



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

Título del documento: El teatro comunitario y la publicidad

Autores (en el caso de tesis y directores):

Agustina Yoya Russo

Pablo Costa, tutor

Datos de edición (fecha, editorial, lugar,

fecha de defensa para el caso de tesis: 2021

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
Ciencias de la comunicación

El teatro comunitario y la publicidad

Tesina de grado

Autora: Agustina Yoya Russo

Tutor: Pablo Costa

Año 2021



*Grupo Matemurga
“Zumba la risa”*

ÍNDICE

- Introducción	
- Agradecimientos	
- Capítulo 1: el teatro comunitario como objeto de estudio	
1. El teatro como medio de comunicación.....	
2. Marco teórico.....	
3. Metodología.....	
4. Concepto del teatro comunitario.....	
- Capítulo 2: el teatro comunitario y su aspecto comunicacional	
1. Análisis comunicacional.....	
1. Observaciones para un acercamiento a un plan comunicacional.....	
1. 1. Múltiples definiciones sobre lo que es y hace el teatro comunitario..	
1. 2. Sentido de pertenencia.....	
1. 3. Directores calificados.....	
1. 4. Roles indiferenciados.....	
1. 5. Ausencia de un target.....	
1. 6. Deficiente presentación del teatro comunitario en la comunicación..	
1. 7. Los espectadores recomiendan ir al teatro comunitario.....	

1. 8. El teatro comunitario y su contexto externo.....	
1. 9. Nuevo público.....	
2. Plan comunicacional.....	
2.1. Objetivos.....	
2.2. Lo comunitario.....	
2.3. La importancia del target.....	
2.4. Aproximación a un target joven adulto en el teatro comunitario.....	
2.5. Roles en lo comunitario.....	
2.6. Identidad.....	
2.7. La red social.....	
2.8. Video Marketing.....	
2.9. Hashtag.....	
2.10. Influencers.....	
2.11. Implementación del plan comunicacional.....	
Conclusión.....	
Bibliografía.....	

AGRADECIMIENTOS

Hubo personas que desinteresadamente aportaron de alguna manera para la finalización de esta tesina.

Agradecer a mi tutor, Pablo Costa, por su fundamental orientación, sus valiosas sugerencias en todo el proceso de mi investigación y proceso de realización del trabajo.

Agradecer a mi familia, amigos y compañero, por su apoyo y aliento constante.

Por último, agradecer principalmente a todos los vecinos- actores, vecinas-actrices y directores de los grupos de teatro comunitario que entrevisté, quienes me permitieron presenciar sus ensayos, reuniones y funciones. Me dejaron ingresar a su mundo, que hasta el momento desconocía, como también poder conocer su amor por esta práctica artística. Les agradezco haberme recibido con tanta buena predisposición y el estar abiertos a todas mis preguntas e inquietudes.

INTRODUCCIÓN

La presente tesina propositiva es la culminación de un trabajo que comenzó en el año 2018. Sin embargo, el primer acercamiento al objeto de estudio, el teatro comunitario, fue en el año 2015 durante la cursada de una materia de la carrera de Cs. de la Comunicación.

El primer espectáculo de teatro comunitario que presencié fue en el Circuito Cultural Barracas: El casamiento de Anita y Mirko, una obra creada durante la crisis del 2001. La misma es una recreación de un casamiento entre dos familias muy diferentes (familia italiana y familia rusa) y como aspecto principal, el público es el protagonista: se comparte la mesa con los vecinos-actores, se come y se baila junto con ellos, el público también forma parte de la fiesta. Durante la crisis, la sala sirvió también como lugar de encuentro, contención y divertimento entre los vecinos del barrio.

Luego de la experiencia, quise seguir viendo otras obras de este tipo de teatro, consultando por internet y a conocidos. Me di cuenta de la poca información que había sobre el mismo. Un tipo de arte de buen nivel artístico que pocas personas tenían conocimiento de su existencia. Cuando me di cuenta de ello, fue el día en que encontré mi tema de tesina.

Este trabajo quiere dar cuenta de la causa de su poco conocimiento a nivel masivo y una propuesta comunicacional para mejorar su difusión, es por ello, que se va a vincular al teatro comunitario con herramientas publicitarias para desarrollar un plan comunicacional.

Al comienzo de la investigación, vi más de diez obras de teatro comunitario, entrevisté a los directores de los grupos, a los integrantes y al público. La cualidad más mencionada era la celebración. Un arte identificado como una fiesta donde cualquiera que quisiera participar estaba invitado. Esta cualidad sirvió de disparador para crear el plan comunicacional, definiendo al teatro comunitario como una fiesta revolucionaria. Una fiesta que se encuentra tanto en el proceso de la obra como en la obra. La particularidad del teatro comunitario está en que no se diferencia tan solo por su producción, sino por todo el trabajo que hay detrás, es decir, la forma de producir, crear y llevar a cabo la obra, tan importante es el proceso como el producto. La función de teatro es el resultado de ese procedimiento particular de este arte, donde se resalta el trabajo colectivo, la creación de una historia sin protagonistas y el vínculo estrecho que se genera entre todos los integrantes de los grupos del teatro comunitario.

La primera parte del trabajo se dedica a establecer una descripción del teatro comunitario como objeto de estudio. Se describe al teatro como medio de comunicación; se menciona el marco teórico utilizado, autores como Gramsci y Bajtín referidos a la hegemonía y contra-cultura y, por otro lado, conceptos orientados a la publicidad que tomaron forma en la

estrategia comunicacional llevada a cabo en la segunda parte del trabajo; se describe también la metodología implementada, donde en un comienzo se trata de una investigación cualitativa, ya que se trata de un primer acercamiento al objeto, pero luego se utilizó encuestas a la hora de afirmar o refutar los datos adquiridos en la primera etapa; por último, se narra una aproximación al concepto de teatro comunitario, como un arte contra-hegemónico y donde se deja de lado las individualidades y se construye un nosotros colectivo.

En el capítulo dos del trabajo se desarrolla el aspecto comunicacional del teatro comunitario. Se realiza un análisis comunicacional del teatro comunitario que servirá para establecer objetivos en el plan comunicacional. Finalmente se desarrolla el plan comunicacional para el teatro comunitario, creando la analogía del teatro comunitario como una fiesta revolucionaria.

CAPÍTULO 1: EL TEATRO COMUNITARIO COMO OBJETO DE ESTUDIO



*Grupo Circuito Cultural Barracas
“El casamiento de Anita y Mirko”*

El teatro como medio de comunicación

Es necesario como punto de partida brindar algunas nociones generales acerca del teatro desde el punto de vista como medio de comunicación.

Decir teatro es decir comunicación, ya que existe un receptor, los espectadores, que contemplan aquello que el emisor, grupo teatral, le ofrece a la vista, el espectáculo, como el mensaje. En la teatralidad se despliega un escenario de múltiples signos que se elaboran y articulan, es decir, que a partir de la obra, se observa el cuerpo de actores; el espacio físico donde se desarrolla la obra; vestuario; maquillaje; puesta en escena; iluminación y éstos son factores que contribuyen a producir sentido en el campo de la semiótica teatral y así producir los procesos de comunicación que al igual que los medios masivos, se genera un diálogo que implica interacción, intercambio, encuentro, participación y producción de sentido circulando ininterrumpidamente en múltiples escenarios.

