tenemos el CD de Los

Pompas, que de todo menos de grabar las canciones me ocupé yo. Que es mandar a hacer diseño, mandar a imprimir las cajitas, los cd, armarlos. Ese fue un laburo que hice yo, lo mismo conseguir que haya gente profesional filmando las muestras de fin de año.

Los videos ¿también los manejaron con gente de afuera?

Pompa 1: Sí, igual, de afuera hasta ahí nomás. No tan de afuera.

Pompa 2: Siempre es por un contacto de amigo de, la pareja de...

Pompa 1: Tratamos que sea gente que entiende de lo que se trata.

Pompa 2: Tratamos de que sea así, por ahí no lo logramos con los diseñadores...pero el del video sabe muy bien lo que hace.

Sí, están buenos los videos.

Pompa 1: Bueno entonces conseguimos eso el año pasado, tener una estructura de registro de lo que pasaba, por lo menos a fin de año. Eso nos permite ahora para la web tener material.

Vuelvo a la pregunta del diseñador. ¿Los que diseñaron la imagen de la web, son los mismos que hicieron el logo?

Pompa 1: Sí. También, viste, todo esto que te voy a decir es de vieja, de cómoda, de la vida que tengo, y ya no sé si es lo que pienso. Pero me pasa que los diseñadores están en Córdoba y Gascón. Queda... yo vivo acá enfrente, trabajo en Barracas, busco a mi hija 12.15 del mediodía en la escuela. Hay algo de eso que yo pienso que no sé si tiene que ver con mi comodidad, pero en realidad, como nosotros hacemos un trabajo territorial, y todo sucede acá, yo no sé si no estaría bueno que sea alguien más a mano y más posible. Porque a mi me pasa con los diseñadores

que cada tanto voy, porque digo tengo que ir. Ahora tengo que ir porque hay un trabajo con la web que es lindo, pero es lindo y nada más. No es “Los Pompas”. Entonces sí, hay algo que tengo que ir a sentarme ahí y sugerir.

¿Cómo hacen ustedes el diálogo con los diseñadores?

Pompa 1: Yo estoy todo el tiempo por mail. Che necesito tal cosa, che me parece que esto no, ay esto me gusta, esto más o menos, así. Por ejemplo, cuando mandaron lo del CD fue un golazo, fue al toque. Fue, “Sí, es esto” lo de la música. Los volantes a veces es “che, pero un poco más así, un poco más asá, te voy a mandar una propuesta”. Y ahí entendieron un poco mejor, papapapum. Aparte pensá que todos acá actuamos a su vez, y hacemos... Paola, que es la directora de arte de acá, a su vez está ensayando y a su vez está haciendo la escenografía en la obra esa. Y a la vez los lunes y los miércoles da clases de acá de los proyectos, después se va buscar telas al Once, va a buscar a los pibes a la escuela también...

Pompa 2: Sí, los pibes viven acá también. Todos los pibes de Los Pompa.

Pompa 1: Todos los pibes viven acá. Mi hija me odia ya, pero bueno.

Pompa 2: Y lo interesante que cuenta Mari, si bien el grupo es de Parque Patricios y mucha de la gente es del barrio, también hay muchos que no lo somos. Yo vivo en Caballito, hay otros que viven en Villa del Parque, hay de todo. De Quilmes, de Florencio Varela. Digo, el grupo si bien el grupo es de Parque Patricios y las problemáticas que plantean son del barrio a nivel de grupo de adultxs, pero los que lo conformamos no somos todos de Parque Patricios porque hay algo que –yo creo– que atraviesa cualquier barrio. La excusa es este territorio pero también es la problemática que vemos en otros lugares que la hacemos forma acá, por eso también es interesante despegar un poco de Parque Patricios para hacernos conocidos. Porque no es que somos los chicos raros de PP que hablan sobre PP. Hablamos de una problemática de todos, y el teatro que hacemos es teatro que hacemos todos. Entonces también eso es interesante. Pensar...

Pompa 1: Sí, en realidad yo respondo. Para mí lo que vos decís no es despegar de Parque Patricios, sino vení a ver y no es que vas a ver que están hablando de algo que no te va a tocar, que no vas a entender. No tiene que ver con eso. Lo mismo que pasa acá suponemos que pasa en otros lados, un poco.

Pompa 2: Siempre tiene su particularidad, de ser de acá, pero... bueno, eso.

Bueno, creo que por ahora tenemos bastante para trabajar. Está buenísimo.

Pompa 1: Aparte vinieron... no son el primer grupo que estudia comunicación que viene. No es para decirlo de una manera... no es peyorativo, para nada.

Pompa 2: Ellos no pudieron no sé ustedes (risas).

Pompa 1: Te voy a decir algo. Los chicos de comunicación que vinieron, terminaron en el grupo, bastantes.

Sí, ¡ya estoy tentada!

Pompa 1: Dos o tres, Sebastián que ahora se fue a vivir a Berlín.

No me estoy sumando porque me voy de viaje pero...