A partir de Erika Fischer-Lichte en su texto *La semiótica del teatro* divide en tres categorías los signos que componen una obra, denominado a esto último como “sistema” y que desde allí se desprenden distintos tipos de signos. En la primera categoría está “la actividad del actor como signo” desde las expresiones que hace y las posiciones físicas con o sin desplazamiento en el espacio, denominados como signos mímicos; gestuales; proxémicos, hasta cuando canta o habla que son los signos lingüísticos y paralingüísticos. En la segunda categoría está “el aspecto del actor como signo”, su aspecto físico en el vestuario; características propias del cuerpo; maquillaje; peinado que son características que constituyen a la formación de significado como la clase social que representa o la temporalidad donde se desarrolla la obra. Como última categoría establece a “los signos del espacio” como el decorado; accesorios; iluminación y otros signos acústicos no verbales como son los ruidos que se desarrollan en escena y la música.

El análisis semiótico focaliza su atención en los signos y los procesos de formación de sentido. En esta semiótica teatral se observa cómo determinados movimientos, sonidos, efectos de iluminación y aspecto de los actores son concebidos como signos, atribuyéndoles significado a partir de lo contemplado, escuchado y percibido por los espectadores en una determinada puesta en escena que termina por construir el mensaje. Éste entonces se constituye dentro de las condiciones de comunicación mencionadas, en una representación teatral entre los actores y espectadores en un espacio determinado.

Por lo tanto, este mensaje que se emite a través de la obra no solo está subordinado al texto (la pieza escrita y hablada), sino que se apoya también en un cúmulo de gestos; actitudes;

sonoridades (signos anteriormente mencionados), que constituye el discurso singular del lenguaje teatral. De esta multiplicidad de aspectos para comunicar obtiene su potencia de conmoción y su atractivo hacia el receptor. Toda la puesta en escena comunica: los cuerpos, los sonidos, la música, el texto, vestuario e iluminación. Lo característico de las artes escénicas es que puede poner en juego los cinco sentidos.

Este tipo de comunicación directa logra provocar un fuerte impacto en el espectador, a comparación de otros medios de comunicación, ya que tiene la capacidad de captar formas y llevarlos al límite; rehace la cadena entre lo que es y lo que no es; entre la virtualidad de lo posible y lo que existe en la naturaleza materializada. Es así como el lenguaje teatral se identifica como un discurso particular, abierto a múltiples interpretaciones por su carácter poético. Un lenguaje con un modo singular en que el significado es creado y comunicado a través del sistema de signos mencionado, donde un objeto puede liberarse de su función original e instrumental, abriéndose a una multiplicidad de sentidos y convirtiéndose en un mecanismo para que irrumpa lo insólito, lo grotesco y lo poético.

Es por ello que como medio de comunicación es un arma poderosa a la hora de generar un mensaje y producir un efecto en el espectador. Y este mensaje puede ser tanto opresor como liberador, ya que este arte es usado como instrumento de dominación.

A través de la historia, el teatro fue atravesado por diferentes clases sociales. Augusto Boal sintetizó la transición que ocurrió: “Al principio, el teatro era el pueblo libre cantando al aire libre. El carnaval, la fiesta... después, las clases dominantes se adueñaron del teatro, primero construyeron sus muros y después dividieron al pueblo, separando actores de espectadores: gente que hace y gente que mira” (1983: p.14).

Para las clases dominantes, el teatro tiene que estar alejado de la política, de lo contrario, deja de ser un producto artístico. Como también el lugar físico donde se realiza la obra que determina si es considerado “estético” o no, ya que si se realiza en la calle o en algún otro sitio que no sea una sala y no esté destinado a un grupo determinado de personas (una elite) no es considerado una actividad artística. De esta forma, se intenta establecer desde las clases dominantes, que el fenómeno teatral no tiene que presentar ningún aspecto político, ocultando el hecho de que todo arte es necesariamente político en tanto defiende intereses de clase, por lo tanto el teatro es un instrumento en la lucha de clases.

Luego de la transición mencionada y comenzar a pensar al teatro como entretenimiento, como un lujo para un grupo reducido de personas, paralelamente, fue tomado nuevamente por las clases populares generando un tipo de entretenimiento crítico para la transformación social

y no solo un tipo de entretenimiento que reproduce y mantiene las condiciones de poder de las clases dominantes.

El espectáculo y los cuerpos son investidos por las relaciones de poder en el plano político, social y económico. Aquí el cuerpo se entiende como una construcción simbólica y no una realidad en sí misma. Desde el punto de vista del orden dominante se busca la pasividad del cuerpo, pero desde la tensión histórica entre el dominio y la civilización surgen espacios para la resistencia, donde si bien no se destruye el orden dominante, crean una relación más compleja de vida para los cuerpos contra este orden que busca formar a su propia imagen.

“El cuerpo parece algo evidente, pero nada es, finalmente, más inaprensible que él. Nunca es un dato indiscutible, sino el efecto de una construcción social y cultural.” (David le Breton, 1990, p.14).

El cuerpo moderno implica la ruptura del sujeto con los otros, una estructura social individualista que nació a partir del renacimiento en las sociedades occidentales convirtiéndose en el objeto privilegiado de elaboración y voluntad de dominio.

En palabras de David Le Berton en *Antropología del cuerpo y modernidad*, “la noción moderna de cuerpo es un efecto de la estructura individualista del campo social, una consecuencia de la ruptura de la solidaridad que mezcla la persona con la colectividad y con el cosmos a través de un tejido de correspondencias en el que todo lo sostiene” (p.16).

Una de las formas donde se construye el cuerpo es desde la industria cultural: institución de producción de cultura con contenidos simbólicos y con fines lucrativos formada por la clase hegemónica que busca formar hábitos sociales; educar; informar y transformar a la sociedad en vista a sus propios intereses, es decir, la industria cultural tiene una función de reproducción ideológica y social de la clase dominante. Se reconoce al teatro como parte de esta industria cultural siendo una herramienta más en la búsqueda de dominación del orden hegemónico.

La cultura transmitida por la industria cultural no tiene un poder directo e ilimitado en la sociedad. Existe una contracultura que también genera su contenido, como puede ser en el área del entretenimiento, para generar conductas alternativas o generar un corte con la reproducción ideológica y social de la cultura dominante, una lucha contra la uniformización de la cultura.

En palabras de Hall, citando a Gramsci, en *La cultura, los medios de comunicación y el efecto ideológico*, “la hegemonía se logra mediante la contención de las clases subordinadas dentro de la superestructura (familia, educación, iglesia, instituciones culturales) que trabaja en el campo ideológico y mediante la acción coercitiva del estado (ley, policía, ejército)”.

(p.238). Cuando las clases subordinadas no son lo suficientemente poderosas como para provocar una “contrahegemonía” sus instituciones y estructuras incorporadas, pueden ser utilizadas por la clase dominante como un medio de forzar la continuación de la subordinación.

La producción cultural tiene el trabajo de reproducir los discursos de las ideologías dominantes. Según Guy Debord en *La sociedad del espectáculo*, “El espectáculo es el discurso ininterrumpido del orden actual sobre sí mismo, su monólogo elogioso. Es el autorretrato del poder en la época de su gestión totalitaria de las condiciones de existencia” (p.88). Así sucede que otras producciones culturales que no correspondan al orden dominante tienen negada la participación en espacios masivos y legitimados por la industria cultural, teniendo que generar sus propios espacios de representación y reproducción de discursos contrahegemónicos.

En resumen, la cultura se concibe como un espacio de lucha por la hegemonía y en consecuencia, la práctica teatral se encuentra en interacción con la cultura de élite y cultura subalterna desde un espacio de militancia cultural. Dentro del teatro subalterno, se encuentra el teatro callejero; el teatro del oprimido y el teatro comunitario.

Marco teórico

El marco teórico seleccionado aborda distintos puntos de vista, desde el objeto en sí mismo, a un nivel social y cultural. Distintos autores fueron seleccionados para estudiar las características del teatro comunitario y sus condiciones de producción y efectos sociales.