Pompa 1: Sí, varios chicos que estuvieron un par de años en el grupo.

Pompa 2: Es que uno nunca sabe porqué llega pero llega.

Pompa 1: Y si empezás a mirar, por ahora lo único que tenemos desarrollado es el Facebook, si vos ves lo que escriben los padres que traen a sus chicos acá, de lo que es este lugar y de lo que significa para los padres y para los hijos es muy

interesante. Porque no es que vienen a traerlos a un taller. Hay algo que los involucra.

Pompa 2: Y nosotros trabajamos también todo el tiempo para que eso sea así. Para que no sea “te deposito el pibe”. Vienen acá y el padre es tan importante como el chico. Y que venga, y que esté viniendo con remera, y de hecho la biblioteca la generaron padres.

Pompa 1: Los lunes y los viernes funciona en este espacio...

Pompa 2: Todas esas cajitas de colores...

Pompa 1: Se llama la biblio de Los Pompa y los chicos se llevan el libro que quieren y después lo traen. Eso se financia con un bono contribución, que compran los mismos que vienen, la gente que quiere, dona lo que puede así se puede seguir comprando libros. Los libros están buenísimos, esto lo hicimos con un compañero que no está más ahora, se fue a vivir a Córdoba, y él trajo una maestra con la que el laburaba, que con su marido tienen un proyecto que se llama “boas novas” que es una librería itinerante. Y ellos... la primera compra de libros que hicimos, hicimos una actividad acá y los pibes eligieron qué libros era la primer tanda que se compraba, para comprar sugerían, y de a poco fuimos sumando, y sumamos libros que están buenísimos. Y bueno, se va juntando plata y a medida que se puede se van comprando libros. Y últimamente decidimos que no sea sólo para niñxs, porque hay muchos padres que se juntan también.

Pompa 2: Ahí veo uno de Alejandro Dolina...

Pompa 1: Entonces que haya libros para grandes y que haya películas también.

Pompa 2: Sí, hay películas también.

Una última pregunta. Las veces que han hablado con los de comunicación, que me decían que no les sirvió. ¿Por qué fue?

Pompa 1: En realidad nos sirvió para darnos cuenta que ese trabajo que ellos proponían ya estaba hecho. No logramos visibilidad. No funcionó para eso. Fueron tres reuniones acá con una pizarrita.

¿Ellos no les preguntaron antes lo que habían hecho ustedes, o ustedes todavía no sabían lo que habían hecho bien?

Pompa 1: No... la primera era una Licenciada en Comunicación que es madre de unos chicos que vienen acá, que ella tiene muy clara una pata pedagógica, que era un momento que estaba bien, ey, igual estuvo re bueno. Pero estuvo bueno para darnos cuenta de todo lo que "sí" habíamos hecho por la comunicación.

Pompa 2: No había una comunicación interna tan clara.

Pompa 1: No estaba claro todo lo que estaba hecho ya.

Pompa 2: Por ahí sirvió para eso.

Pompa 1: Vimos, eso ya está. Ahora tenemos claro lo que te dijimos. Seguramente esas tres charlas... porque en realidad después lo que yo hice fue pedirles a ellos lo que yo necesitaba y la verdad que mucho no me ayudaron con eso pero bueno no tienen tiempo, no pueden.

Pompa 2: Por ahí un tema de continuidad. Porque por ahí no es un tema de que no sirvió el trabajo que hicieron, sino que como todo trabajo hay que sostenerlo en el tiempo. Implica sostenerlo. Porque al principio, no sé, yo lo veo en las redes. Por ahí todavía lo que estoy haciendo no sirve, o si sirve se va a ver reflejado en unos meses. Entonces es todo un trabajo de hormiga que hay que sostenerlo. Y por ahí se hace todo un análisis o un estado de situación y está buenísimo pero después,

bueno, continuar esa pata e ir viendo cómo se actualiza es lo más difícil. Pero bueno, como dice Mari, sirvió para darnos cuenta...

Pompa 1: De todo lo que ya estaba construido, viste. La comunicación es una palabra que es tan inmensa, en realidad ¿Qué es la comunicación? Que acá pasen 400 pibes por semana, significa que hay comunicación. Ahora tenemos claro que toda esa comunicación la tenemos más o menos... puede crecer, por supuesto...

Pompa 2: ¿Cómo la capitalizamos? Por ahí nos sirvió para darnos cuenta de bueno, tenemos que registrar.

Pompa 1: Tenemos que tener registro de esto. Hay que tener foto, video, registro de que todo esto pasa acá.

Pompa 2: Notas que nos sirvan como registro, más allá de dónde se publiquen. Digo, todo.

Pompa 1: Igual, dónde se publican es fundamental porque eso hace a la visibilidad, lo que te estábamos diciendo. Nos resulta importante incluso para recibir plata.

Pompa 2: Porque no es lo mismo ir al Santander y decirle “tengo toda esta carpeta de cosas”, que decirle “te paso un videíto, pará que no lo subí a youtube todavía”. Entonces “mirá, tenemos esto, la nota de La Nación, la nota de Clarín”

Pompa 1: Igual me parece, y eso lo van a ver con el trabajo de ustedes, pero me parece que para eso tienen que empezar a venir un poco más ustedes y mirar qué pasa acá.

Sí, a todo lo que se les ocurra que podamos venir avisenos por favor.

Pompa 1: De lunes a sábado a la tarde hay gente. A partir de las 4 y media de la tarde.

Pompa 2: Todos los días.

Pompa 1: Hasta las 8 y media de la noche, incluso más tarde. Pero eso ciertos días, los lunes que ensayamos nosotros, los jueves que ensaya la banda de adultxs de 8 y media a 10.

Pompa 2: Y esto no sé si es para ustedes, pero falta un trabajo fuerte con los adolescentes. Hoy nos cuesta llegar a más adolescentes, estamos probando que vengan más, por ahí hay que ir a escuelas. Digo, dentro de esta estrategia, lo de los adolescentes es algo que... como los pre pompa.

Pompa 1: Sí, boya. A veces sube, a veces baja.

Pompa 2: De niñxs está explotado siempre.

Pompa 1: Sí, lo que hay que laburar es con las edades más críticas, que tiene que ver con la adolescencia y con la adultez. Que es donde más cuesta la constancia y el compromiso, ¿viste? Incluso con los adolescentes lo que te pasa es que están un día acá, otro día allá. “me quedo mirando una serie y no fui”

Pompa 2: Un día me dijeron todos “fuimos al cine”. Todos. El día que tenían clase eligieron ir al cine porque era un jueves y estrenaban películas.

Pompa 1: Y en un punto está buenísimo porque conformaron el grupo de amigos, pero bueno, hubiéramos ido todos juntos. Nos organizábamos entre todos...

Pompa 2: Íbamos todos a ver la película. Para laburar me parece que es interesante lo de lxs adultxs y los adolescentes. No los que ya forman parte de los pompas, que también...

Pompa 1: Pero lo de los pre-pompas, sí. Los que ingresan en este grupo, este año que pasó fue zarpado. No eran tantos, 6, 7 que entraron. Vos no sabés, con todo el laburo que hicieron de pre pompas, vinieron y la tenían clarísima. Con la camiseta puesta, entraron a la obra, grosos.

Pompa 2: Y hoy están todos formando parte del grupo.

Pompa 1: Se re incorporaron.

Pompa 2: Queremos lograr eso también con los adolescentes. A mi me parece interesante que vengan a ver una clase de adolescentes, una clase de pre pompas.

Pompa 1: Sí, o que estén un viernes a la tarde dando vueltas por acá que pasan no sé cuantos pibes. El día que más pibes hay. Corriendo, jugando, está la biblioteca afuera. Entre las 5 y las 7, 8 de la noche. A las 7 empieza otro taller y se da como una corrida en el medio, hay un montón de gente dando vueltas. Adentro y afuera, en la calle también.

Gracias, ya con esto tenemos bastante para trabajar. Seguramente el sábado vendremos.

Anexo 12

Entrevista Pompapetriyazos 25 de Agosto 2017

Pompa 1: La obra de "Porque va Lejos" nace en una investigación teatral donde nos dirigía y coordinaba Agustina que es la directora y después empezamos a trabajar con textos de Arlt en esa experimentación y la cosa fue como una bola de nieve donde arrancamos y dijimos "bueno, hagamos una obra" y bueno así fue donde después decidimos que sea 300 millones y ahí se arrancó el proceso...

Y ¿esa decisión fue por algo en especial?

Pompa 1: Por gusto, nos pareció la obra más interesante para hacer y nos pareció más actual también.

¿Tienen un cálculo estimado de un número de gente que los viene a ver?

Pompa 1: Sí, hay un aproximado de 200/250 personas por función, por lo menos hasta el año pasado rondaba en ese número.

¿Tienen algún tipo de medición?

Pompa 1: Calculamos por las sillas que tenemos nosotros, generalmente ponemos unas 200 sillas que se llenan todas y terminan habiendo unas filas de más y con esos estimativos llegamos a esos números. Se va corriendo la bola y al principio no hay nadie, pero de golpe está lleno. En este caso, ésta que estrenamos, es acá adentro y es otra cosa...no participa todo el grupo, sino unos pocos y va más en carácter de vender entradas, se encara de otra manera; donde los gastos los tenemos que solventar nosotros, es un trabajo más reducido, también porque no somos tantos...hay una dinámica distinta.

Aparte de las sillas, ¿tienen algún control, estadísticas?

Pompa 1: No, siempre es un estimativo.

Pero por ejemplo cuando en determinada función observan que el número de gente decayó...¿Les genera un ruido y deciden hacer algo al respecto?

Pompa 1: Bueno sí, siempre que sucede eso de algún modo se intenta revertir esa situación de que no está viniendo gente.

¿Me podrías decir algún ejemplo en concreto?