Para empezar, el posicionamiento de este arte en la estructura social está contrapuesta a los sectores hegemónicos (dominantes). Antonio Gramsci va a hablar sobre esto, cuando construye el concepto de hegemonía para analizar y proponer la acción política, otorgando un lugar importante a la ideología y a la cultura restableciendo de este modo la relación dialéctica entre estructura y superestructura, es decir, que para la prolongación del sistema capitalista, la dimensión económica (estructura) no es la única responsable, sino que incluye las dimensiones no materialmente estructurales de clase, como la cultura y el arte (superestructura). De este modo el capitalismo no es únicamente una forma económica, sino también sociocultural.

A partir de productos culturales, como pueden ser el teatro oficial y el comercial, Gramsci sostiene que son una de las formas que tiene la burguesía para mantener el poder. Los productos culturales hegemónicos reproducen su patrón de dominación a través de la cultura y

prolongan su poder porque logran imponer su visión del mundo a través de éstos. La legitimación de un arte deviene de la incidencia que pueda llegar a tener ese producto cultural en el desarrollo de la cultura hegemónica y la relación con las instituciones formales de manutención del orden social existente.

Desde el punto de vista del teatro, como se dijo anteriormente, el teatro comercial dirigido por empresarios privados con el objetivo de obtener un rédito económico; y el teatro oficial financiado por el estado, éstos forman parte de la clase dominante, ya que para el autor “el estado es concebido como un organismo propio de un grupo destinado a crear las condiciones favorables para la máxima expansión del mismo grupo; pero [...] la vida estatal es concebida como una formación y superación continua de equilibrios inestables entre los intereses del grupo fundamental y los grupos subordinados (dominados)” (1978:72).

Frente a los sectores hegemónicos existen manifestaciones que discuten y disputan el sentido construido por aquel. El grupo dominado, para construir un nuevo poder, su propia hegemonía, debe buscar consensos y alianzas entre todas las clases oprimidas y negar al régimen dominante que las oprime. Desde el arte existen productos culturales contra-hegemónicos y aquí es donde se ubica al teatro comunitario que plantea otra realidad posible y critica al poder actual, formando parte de un proceso de construcción de una hegemonía alternativa.

Es así como el teatro forma parte del espacio ideológico y puede asumir distintas posiciones dentro de la lucha ideológica: colaborar para consensuar y legitimar la dominación vigente o intentar construir una visión del mundo diferente que origine un proceso de transformación social.

Por otro lado, Mijail Bajtin en “La cultura popular en la Edad Media y en el Renacimiento” habla de la cultura cómica popular en esos contextos históricos, la cual era una parodia de todos los aspectos y manifestaciones de la ideología; costumbres y saberes de la sociedad feudal, clase dominante en esa época.

La máxima expresión de esto sucedía en la época de Carnaval y tenía como escenario la plaza pública, donde realizaban una ridiculización de lo establecido, mediante el recurso de resaltar los aspectos grotescos de la clase dominante: la clase subalterna se disfrazaba de señores feudales, sacerdotes, y otros con poder para dar lugar a lo obsceno y grotesco.

El teatro comunitario tomó la influencia de estas formas carnalescas de la fiesta popular, desde el realismo grotesco de las distintas clases sociales con su tipo de vida material representada de forma exagerada para que a través de la ridiculización se represente una crítica y condena moral. Se trata de buscar la risa, pero una risa cargada de un poder

transformador. Este teatro produce relatos con una poderosa carga social, cargados con los silencios y discursos que la clase dominante establece como la “no verdad” o lo “no deseado”.

El teatro comunitario se presenta como una fiesta, pero una fiesta cargada de una crítica sobre la realidad actual, como lo era el carnaval para Bajtin en la Edad Media y en el Renacimiento.

Para hablar del sentido de unidad de un grupo social se retoma a Levi-Strauss con el concepto de “nosotros” y “otros”. El “nosotros” es un orden posible y relativo, ya que depende desde donde se mira al otro, es decir, la otredad aparece construida por el “nosotros”. Es así como el teatro comunitario construye un “nosotros” a partir de sus valores, como lo colectivo, para producir cualquier obra o hacer cualquier actividad dentro del grupo y sus objetivos, como plantear la posibilidad de un nuevo orden social y que otra realidad es posible. El “otro” desde la perspectiva del teatro comunitario es todo grupo social o cultural que promueva la individualidad y la prolongación de la hegemonía actual. Desde la mirada del teatro comercial y el oficial, el teatro comunitario es visto como un “otro” que no es un producto cultural legitimado y su falta de legitimidad dentro del mundo del arte está dada por sus diferentes valores y objetivos de los productos culturales hegemónicos.

Esto se trata de una construcción del “otro” a partir de la desigualdad, es decir, la diferencia entre un “nosotros” y un “otro” está dada por una relación de dominación.

“Esta dominación se funda en una apropiación desigual de bienes materiales y simbólicos, una parte se apropia de algo a expensas de otra. Esta apropiación genera relaciones sociales asimétricas [...] y que se expresan en formas culturales, económicas, políticas y sociales distintas”, expresan M. Boivin; A. Rosato; V. Arribas en “Constructores de Otredad” (2004, p.87).

En resumen, el “nosotros” que se construye en el teatro comunitario se apropia de aspectos, como lo colectivo y la horizontalidad entre los integrantes del grupo, que participan activamente y son determinantes en la conformación de los atributos del “otro”, como lo es el teatro oficial y el comercial, donde prevalece lo individual y la verticalidad. Es así como los atributos del “otro” son co-producidos por la relación del “nosotros” “otros”.

Desde el punto de vista de la semiosis social, Eliseo Verón propone la teoría que explica el funcionamiento de los discursos sociales con sus condiciones de producción y de recepción.

El teatro comunitario será el objeto a analizar, a partir de sus discursos con sus condiciones de producción y de reconocimiento. Al tomar como discursos a las obras de teatro comunitario y las entrevistas realizadas a los integrantes de los grupos, se puede observar como condiciones de producción características como trabajo colectivo; solidaridad;

compromiso con el proyecto y producción teatral de buena calidad. Al mismo tiempo, a través de entrevistas con personas que nunca habían presenciado una obra de teatro comunitario, como condiciones de recepción se observa: producción mediocre y de mala calidad.

Las condiciones de producción y las condiciones de reconocimiento en este caso difieren altamente, es por ello que se evidencia un problema en la circulación del sentido de este fenómeno social. Aunque la circulación se trate justamente de la diferencia entre las condiciones de producción y de reconocimiento, como explica Verón (1987) “estos dos conjuntos no son jamás idénticos: las condiciones de producción de un conjunto de significativo no son nunca las mismas que las de reconocimiento. La distancia entre producción y reconocimiento es extremadamente variable, según el nivel de funcionamiento de la semiosis en que uno se coloca, así como según el tipo de conjunto significativo estudiado. No hay, por el contrario, huellas de la circulación: el aspecto “circulación” sólo puede hacerse visible en el análisis como diferencia entre los dos conjuntos de huellas de la producción y reconocimiento. El concepto circulación solo es, de hecho, el nombre de esa diferencia.” (p.129). Sin embargo, tanto en las condiciones productivas como en las condiciones de reconocimiento se hacen presentes marcas que posibilitan las operaciones (la relación con los distintos discursos sobre el objeto); pero, en este caso, al no poder realizar operaciones, es decir, no poder establecer relaciones entre las marcas de las condiciones de producción y de reconocimiento se observa un problema en la circulación, la cual se pretende analizar y resolver.