Pompa 1: No recuerdo, pero siempre es motivar al grupo para que se muevan y que inviten gente y que constantemente inviten amigos, familiares para que vengan. Pero es muy incierto todo cuando uno hace una obra, porque nos pasaba que el año pasado por ahí uno no hizo un trabajo en llamar e invitar gente y aparecían 200 personas y nadie los conocía, pero siempre está esa constante lucha en cómo divulgar, comunicar, porque los amigos y familiares en algún momento se agota. Es siempre el hecho de ir recordándole a la gente, dentro de las herramientas que tiene uno y cómo hacer para invitar y hacer que la gente venga.

Concretamente en su obra La Peste, el barrio, ¿De qué forma está el barrio en su obra?

Pompa 1: Bueno, la temática de la obra que trata de la división de Buenos Aires en el norte y el sur después de la fiebre amarilla y como el sur fue siendo abandonado y se fue eliminando y dejando a los locos, los enfermos, las pestes. Me parece que ahí se resignifica el barrio, en recordar de dónde proviene, recordar constantemente cómo fue su historia y mostrarlo a través de un hecho artístico, que eso también es interesante y recordarle a la gente o hacerle saber: "Mirá, vos donde estás parado sucedió todo esto". De todo eso venimos nosotros y de todo eso se construye esto que es el aquí y ahora, el presente. Recordar y mostrarles para no olvidar cómo fue el proceso de su creación. En ese aspecto y también en el hecho de invitar y estar todo el tiempo con las puertas abiertas al barrio y ser como un punto de encuentro,

esta esquina es como un gran punto de encuentro, porque siempre hay gente, siempre se encuentra gente y me parece que ahí también, en el encuentro, en el estar ahí juntos, ahí también se resignifica el barrio. Esto de tener un punto de unión, donde se pueda contar cosas y se puedan hacer, capaz que hacés una obra con el tipo de enfrente que jamás te imaginaste...y al conocerse, ahí también se fortalece lo que es la identidad barrial.

En la obra ¿de qué forma está nombrado el barrio, con respecto al guión?

Pompa 1: Hay una primera escena donde, bueno, la obra es una serie de payasos donde están tratando de filmar en el Parque Ameguiño y hay un fantasma del pasado que no los deja, no les permite el desarrollo de esa filmación..entonces en la primer escena, el actor protagonista de la filmación cuenta la historia de Parque Patricios y renombra a Parque Patricios y se nombra a la calle Caseros.

Bien, porque, por ejemplo, si esta misma obra se representa en otro barrio, en otro lugar del mundo, alguien sin conocimiento sobre el tema ¿entiende que se trata de Parque Patricios y su historia?

Pompa 1: Sí, es más siempre cuando lo hacemos en otros lados, como en el Catalinas; la ex Esma; Barracas, y siempre antes de empezar la directora invita a imaginar que ahora el público está en el barrio como para entender la ubicación de la obra.

Con respecto a lxs vecinxs del barrio que no forman parte del grupo, ¿saben de la existencia del grupo? y ¿cómo sería su relación?

Pompa 1: Sí, te voy a contar un par de situaciones específicas...Nosotros el año pasado hicimos varias intervenciones con los grupos de payasos, porque festejamos el cumpleaños del barrio y la gente que se acercaba y preguntaba, cuando le decíamos que éramos los Pompas, decían "ah sí los Pompas, del teatro". Hay un reconocimiento por fuera de los integrantes. Otra fue que terminé con una función y

me fui a comer con amigos y estábamos charlando de teatro y se nos acerca un tipo y nos pregunta si eramos actores, le respondo que éramos del teatro de los Pompas y nos contesta "ah sí, el teatro allá en Av. Brasil".

¿También conocen lo que trata el teatro comunitario, el proyecto?

Pompa 1: Eso ya no sé. Me parece que el proyecto en sí y a que apuntamos al no estar metidos, no. Sucede que muchos padres que traen a sus niños a los talleres, ellos tampoco saben de lo que se trata todo esto, que hay algo por demás a parte de los talleres, que esto se inicia esencialmente por otra cosa más que por dar talleres a niños. Entonces es trabajo nuestro el cómo hacerles acercar a los padres que no saben esa idea, cómo involucrar a que sean parte, eso es un trabajo nuestro que se hace, pero bueno, muchas veces cuesta. También está el que no le interesa, donde un padre solo trae el nene para que participe del taller y se eduque, no se puede obligar a nadie, igual siempre en el inicio de clases se explica, pero algunos lo olvidan fácil.

Con respecto al público, ¿sabrías si es mayor el porcentaje que viene usualmente y los conoce o si es más nuevo público?

Pompa 1: Es más el porcentaje que ya nos conoce. Es un movimiento muy grande que se hace en la plaza, somos 40 personas, un camión, luces, entonces la gente ya empieza a ver y a recordar; muchos es por el boca a boca, también al ver toda esa movida en la plaza la gente se acerca, por ahí se va, pero la otra semana lo vuelve a ver y tal vez de curiosidad se termina quedando, pero son más los que nos conocen. Luego la directora al final de la obra se presenta y cuenta de lo que se trata el proyecto, dónde estamos, al final, e invita a la participación.

¿Alguna otra obra con similar repercusión de La peste?

Pompa 1: Sí, "Extra, extra"

¿Se puede encontrar información sobre esa obra?

Pompa 1: En la página tendría que estar. Lo que estaba bueno de esa obra era que era un recorrido y eran 200 personas haciendo un recorrido por la plaza y era fuerte, como imponente.

Entrevista con la encargada de Comunicación de los Pompapetriyazos 18 de octubre 2017

Ustedes me dijeron que querían el contacto de los padres de comunicación. ¿Para qué?

Bueno, uno de los grandes puntos en una investigación es ver qué otras investigaciones se hicieron sobre el tema.

Pompa 1: Pero ellos no hicieron una investigación sobre el tema, ellos lo que hicieron- estos papás al menos-, fue ayudarnos a nosotros con dos encuentros, que después en realidad era un trabajo que nosotros ya habíamos hecho, digamos que para lo que nosotros necesitábamos no era eso. Bueno, esto hicimos (señala pizarra). Mirá, cómo quedó acá. Debe ser que no se pudo borrar. ¿Ves? A nosotros no nos contribuyó. Nosotros lo que necesitábamos es visibilidad, yo ya te había contado (a Tati). Era la misma ayuda que les pedíamos a ustedes. Que en este intercambio, que existiera esa colaboración de ustedes para nosotros. Porque a nosotros lo que nos resulta complicado es el tema de la visibilidad de este proyecto que es muy hermoso pero que para existir necesita dinero como cualquier proyecto. Hay cosas que te legitiman y te dan visibilidad para que los que ponen dinero, los que ayudan económicamente a estos proyectos sepan que existe. Nosotros necesitamos trabajar en eso. Yo estoy haciéndolo, dentro de lo que puedo, de lo que conozco. Es decir, trabajo en prensa, pero trabajo en un diario pero como editora de fotografía, soy fotógrafa, no soy periodista, además hay toda una faceta dentro de la comunicación que no necesariamente es periodística. Y bueno, con estos papás trabajamos un territorio que tenemos justamente recontra claro.

Yo creo que de todas formas, aunque ustedes lo tengan claro, nos sirve muchísimo para la investigación. Porque hay cosas que quizá ustedes las tienen claras y nosotras no, y nos sirve para aclararnos a nosotras también...

Pompa 1: ¿Qué cosas?

Cómo trabajan...

Pompa 1: Pero eso nos preguntan a nosotros.

Sí, por supuesto. Pero a su vez necesitamos saber qué vio una persona de afuera, aunque no haya sido una investigación tipo tesina...

Pompa 1: Tesis han hecho, chicos de Andamio 90, chicos que estudiaban en la UBA...

¿Esos contactos se perdieron? Estaría bueno...

Pompa 1: No... muchos chicos de esos después se sumaron al grupo, después se fueron. Tenemos un compañero que se sumó varios años al grupo y después se fue a vivir a Berlín. Lo que quiero que ustedes entiendan es que nosotros tenemos este grupo, tenemos este espacio en base a mucho trabajo y a una construcción de muchos años y pasó mucha gente que vino a estudiar cosas, y muchas veces nos queda como un sabor raro porque nosotros pedimos que nos ayuden y no nos ayudan. Pasa eso. Vienen holandeses a estudiar el teatro acá, vienen estos pibes que estudian comunicación, que no sé qué, que no sé cuánto... pero nosotros nos quedamos con un sabor de "loco, les brindamos, les abrimos, les damos" ¡Algo! ¡Algo en esto que necesitamos nosotros! A nosotros nos falta esta pata y eso es lo que nosotros pedimos, en este caso justamente con ustedes que es lo que estudian, que nos den una mano. No sé hace cuánto que lo hablamos pero fue hace rato, ¿no? Y está bueno que se acuerden de eso. No lo estoy diciendo desde el lugar de nada, ¿eh? Pero bueno, esto no es una máquina de dar, dar, dar. Acá nos dan un montón de cosas también. Los que vienen acá brindan un montón de cosas. Y no tiene que ver con plata.

Y nosotros lo que hicimos fue lo mismo que con ustedes con estos papás. Juntarnos y pedirles que nos ayuden, en esto que les pedimos a ustedes que nos ayuden. Y ellos nos empezaron a hablar de cuestiones de comunicación interna del grupo, y no era lo que nosotros necesitábamos. Y de hecho ellos decían que veían que eso lo teníamos bastante resuelto, no entendían porqué. Entonces hay como toda una pata de la comunicación que ellos no conocían, o no supieron, no prosperó. Nada, están con sus cosas cada uno, tienen hijos, quilombos, colegio, vienen acá contribuyen y colaboran con lo que pueden, vienen a ver la obra, cada vez que hay algo de los pompa lo comparten, lo multiplican, que eso para nosotros es un montón. Pero desde la comunicación no hacen... no es el laburo. Y ellos tampoco trabajaron en eso para acá, no sé cómo podría contribuirles a ustedes en el trabajo, y además tendría que preguntarles a ellos.