A partir de la descripción del objeto con los autores mencionados anteriormente, se establecerá también un eje hacia la descripción del teatro comunitario desde herramientas publicitarias como la matriz F.O.D.A para conocer sus fortalezas y debilidades, y desde los factores externos sus oportunidades y amenazas. Además encontrar la identidad del teatro comunitario como “marca”, es decir, encontrar la construcción simbólica que se plasma a través de una promesa de marca, buscando satisfacer las expectativas de su público objetivo, ya que la estructura de una marca se compone por valores, atributos y beneficios.

Una vez definidas las características que forman la marca “teatro comunitario”, se entra en el ámbito de la comunicación publicitaria, definiendo un target (público objetivo) y el tono de la comunicación que permitirá una relación más directa, personal y participativa entre la marca y el consumidor, es decir, se hablará de las estrategias que permitirán lograr los objetivos de comunicación.

Metodología

El objeto de estudio elegido no ha sido objeto de numerosas investigaciones o estudios, es por esto que se trata de una investigación exploratoria, donde se investigó las características y los objetivos del elemento estudiado; lo que ofrece al público; los canales de comunicación que elige y cómo los utiliza.

La metodología de esta investigación debe posibilitar la recuperación de la subjetividad para poder así analizar las representaciones de los sujetos implicados, desde sus prácticas y significaciones. Por ello se utilizó, como técnica de recolección de datos, la observación participante: durante la investigación se asistió a los ensayos y reuniones de los grupos de teatro comunitario otorgándole a este método de recolección un rol fundamental para registrar las prácticas.

La entrevista abierta realizada a los integrantes de los grupos de teatro comunitario fue otra técnica de recolección de datos, para dar lugar al surgimiento de nuevas ideas no contempladas de antemano. Las preguntas referían a los ejes centrales de la investigación y a partir de ellos quedó en manos de los entrevistados la dirección de sus discursos, que sirvieron para orientar las percepciones que ellos mismos tenían del teatro comunitario. Se logró entrevistar a personas de gran importancia dentro de esta práctica teatral: Edith Scher, directora del grupo teatral comunitario Matemurga en Villa Crespo. También Liliana Vázquez, directora del grupo Los Villurqueros de Villa Urquiza.

Por último se hicieron encuestas al público de teatro comunitario, es decir, a personas que concurren a las obras el día en que fueron realizadas las encuestas, se refiere a 6 obras asistidas y analizadas como *El Fulgor Argentino* de Catalinas Sur; *Zumba la Risa* de Matemurga; *Avanti la Villurca* de Los Villurqueros; *Lo que La Peste Nos Dejó* y *Porque va Lejos* de Pompapetriyos y por último *El Casamiento de Anita y Mirko* del Circuito Cultural Barracas. También al “no” público del teatro comunitario, es decir, encuestas realizadas aleatoriamente de manera presencial o vía online a personas que no asistieron a ninguna obra de este teatro o muchos directamente no lo conocían. Estos dos tipos de encuestas sirvieron para contemplar una mirada externa del teatro comunitario, desde personas que conocen la práctica y personas que no. Se realizaron preguntas más bien cerradas, a diferencia de las entrevistas abiertas, ya que era necesario recolectar el mayor número posible de respuestas de la mayor cantidad de personas en el menor tiempo posible y la encuesta lo permitió.

Concepto de Teatro Comunitario

La siguiente cita servirá de puntapié para un acercamiento al concepto de este arte: “El teatro comunitario es como un conjunto de producciones teatrales realizadas por integrantes no profesionales cuya principal característica sería la de ser un arte de transformación social”. (Bidegain, 2007, p.7).

Éste surge a partir de hacer teatro en una comunidad. Sus integrantes lo hacen porque desean comunicar algo, a través del lenguaje teatral, desde su rol de ciudadanos y ciudadanas a sus vecinos, amigos, familiares, miembros de esa misma comunidad que son los destinatarios de ese mensaje.

La frase más escuchada para definirlo desde los directores e integrantes de los grupos es “un teatro de la comunidad para la comunidad, de vecinos para vecinos”, es decir que se define por quienes lo integran.

El impacto que genera es social, político y estético. Su acción política radica en la posibilidad de instalar un discurso alternativo al sentido hegemónico desde la práctica artístico-comunitaria, como un espacio de innovación ideológica, generando una resistencia a la homogeneización cultural. Lo que hace es visibilizar ciertos hechos ocultos de la historia oficial como también, desde lo social, recordar ciertas prácticas o costumbres que podrían quedar en desuso (la solidaridad, la risa, la reunión en la calle). Desde lo estético, este tipo de teatro apunta a un público que usualmente no concurre a teatros, es por ello, que su forma de expresión debe ser con mensajes fácilmente decodificables. Se le brinda toda la información al espectador, no se piensa en un espectador con información previa.

Su importancia radica en la recuperación de la memoria colectiva y el surgimiento de un nuevo sujeto social con la capacidad de trascender más allá de las obras producidas. Nuevos sujetos políticos que cuestionen el ordenamiento social vigente y que, en consecuencia, comiencen a configurar nuevos modos de sociabilidad y participación colectiva sobre valores de solidaridad y construcción conjunta. La práctica del teatro comunitario está vinculada con la historia, la memoria y la sociedad.

A partir de la asunción del neoliberalismo hacia fines de los 80 y 90, la era de la globalización generó el individualismo que modificó a las sociedades, sumado el contexto postdictatorial en la Argentina, donde se comenzó a ocupar la calle de manera festiva y denunciando la represión que se había sufrido por aquellos años dictatoriales, surgió el teatro comunitario. Una forma de expresión artística para romper las políticas implementadas por el neoliberalismo, para que barrios y pueblos recuperen su voz y su identidad desde la memoria colectiva. Esta memoria colectiva es el motor de las producciones artísticas de este teatro, ya

que parte de historias sociales verídicas que marcaron la identidad de un lugar y de sus integrantes, aunque también puede ser una historia inventada pero que habla de una problemática que atraviesa a la comunidad. Sin embargo, las historias que relatan en las obras no se refieren sólo al pasado, sino también al presente y a la construcción de un futuro mejor.

Estas producciones se crean a partir de que cada integrante aporta lo que sabe, lo que cree y lo que piensa para la conformación del guión. Todos tienen su voz por igual, solo hay un director en los grupos, con conocimientos artísticos, que guía las prácticas y el armado de la obra, pero a la hora de actuar es uno más. Esta característica de horizontalidad es una de las características que hacen “lo comunitario” del teatro. Otra característica que hace a este teatro es que está compuesto por vecinos del barrio donde está asentado el grupo, es decir que no son actores profesionales sino amateurs. Tampoco hay un límite de edad para formar parte, la heterogeneidad es otro elemento propio y la necesidad de que los grupos sean numerosos, nunca pueden ser menos de treinta integrantes, porque de lo contrario se perdería el concepto de memoria colectiva, no habría una representatividad de la sociedad o de la comunidad en la que se presentan. Por este motivo, en la temática de sus obras siempre aparece el “nosotros” en lugar de un “yo”. El sujeto de la historia que se narra es colectivo, no existen protagonismos en las obras, no hay un personaje principal o un héroe individual, por eso es que nunca abordan dramas psicológicos, sino que se trata del poder de la voz grupal, la voz del pueblo, un “nosotros” construido a partir de relatos protagonizados por sectores históricamente postergados: los trabajadores, los inmigrantes, los pueblos originarios, etc. Un relato de los sectores subalternos que quiere establecer una unidad. Un “nosotros” que se transmite a través de un coro. Los grupos crean canciones que son centrales en las obras, ya que es la forma más poderosa para alzar la voz colectiva y poder interpelar al espectador de una forma más llamativa. Todas las historias se relatan a través del canto.