Sí, seguro. A mí me parece que sí nos sirve como antecedente, que se haya tratado desde la comunicación nos super sirve. Después por supuesto, quizá hablamos con ellos y vemos que no, y no lo usamos. Pero preferiría a lo sumo tener más información de la necesaria que menos. Está bueno ver la observación desde alguien que estudió comunicación, cómo vieron eso. También es muy importante, si ellos intentaron aportar algo que a ustedes no les sirvió, ver que por ahí no va...

Pompa 1: No, no digo que no nos sirvió. Digo, una parte que tenía que ver con la comunicación desde otro lugar, que no tenía que ver con lo que nosotros necesitábamos en ese momento. No quiere decir que no sea útil. Porque de hecho haciendo eso nos dimos cuenta de que todo eso lo teníamos hecho, que era algo que estaba, que estaba manyado. Lo teníamos masticado.

Si, bueno... un trabajo de investigación lleva tiempo y tenemos que agarrar muchos campos.

Pompa 1: Sí, tal cual, estoy de acuerdo.

A. El proceso llevó su tiempo. Empezamos a acercarnos a ustedes, pero ahora estamos en otra etapa, más teórica como te estábamos diciendo. Y ahora volviendo a ver los antecedentes y esas cosas, por eso fue el contacto.

Pompa 1: Está bien, yo no tengo los teléfonos de estos padres pero en todo caso, de todas maneras, yo no sé cuándo están viniendo ustedes acá, si sólo los miércoles...

Yo vengo regularmente los miércoles pero si lo llegan a conseguir me puedo contactar.

Pompa 1: Porque ellos vienen acá a traer a sus hijos, suelen estar por acá. No sé si ustedes visitaron una semana entera acá y viendo cómo es el movimiento que hay de gente, de pibes.

Vinimos miércoles y sábado.

Pompa 1: Claro, sí, sí. Este sábado no porque no hay función.

Ah, ¿no hay? Íbamos a venir.

Pompa 1: No, por la veda electoral no podemos hacerla.

Ah menos mal que nos enteramos.

Pompa 1: Sí, no podemos, no nos dejaron. Como usamos el espacio público.

No se me hubiera ocurrido...

Pompa 1: No, porque es más temprano, nosotros a las 22:30 terminamos. Pero nos dijeron que no. Así que sí, todo lo que resta de octubre y todo noviembre. 8, 9 y 10 de diciembre hacemos los 15 años. El viernes a la noche hacemos el

espectáculo de Roberto Arlt, el sábado La Peste y el domingo hacemos un adelanto del espectáculo nuevo. Y el cierre de año en el pasaje.

T. (...)Si llegan a tener también el contacto de alguno de los chicos que hicieron la investigación, de la tesina, eso nos vendría muy bien. Por supuesto tienen que consultar con ellos si quieren hablar con nosotras.

Pompa 1: Sí, yo no tengo el teléfono de nadie salvo de Seba que es un compañero que se fue a vivir a Berlín. No tengo más que... el contacto con él sí porque somos amigos...

¿Y el nombre aunque sea, de los padres?

Pompa 1: Una se llama Carola y el otro Sebastián.

¿Apellido?

Pompa 1: No tengo idea.

¿Sabés a quién le podríamos llegar a preguntar?

Pompa 1: Yo se los consigo. Igual, dejame ver que vendrán por acá el viernes, que es cuando traen los pibes.

También nos gustaría preguntarles, con respecto a la entrevista que tuvimos al principio, si han tenido cambios en la comunicación... con respecto a la situación que tenían cuando hablamos.

Pompa 1: Sí, sí, claro. Nos favoreció, nos dio bastante público y pre pompas el tema del espectáculo de Arlt. Trajo bastante gente que quiere participar del proyecto.

¿Con el tema de comunicación de “Porque va lejos” se manejaron de la misma forma que por ejemplo con la peste?

Pompa 1: Sí, la hice yo. Yo no tengo experiencia, trabajo en Clarín, entonces es como un poco mi manera de búsqueda, de ofrecer notas, soy editora fotográfica de Ñ, es mi laburo, así que ahí salió en la agenda, en la agenda de espectáculos, salir salió. Lo que no hacen es una nota, que es lo que necesitamos. Nos hicieron una nota en página 12, que nos trajo mucho público.

¿De “Porque va lejos”?

Pompa 1: Sí. Tenemos un vecino que trabaja ahí y... -con el cual hacíamos yoga, nada que ver- a él lo contacté yo, lo busqué, Paula también se lo cruzó y le dijo, yo lo contacté por Facebook y le empecé a hinchar las pelotas, que viniera a verla, que lo invitaba, que lo invitaba. Después me pidió si tenía entradas, le saqué dos entradas. Vino a verla y después me dijo que le habían dado el ok para la nota y vino, nos hizo una entrevista y después publicó una nota hermosa, que estaba ahí, en la vidriera. Hermosa, hermosa. Después nos hicieron otra nota en una revista de la hermana de un compañero y no, no estaba buena. O sí, les resultó para ellos...

¿Por qué les gustó una y la otra no?

Pompa 1: Porque la nota de página 12 habla de hacer Art dentro del teatro comunitario...

Y habla sobre el teatro comunitario...

Pompa 1: No del teatro comunitario en general, sino de lo que es acá. Y la otra nota prácticamente cuenta toda la obra, y hace hincapié en un personaje. No sé si ustedes saben, cuál es la manera de conseguir prensa...

Y... no, generalmente es más por contactos. Y por ahí está bueno, aunque a veces sea la llave, en lugar de hablar de una obra, de repente que salga una

nota hablando sólo de teatro comunitario, el proyecto, y ahí el grupo, obviamente, o de los pompas. Que se hable más del proyecto. Y eso es lo que notamos también, que muchas veces se conocen las obras del teatro comunitario “ah sí, tal obra, la ubico” no sé, te hablamos de Fulgor, El Casamiento...

Pompa 1: Sí, igualmente ellos tienen muy buena prensa.

Sí, pero si hablás con gente de afuera, que no conoce el proyecto, sí conocen la obra. Y a veces hace un poco de ruido eso...

Pompa 1: Además tienen muchos más años, y Catalinas es pionero... ellos sí tienen tapa de espectáculos en Clarín. En el festival de títeres ellos tienen la tapa de todos los diarios. De la parte de cultura o espectáculos, pero no es lo mismo. Nosotros, por ejemplo, la hermana de Gastón laboraba en Clarín, hacía una pasantía en la revista Mujer y consiguió que le hicieran una nota a Agustina, le encontró la beta por ejemplo porque hay una sección que se llama “en primera persona”, sobre una mujer hablando en primera persona y ahí aprovechamos y le dieron una doble página, yo la llené de fotos del grupo, que sé yo, le trabajé la croqueta también al director porque lo conozco, eso estuvo re bueno. Era una nota sobre Agustina pero hablando de los pompas.

Por eso, los medios tradicionales, son complicado. Es difícil llegar a menos que uno tenga un contacto y ahí se puede buscar el caminito. Después uno se tiene que manejar con los medios que también igual es lo más utilizado, Facebook, Instagram también ahora, twitter.

Pompa 1: ¿No tienen a los pompas en el Facebook?

Sí, obvio. Por eso digo. Hablando específicamente de los medios tradicionales.

Pompa 1: Todo lo que es la web lo hago yo. Publico boludeces todo el tiempo. Para estar todo el tiempo ahí. Y lo que veo es que en realidad la manera que tenés de estar ahí es pagando.

T. También me acuerdo que al principio cuando hablábamos, ustedes me decían que les interesaba una comunicación que los represente “como son ustedes” ¿Qué sería “como son ustedes”? ¿Cómo nos lo definirías?

Pompa 1: Emm... somos un espacio... no sé cómo decirlo. Somos un grupo de teatro comunitario que... que produce muchas cosas. Que funciona... que dentro de este espacio, que no es el teatro, el que usamos, que puede ser el parque o donde sea que hagamos funciones, también acá adentro, como hicimos con “Porque va lejos”. Por otra parte somos un espacio identitario de este barrio. Si me preguntás qué tendrían que hacer ustedes, van a ver cuando empiecen a investigar y se metan más a fondo dentro de este proyecto en sí mismo... van a descubrir que los pibes y padres que traen sus hijos acá tienen una identidad con este lugar que más es parecido a lo que eran los clubes antes, que a lo que es un centro cultural. Que venís, traes al pibe y te lo llevás cuando terminás. Vas a sacártelo de encima. Acá vos... yo les digo que vengan en otros momentos porque acá van a ver que los padres no se van, se quedan en la puerta charlando, mientras los pibes están adentro. Algunos se van, hay de todo. A veces se hace la biblioteca y están los padres que se quedan ahí, a veces no hay nada e igual se quedan porque hay alguno de nosotros que saca el termo y otro viene entonces se quedan charlando. Y por ahí estás charlando alguna cosa, y te quedás. Te pasa eso. Y eso hace una diferencia. Buscamos que haya producción de lo que sea que se haga. Y todos los proyectos que existen dentro del grande, están vinculados en temática, todos. Este corto animado que están haciendo en el taller de plástica de pibes, el proyecto de plástica tiene como raíz lo mismo que el grupo de adultxs de teatro, como el de teatro para niñxs, adolescentes o el proyecto de bandas. Todo enraíza en el mismo lado. Tiene que hacerlo, y Agustina, que es la directora hace todo el tiempo hincapié en eso. Y cualquier otro proyecto que surja será igual. Eso es sostenerlo.

Diferenciarse en que acá no venís a hacer un taller con una muestra de fin de año.