En el teatro comunitario se ve al arte como una práctica transformadora en sí misma, ya que el mismo hacer creativo es transformador. Un arte colectivo que crea una mirada crítica sobre la realidad, generando así una ruptura con la concepción del ocio que se plantea en el tiempo capitalista. Desde el punto de vista capitalista, el entretenimiento es considerado como práctica de ocio improductivo, pero desde el punto de vista de este teatro es un tiempo donde se hace, se crea y se piensan posibles miradas del mundo. La práctica teatral comunitaria crea un ocio productivo, generando la posibilidad de lograr un cambio en la sociedad a partir del arte, del entretenimiento. Por su parte, el tipo de entretenimiento que brinda el teatro comercial es un arte que solo exhibe, remite a algo que no se puede tocar, sobre lo que no se

puede intervenir. En otras palabras, algo que está en un escenario para el disfrute pasivo de quienes lo observan.

El teatro comunitario tiene su poder transformador desde la forma en que se produce la obra como también en la obra misma que es la comunicación directa con el espectador. Desde la dramaturgia, la estética y los géneros que retoma, existe una búsqueda constante en generar un acercamiento con el espectador, procurando el impacto emotivo atravesado por la experiencia vivencial de los acontecimientos representados, ya que hay una inclusión del público como parte de la obra: los actores se dirigen a ellos y les hacen preguntas o formulan comentarios, incluyéndolos en la ficción, disminuyendo la distancia entre actor y espectador, se rompe la ficción y la realidad se junta.

Así mismo, se reconfigura y resignifica a los géneros para lograr una llegada a todo el público, géneros que sin conocerlos explícitamente, forman parte de la memoria cultural comunitaria y estos son:

- El Sainete: Tienen en común la estereotipación y crítica de tipos de personas de diferentes clases sociales como el burgués, el obrero, el inmigrante, con sus modismos y costumbres.
- La murga porteña: Tienen mucho en común, la murga también es una expresión de lo que la comunidad quiere decir por medio de la música y el canto. Lo que las diferencia son estéticas: la puesta en escena, lo actoral, no desde el baile como la murga.
- Teatro Callejero: Ambos usan el espacio público para manifestarse, pero la diferencia radica en que el teatro callejero está compuesto por actores profesionales o que tienen una formación teatral. El teatro comunitario, como se mencionó anteriormente, está compuesto por los vecinos de una comunidad, son amateurs.

El espacio en donde expresan su arte es lo que comparten. Y este espacio público es una característica principal en el teatro comunitario.

Los lugares representativos en un barrio como puede ser una fábrica, escuela o plaza abandonada o con poca presencia en el territorio, pero que sí la tuvo en el pasado, se convierten en el escenario predilecto de los espectáculos del teatro comunitario, ya que estos espacios no solo son grandes en el aspecto físico, sino también en cuestiones simbólicas, porque forman parte de la identidad del barrio. Tanto el espacio como los personajes que conforman al espectáculo son emblemáticos de la comunidad para lograr la apelación a la identidad del lugar. La representación teatral está compuesta a partir de una dialéctica de acontecimientos significativos que marcaron la historia del pueblo o comunidad (la memoria

colectiva), y en el territorio donde se desarrolló ese acontecimiento, adquiriendo así una identidad propia.

Otra característica distintiva es que es autogestivo. La sustentabilidad de cada grupo proviene de los recursos que generan los propios vecinos. Se trata de una organización social, un colectivo, que lleva adelante actividades para el desarrollo y crecimiento del grupo, como por ejemplo, desde el aporte económico de cada participante o también de lo que recaudan con cada función, que puede ser a la gorra o con el abono de una entrada. No hay una comercialización de la actividad. No hay empresarios que tomen las decisiones artísticas y donde las direcciones de las producciones siguen un criterio de ganancia económica y no artística. Únicamente existen negociaciones con diversas instituciones, de parte de los grupos, para conseguir recursos, lugares de ensayo o financiación de modo autónomo.

En resumen, la práctica teatral comunitaria asume un perfil horizontal, autogestivo y reflexivo sobre la realidad que nos compete. Esta práctica genera un terreno de disputa de valores, sentidos e identidades que luchan por ser legitimados, es decir, provoca una conciencia crítica y un impulso revolucionario que cuestiona los modelos hegemónicos de legitimación artística representados por instituciones culturales, como los teatros oficiales o comerciales, donde el entretenimiento es visto como un bien de consumo. Mediante estrategias como el uso de espacios no convencionales o la resignificación de géneros artísticos, el teatro comunitario propone ser una fiesta con potencia transformadora que invita a la reunión de los vecinos, donde apela a un pasado común que los identifica y a un futuro que los interpela.

CAPÍTULO 2: EL TEATRO COMUNITARIO Y SU ASPECTO COMUNICACIONAL



Animación para redes en la semana del teatro comunitario.

Análisis comunicacional

El análisis comunicacional del teatro comunitario argentino en Capital Federal va a tratar de observaciones tanto externas como internas de su comunicación para poder establecer un diagnóstico. De esta manera, se logrará detectar debilidades y potencialidades en el área comunicacional de estos grupos de teatro.

Se utilizarán las cinco fuerzas de Porter, una herramienta comercial, para elaborar un modelo estratégico para determinar el atractivo de este objeto cultural. También la matriz Foda, dentro de esta etapa de análisis y diagnóstico, para la localización e identificación de oportunidades, amenazas, fortalezas y debilidades. Se trata de implementar estas herramientas para entender necesidades y luego satisfacerlas. La estrategia comunicacional que se elabore implementará un conjunto de decisiones sobre acciones a emprender y recursos a utilizar que permitirán alcanzar los objetivos deseados.

A partir de las acciones comunicacionales relevadas, tanto publicaciones en Facebook e Instagram de varios grupos de teatro comunitario; bibliografía sobre los mismos y entrevistas en profundidad con varios de los miembros de estos grupos, se pudo determinar una misión, visión y valores propios de este objeto cultural. Como también se pudo identificar características propias sobre qué producción cultural y social se trata para determinar una estrategia con su posicionamiento más adecuado.

“El problema estratégico es qué deben, en lo simbólico, decir los productos y las marcas. A su vez, simultáneamente con ese ‘qué’ debe estar el cómo deben decirlo. Al tomar en consideración la presencia fundamental de lo simbólico, debemos considerar a su vez sus dos niveles inseparables: el significante y el significado. Esto es, el significante es el ‘cómo’ y el significado el ‘qué’, pero uno no podría existir sin el otro. [...] El ‘cómo’ es el modo del ‘qué’, pero que ‘hace al qué’”. (Wilensky, 1991, pág. 70).

El posicionamiento va a ser la síntesis de la estrategia, la personalidad de este producto cultural, una serie de valores que lo asocian.

Como misión del teatro comunitario se puede identificar, que a partir del arte, se busca alzar la voz de un colectivo de personas para entender las claves de lo que se vive y poder mantener despierta y activa la memoria colectiva de la sociedad argentina. Grupos de vecinos de distintos barrios se reúnen con el objetivo común de contar sus historias y, desde ellas, la situación general de la sociedad y la de su lugar de pertenencia. Es un espacio para la

transformación social, ya que es una transformación que empezará en el grupo, se proyectará en la casa, en el trabajo, su vida cotidiana, llegando a la comunidad de la que forma parte. Una transformación desde la memoria colectiva, pensando no solo en el pasado, sino en el presente y aún más en el futuro. Se subraya la capacidad que tienen los sujetos a criticar lo establecido y crear nuevas miradas sobre la realidad, nuevas significaciones que no podrían darse en un individuo aislado, sino que tienen lugar en el campo colectivo. Los grupos de teatro comunitario son este campo colectivo, donde cada historia individual le va a dar forma a la obra que se quiere mostrar, un producto que es resultado de un proceso particular, ya que es un proceso desde una relación estrecha entre los integrantes y la participación horizontal de los mismos. Este proceso puede asociarse a los preparativos de una fiesta. Es un proceso creativo desde la diversión y el disfrute con un otro, a partir de un vínculo de amistad entre los integrantes. La fiesta que se genera dentro del grupo se transmite al producto resultante, la obra. El proceso creativo de una obra de teatro comunitario es una fiesta colectiva con invitación libre para cualquier persona. Una fiesta revolucionaria.