Acá venís a formar parte de un proyecto, a formar parte de algo. Acá sos parte. No sos consumidor. Eso sí está bueno. De hecho yo vengo con ustedes acá, vivo enfrente, y dispongo del lugar porque soy parte de esto. Y no es que pertenezco porque tengo un tatuaje, o soy de la familia perteneciente. Sino porque empecé a venir. Me sentí parte y formo parte. Después terminé haciendo la parte de comunicación porque hace muchos años que estoy acá, porque el proyecto ya lo tengo tatuado. Eso se va haciendo, es una construcción. Si preguntás por acá hay mucha gente que empezó a venir... yo por ejemplo, estuve un año hasta que me animé a actuar. Venía a los ensayos a veces, a veces no venía, y con los años, que sé yo, uno se va dando cuenta de pronto... ¿Qué hacés el sábado? No, no puedo, tengo ensayo. Los sábados no puedo... de hecho hace dos años y medio, un poco más, me puse de novia y pobre, viene del interior y tiene que venir...

Una última pregunta, ¿por qué el nombre del grupo?

Pompa 1: Porque Pom... a ver, escribila. (señalando el papel) Cuando el grupo surge era mitad Pompeya mitad Parque Patricios. Pom-pe-ya, Pa-tri-cios. Y payasos.

¡Ah! Genial. Buenísimo. Muchas gracias.

Encuestas

Encuesta realizada al público al final de “Lo que la peste nos dejó”, temporada 2017.

Nombre

Máximo nivel educativo alcanzado

A- Primario.

B-Secundario.

C-Universitario, terciario o más.

¿De dónde viene?

A-Parque Patricios.

B- De otro barrio de CABA.

C-Fuera de CABA.

Sobre la obra

-¿Cómo se enteró del evento?

A-Conocidxs que actúan o participan en el proyecto.

B-Conocidxs que no participan.

C-Redes sociales. ¿Cuál? _____

D-Medio tradicional. ¿Cual? _____

E-Intervenciones encontradas por azar en el barrio.

D-Institución. ¿Cuál? _____

F-Otros _____

Sobre el grupo

¿Qué tipo de teatro hace este grupo?

A-Callejero.

B-Independiente.

C-Comunitario.

D-Otro: _____

Defina al grupo en una frase o palabra:

¿Podría decirme el nombre del grupo?

A-Sí B-No

Sobre teatro comunitario

¿Ya había escuchado hablar del teatro comunitario?

A-Sí.

B- No.

¿Le interesaría participar del proyecto?

A-Sí. B-No.

Encuesta barrio

Datos personales

1 Nombre _____

2 ¿Conoce la oferta cultural del barrio?

A- Sí. B- No. C- Ns/Nc.

3 En caso de respuesta afirmativa

¿Qué conoce?

4 ¿Qué elementos cree que son necesarios

en una buena obra de teatro? (Puede indicar más de una opción)

A- Actores y actrices profesionales.

B- Una sala de teatro.

C- Música hecha por profesionales.

D- Director o directora profesional.

E- Estar en calle Corrientes.

F- Público.

G- Texto escrito por un autor o autora reconocidx.

H- Otros: _____

I-Ns/Nc.

5 ¿Con qué frecuencia ve teatro?

A- 0- 1 vez por año.

B- 2 - 5 veces por año.

C- Más de 5 veces por año.

D- Ns/Nc.

6 ¿Conoce al teatro comunitario?

A- Sí B- No. C-Ns/Nc.

En caso de respuesta afirmativa:

7 ¿Qué es?

A- Un proyecto artístico para personas de bajos recursos.

B- Teatro inclusivo promovido por el gobierno de la ciudad.

C- Un proyecto artístico de la comunidad para la comunidad.

D- Espectáculo en el que los actores se reparten de manera equitativa las ganancias.

E-Ns/Nc.

8 ¿Conoce al grupo Los Pompapetriyazos?

A-Sí. B-No. C- Ns/Nc.

En caso de respuesta afirmativa:

9 ¿Cómo los conoció?

A-Conocidxs que participan en el proyecto.

B-Conocidxs que no participan.

C-Redes sociales. ¿Cuál? _____

D-Medio tradicional. ¿Cual? _____

E-Intervenciones encontradas por azar.

D-Institución. ¿Cuál? _____

F-Otros _____

E-Ns/Nc.

10 ¿Los vio alguna vez?

A- Sí B- No. C-Ns/Nc.

En caso de respuesta afirmativa:

11 ¿Qué obra vió?

_____ Ns/Nc

12 ¿Cómo le pareció?

A-Muy Buena. B-Buena. C-Regular.

D-Mala

E-Muy mala. F-Ns/Nc

En caso de respuesta negativa:

13 ¿Por qué?

A- No le interesa.

B- No cree que sea de buena calidad.

C- No recibió información suficiente sobre el evento.

D-Otros: _____ E- Ns/Nc

14 ¿Le interesaría sumarse al proyecto?

A-Sí B- No C-Ns/Nc