“Vecinos 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”. (Agustina, directora del Circuito Cultural Barracas, entrevista, 2017).

Los valores que se pueden mencionar son, por un lado, lo colectivo, comunidad, ya que existe un “nosotros” en lugar de un “yo”. Todo se piensa a partir de un “nosotros” colectivo, la individualidad se aparta por completo. La solidaridad también se visualiza como otros de los valores a partir de esto. Por otro lado, la inclusión también se destaca, ya que se trata de grupos abiertos donde cualquier persona está invitada a participar: distintas edades; con o sin conocimientos artísticos previos y de cualquier clase social.

“Somos muchos, hay algunos que vienen con experiencia; otros que no la tienen; otros con dificultades vocales y otros que no la tienen y la idea es hacer un trabajo comunitario, acompañándonos unos con otros, ayudando al que puede con esto y el que puede con aquello, porque la solidaridad es fundamental en un grupo de teatro comunitario” (L. Vazquez, directora del grupo Villurqueros, entrevista, 2018).

Observaciones para un acercamiento a un Plan Comunicacional

Múltiples definiciones sobre lo que es y hace el teatro comunitario

Los grupos de teatro comunitario no cuentan con una correcta especificación de estándares, los mismos se dan por supuestos y de manera implícita. La no especificación de estándares pone al teatro comunitario en una zona de vulnerabilidad en el aspecto comunicacional, ya que no asegura una homogénea presentación del producto cultural. Así mismo, la comunicación no está realizada en base a un plan comunicacional o de posicionamiento. Se realiza de acuerdo a una necesidad que se presenta en un momento dado y para un objetivo de corto plazo, como es generalmente el estreno o reestreno de una de sus obras.

En principio, se entiende por estándar a las características específicas que sirvan como modelo o punto de referencia para definir un objeto.

En el caso del teatro comunitario se rescatan las siguientes características distintivas para poder definirlo: su discurso parte de un “nosotros” construyendo la idea de comunidad, un colectivo, no posee un discurso individualista. Se piensa como un espacio para la transformación social, desde el proceso (creación del relato y ensayos) hasta llegar a la obra. Por esto, tanto para el integrante del grupo como para el espectador de la obra va a ser un espacio transformador, donde el mensaje se replique en la comunidad que habitan los sujetos y a su vez se termine por reflejar en la sociedad. Es también un arte inclusivo, donde no importa la edad o si existe alguna discapacidad o, desde el punto de vista artístico, no haya una formación actoral, ya que la mayoría de los integrantes no son actores profesionales.

Comunidad; arte colectivo; arte inclusivo; arte transformador, escuela artística y social son las características principales que definen el estándar de lo que refiere ser el teatro comunitario.

Todas estas características no se visualizan fácilmente en la comunicación tanto de facebook como instagram:



¹ Matemurga *Inicio* [Página de Facebook]. Facebook. Recuperado el 2 de Septiembre de 2019 de [https://www.facebook.com/MatemurgaVillaCrespo/photos/a.131300746937766/2558473584220458/?_cft__\[0\]=AZVlsvGCSpAHUHXwwwJ9kwTKgtHsIs9weX0l-fVQgadmjiHeDhTFIt8dn7jXjT5prIbSxceojGilXqATelOnRNoKdhuL4fGQ-zwLifuzCtJd-PPuB-KQ4czVO8a1-rB1OCZcE4df-1EvF-E9cQShGH_1&__tn__=EH-R](https://www.facebook.com/MatemurgaVillaCrespo/photos/a.131300746937766/2558473584220458/?_cft__[0]=AZVlsvGCSpAHUHXwwwJ9kwTKgtHsIs9weX0l-fVQgadmjiHeDhTFIt8dn7jXjT5prIbSxceojGilXqATelOnRNoKdhuL4fGQ-zwLifuzCtJd-PPuB-KQ4czVO8a1-rB1OCZcE4df-1EvF-E9cQShGH_1&__tn__=EH-R)

² Matemurga *Inicio* [Página de Facebook]. Facebook. Recuperado el 6 de Octubre de 2019 de [https://www.facebook.com/events/2395969927323509/?ref=newsfeed&_cft__\[0\]=AZVUyeVspbXmpE8EPiAz7BK6uIr3Uprb2oF5qnrqUNlpaAjpi7TBamUT_2Rd3k-xAdzcmCERABU8bKmfvM3PJy4YZ8x8buCDS0JbYNNLS7294Bh-qg5RDAJXsA8HAXL82QeaHuiabmQtlUgUxl6ykeZm&__tn__=H-R](https://www.facebook.com/events/2395969927323509/?ref=newsfeed&_cft__[0]=AZVUyeVspbXmpE8EPiAz7BK6uIr3Uprb2oF5qnrqUNlpaAjpi7TBamUT_2Rd3k-xAdzcmCERABU8bKmfvM3PJy4YZ8x8buCDS0JbYNNLS7294Bh-qg5RDAJXsA8HAXL82QeaHuiabmQtlUgUxl6ykeZm&__tn__=H-R)



3



4

³ Villurqueros *Inicio* [Página de Facebook]. Facebook. Recuperado el 23 de julio de 2019 de [https://www.facebook.com/losvillurqueros/photos/a.1500840840205848/2198859033737355/?_cft__\[0\]=AZVItibKaWU-Rkimm1DPJoSZLOmo_Ykd9MTqhB3K_Ipqd1qBWHj_y94gKNf3UhWsJf8Pc-Mm6tScrlmUsas2TTvykPufSyRpO1NcGkWnX_kbybUfKkZ_yHD2s-ErYGVX5tTKsGW_kEDZx71WjJVKLT&_tn_=EH-R](https://www.facebook.com/losvillurqueros/photos/a.1500840840205848/2198859033737355/?_cft__[0]=AZVItibKaWU-Rkimm1DPJoSZLOmo_Ykd9MTqhB3K_Ipqd1qBWHj_y94gKNf3UhWsJf8Pc-Mm6tScrlmUsas2TTvykPufSyRpO1NcGkWnX_kbybUfKkZ_yHD2s-ErYGVX5tTKsGW_kEDZx71WjJVKLT&_tn_=EH-R)

⁴ Villurqueros *Inicio* [Página de Facebook]. Facebook. Recuperado el 15 de julio de 2019 de [https://www.facebook.com/losvillurqueros/photos/a.1500840840205848/2193403527616239/?_cft__\[0\]=AZXp4nHss8m-LFWRoydo_96IlqL6cY_YZO9c0O1VAtpEDG7WX5ROpvnO1aItKpCvGhOGYQ9x1zaIy8-FGUwDTuqojANw_q0NVdZgU3FNGi93DP0Ev_NX4nq6OpB3fykodRUmrIKIkEKH1WmZEEgtoskd21Bg6A3UnyQTZFRnMonrGA&_tn_=EH-R](https://www.facebook.com/losvillurqueros/photos/a.1500840840205848/2193403527616239/?_cft__[0]=AZXp4nHss8m-LFWRoydo_96IlqL6cY_YZO9c0O1VAtpEDG7WX5ROpvnO1aItKpCvGhOGYQ9x1zaIy8-FGUwDTuqojANw_q0NVdZgU3FNGi93DP0Ev_NX4nq6OpB3fykodRUmrIKIkEKH1WmZEEgtoskd21Bg6A3UnyQTZFRnMonrGA&_tn_=EH-R)

Estas publicaciones en sus redes sociales, corresponden a dos grupos de teatro comunitario que sirven como muestra para visualizar el tipo de comunicación que tienen todos los grupos del teatro comunitario a nivel general: una comunicación con un objetivo a corto plazo, solo informativo de los próximos estrenos y/o reestrenos de sus obras.

Los resultados que produce tener un tipo de comunicación solo informativa (solo para dar a conocer los próximos estrenos, reestrenos o talleres) provoca que el público, que nunca tuvo un acercamiento con este arte, no entienda de qué se trata específicamente: su objetivo de integración y transformación; su organización horizontal; lo que brinda, ya sea amistad, protección, contención, crecimiento personal y diversión, tanto a sus integrantes como a los espectadores. Así es como toda esta información queda fuera de su comunicación. Su comunicación se basa en comunicar la existencia de una obra o ensayos, pero no se visualiza un tipo de comunicación con el deseo de atraer público o nuevos integrantes.

Dado que en las redes sociales de estos grupos no existen publicaciones definiendo las características propias del teatro comunitario, cada grupo arma su propia definición sin crear una identidad homogénea del mismo. Esto provoca que personas ajenas a este arte no entiendan de manera clara lo que diferencia este tipo de teatro con otros.

En resumen, actualmente el teatro comunitario cuenta con un tipo de comunicación informativa y no con un tipo de comunicación que gestione construcciones identitarias y que, a su vez, transmita los objetivos y valores del mismo.

“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 algún videito o foto. Todavía no hay una programación, una estrategia”. (Integrante, grupo Pompapentriyasos, entrevista, 2017).

La cita corresponde a una entrevista realizada al grupo de teatro comunitario Pompapentriyasos y denota que la comunicación no se realiza en base a un plan comunicacional o de posicionamiento.

Crear publicaciones con los tipos de valores, motivaciones, más las características ya mencionadas de este tipo de arte sería un primer paso para pensar el plan comunicacional de los grupos de teatro comunitario: hablar sobre el arte colectivo; la solidaridad en el grupo; la necesidad de no aceptar una realidad social que afecta a la comunidad y que existe la posibilidad de manifestarse y pensar otra realidad social, en este caso desde el arte; el grupo

como espacio de contención y como escuela artística y social, es decir, publicaciones resaltando las experiencias, tanto de los integrantes que se sienten como parte de una familia, como de los espectadores al ver la obra.

“Empiezo teatro comunitario en el año 2000, cuando me entero que mi señora tiene la enfermedad terminal de cáncer. Eso lo encontré como un espacio donde bajaba de todo esto que venía sucediendo en ese año [...] entonces traté de buscar mi espacio y el espacio para mis hijas [...] para mí, fue una contención muy importante para mis hijas”. (Omar, integrante Catalinas Sur, entrevista, 2018).



⁵ Circuito Cultural Barracas *Inicio* [Página de Facebook]. Facebook. https://www.facebook.com/ccbarracas/?ref=page_internal

Quienes Somos?

 CIRCUITO CULTURAL BARRACAS · DOMINGO, 5 DE AGOSTO DE 2018 ·

El Circuito Cultural Barracas es un proyecto artístico comunitario que promueve a través del arte, procesos de transformación social para la construcción de ciudadanía y la promoción de la equidad y de la inclusión social.

Es un ámbito de trabajo colectivo para imaginar y producir ideas, valores y prácticas que contribuyan a revertir situaciones de exclusión y a construir y fortalecer el capital social de nuestra comunidad.

El nombre "Círculo" expresa nuestra forma de trabajo, que busca generar sinergias entre diferentes actores comprometidos con el desarrollo comunitario y promover que el proyecto "circule" o "atravesese" las distintas realidades socioeconómicas y culturales del barrio, conformado mayoritariamente por sectores medios-bajos y pobres.

Trabajamos desde el año 1996 en el barrio de Barracas y nos constituimos como Asociación Civil sin fines de lucro en el año 2001.

6

Estas imágenes son una muestra particular de un grupo de teatro comunitario que muestra un punto importante a tener en cuenta para todas las páginas de los grupos de teatro comunitario, ya sea Facebook o Instagram. Una presentación del grupo, quiénes son, lo que hacen, para qué lo hacen (su objetivo), todo enmarcado desde lo que es el teatro comunitario. Dicha presentación solo se visualiza en pocas páginas de teatros comunitarios, pero es importante que exista en todas, ya que ayudaría a la hora de establecer una definición homogénea de lo que es el teatro comunitario para las personas que tienen un primer acercamiento a este tipo de arte.

Como se mencionó anteriormente, un aspecto importante en la comunicación que no debería faltar es la de comunicar los valores que representan significativamente al teatro comunitario, estos son la solidaridad y la inclusión. Formas de mostrar estos valores sería mostrando publicaciones sobre la heterogeneidad de los integrantes; descripción de cada uno: semanalmente publicar nombre, profesión, edad, hobbies y una foto de cada integrante. También otro tipo de publicación sería hacer énfasis en el valor de la entrada, que es a la gorra en su mayoría, en el caso que sea preestablecida, resaltar que no es un impedimento para el

⁶ Circuito Cultural Barracas *Inicio* [Página de Facebook]. Facebook.
https://www.facebook.com/ccbarracas/?ref=page_internal

que no la pueda pagar, ya que toda persona es bienvenida y puede de todas maneras formar parte del público.

Por otro lado, lo comunitario y colectivo se podría visualizar desde publicaciones sobre la producción horizontal que se pretende a la hora de producir las obras: describir paso a paso el modo que se va creando una nueva producción teatral, y así demostrar la participación de todos los integrantes en su conformación. Lo comunitario demostrado a través de publicaciones del trabajo que se realiza en los ensayos, sumado el trabajo grupal desde la creación del vestuario y maquillaje, siendo los mismos integrantes quienes se ocupan de ello. Tipos de publicaciones que muestren a través de videos o fotografías que en todos los grupos de teatro comunitario se genera el encuentro con un grupo de cercanía donde se toma mate y se comparten vivencias, pero al mismo tiempo se aprende canto, baile, actuación y se crea la idea de que otra realidad social es posible a través del intercambio de ideas y propuestas para las producciones teatrales futuras, todo esto por medio de los ensayos semanales que tienen todos los grupos.

Armar este tipo de publicaciones generará una identificación de manera más directa de lo que es y significa el teatro comunitario para las personas que no presenciaron ninguna obra o lo escucharon nombrar. También generará una identificación de manera homogénea para los grupos que comienzan a formarse. Más publicaciones que muestren lo que es el teatro comunitario y menos publicaciones informativas de lo que el teatro produce.

La finalidad de sus actuales comunicaciones publicitarias es lograr una transacción concreta y de corto plazo. Se realiza un tipo de comunicación exclusivamente dirigida a este fin, pero no tienen como objetivo crear una identidad con valores definitorios. Está principalmente dirigida a brindar información dura al público: datos, fechas, horarios y dejan de lado el contenido emocional o persuasivo, sumado a que la comunicación es escasa, ya que solo publican cuando se lleva a cabo la obra a estrenar o reestrenar. Por lo tanto, en su dimensión simbólica, hay una escasa imagen de las organizaciones de teatro comunitario y sus valores asociados, lo que provoca que el componente simbólico esté insuficientemente atendido.

En conclusión, con respecto a la comunicación de todos los grupos de teatro comunitario, a partir del relevamiento de publicaciones en las redes sociales, se determina que las mismas son insuficientes y carecen de planificación y desarrollo estratégico concernientes a la consecución de objetivos de promoción y posicionamiento de una identidad definida, como también deja de lado la comunicación de beneficios y emociones.

Sentido de pertenencia

Como primer aspecto a considerar en el proceso de identificación es el espacio, el barrio que los representa. Los grupos crean un alto nivel de pertenencia a partir de la apropiación de un espacio, generalmente representativo, en el barrio: una escuela; fábrica abandonada; plaza, etc. Los integrantes se sienten identificados con ese lugar físico que es su punto de encuentro y que identifica al barrio al mismo tiempo. Ellos lo limpian, lo arreglan, lo decoran y lo cuidan como si fuera su propia casa, pero sí es la casa del grupo, por esta característica se da el clima de familiaridad que representa al teatro comunitario. No solo se trata de un espacio para ensayar y crear obras de teatro, sino que es considerado un espacio de encuentro y contención para muchos de los integrantes.

“Crecí, decía, y Matemurga hizo mucho para eso. Me dio la posibilidad de hacer cosas que no sabía que podía hacer y de mejorar lo que ya traía. Me dio amigos, algunos que ya no están en el grupo pero sí en mi vida, me dio personas de las que no llegué a ser amiga pero a las que admiro profundamente, me dio compañeros siempre dispuestos a ponerse el proyecto al hombro, me dio cómplices para emprender en paralelo aventuras musicales, [...]. Me dio la posibilidad de cantar sola en lugares a los que jamás hubiera llegado sola y de actuar en sitios que jamás había imaginado. Me dio la capacidad de construir un nosotros, de creer en nosotros, de ser un nosotros.” (Liliana, integrante Matemurga, revista 10 años de Matemurga, 2013).

“Matemurga es precisamente eso. Mi casa lejos de mi casa, mi familia sin concordancia de genes. Me hace pensar que los porteños sí pueden ser gente copada, que esta jungla de cemento no está repleta de individualistas, que muchas veces el arte no pasa sólo por aprender la técnica necesaria para desempeñarse en tal o cual disciplina, sino que va más allá de lo que alguna vez imaginé.” (Mere, integrante Matemurga, revista 10 años de Matemurga, 2013).

La obra que produce colectivamente cada grupo de este tipo de teatro, también es un punto en común que tienen los integrantes. No solo comparten los ensayos sino el proceso de armado y reestructuración de la misma. Así se da el vínculo de estos vecinos, actores amateurs que comparten un proyecto en un espacio significativo para el barrio que tienen en común.

El teatro comunitario que tiene una perspectiva comunitaria y colectiva promueve tanto el hacer en conjunto en el grupo, como en la vida cotidiana, dejando de lado la perspectiva

individualista que promueve desde hace tiempo el sistema capitalista. Creando así una imagen identitaria colectiva donde prevalece una discursividad apelando continuamente al “nosotros” que abona el sentido de pertenencia y de integración.

Es así como se visualiza un proceso de identificación desde dos aspectos. En un primer momento, el sentido de pertenencia está vinculado a un espacio físico y en el proceso del producto tangible que es la obra. De este modo, los integrantes comienzan compartiendo un mismo barrio y como grupo empiezan a reunirse en un lugar representativo para el mismo, devenido en sala de teatro para exponer la producción creada por ellos mismos de forma colectiva. Como segundo aspecto la pertenencia está reflejada a través de su discursividad. A partir de un “nosotros” como comunidad dentro de un grupo, dejando de lado las individualidades y pensarse siempre en colectivo, remarcando su aspecto de horizontalidad en cuanto a la toma de decisiones, ya que al tener voz todos los integrantes, se crea un espacio de debate que no se encuentra frecuentemente en la sociedad actual.

“No hay que desdeñar el potencial que tiene la tarea artística como motora, como motor de este ensanchamiento, de esta posibilidad de un horizonte mejor y ni hablar cuando se viven tiempos aciagos, en los cuales, todo parece que lo deciden otros. Así que me parece que de eso estamos hablando, de la subjetividad; de la comunidad; de la posibilidad de construir por fuera de lo que está impuesto; de crear lazos; de imaginar el mundo que se quiere. El arte te propone imaginar mundos, no conformarte únicamente con el que hay, mirar el mundo, reflexionar sobre él, todo eso va transformando a la gente que viene y a los que vienen a ver el espectáculo de alguna manera también, muchos de ellos se suman, sino no seríamos tantos.” (E. Scher, directora de Matemurga, entrevista, 2018).

Esta discursividad que empieza desde el interior de los grupos, se transmite luego en sus obras:

*“Somos el pueblo,
que ya está re podrido
de oír tantas mentiras
en boca del poder.
Hoy en las calles
resuena nuestra bronca
tengan mucho cuidado
con lo que van a hacer*

*Hay un nuevo presidente
rumor entre la gente
muchas preguntas y expectativas también
si hace lo que se dijo
y pone rumbo fijo
defenderemos nuestros derechos con él.
Porque una patria más humana, libre
justa y soberana
es lo que todos queremos tener también”.*⁷

A partir de la exposición de la obra, el espectador empieza a formar parte de esta discursividad mencionada. “[...]Porque una patria más humana, libre justa y soberana es lo que todos queremos tener también”, aquí se apela a un “nosotros”, donde no queda reducido sólo al grupo de teatro comunitario, sino que se integra también al espectador en este colectivo.

Directores calificados

Para lograr la calidad artística que se aprecia en numerosas obras de teatro comunitario, los directores que dirigen cada grupo cuentan con una trayectoria en el ámbito artístico. Las directoras entrevistadas de los grupos Villurqueros (Villa Urquiza) y Matemurga (Villa Crespo) sirven como muestra particular que dan prueba a esta afirmación para los demás grupos:

- Liliana Vázquez, directora de Villurqueros.

Se formó y trabajó como actriz, vestuarista, clown, titiritera y dirección, junto y con diversos maestros de la talla de: Raúl serrano, Manuel Iedvabni, (distanciamiento Brechiano) Jorge López Vidal, Jorge Venturini , Luis Rosinni, Raquel Albéniz, Arturo Bonín, Ricardo Talento, Alfredo Iriarte, Jean Jaques Lemetre. Formó parte del Galpón del Sur, Teatro Popular y colaboró en la icónica actividad artística del Teatro Abierto en plena censura de la dictadura militar. Desde el 2002 dirige y realiza el vestuario del grupo Los Villurqueros, grupo de 40 actores con más de 5 obras, 2 declaradas de interés cultural por la legislatura porteña “Avanti la Villurca” y “Grafa, memoria de un pueblo”. (fuente de Alternativa Teatral).

- Edith Scher, directora y fundadora del grupo Matemurga.

⁷ Canción “De vuelta”. El fulgor Argentino, Catalinas Sur

Es egresada de la Escuela de Teatro de Buenos Aires, de Raúl Serrano. Estudió Letras en la UBA. Es cantante y música. Concurrió a la escuela de clown de Marcelo Katz. Da talleres de teatro comunitario en todo el país y fue convocada por diferentes festivales para dirigir y dar capacitaciones. Algunos de ellos son: el Imaginarius, de Portugal (2013), el ETC de Madrid (2012), el International Community Art Festival, ICAF, de Rotterdam (2011). También, fue convocada por el Grupo Nuestra Gente, de Medellín, Colombia, para dirigir un espectáculo, en el marco del MDE15, organizado por el Museo de Antioquia (2015) y por el grupo Teatro Andante de Todos, de Bayamo, Cuba, para dar un taller de teatro comunitario en el marco del 25° aniversario de ese grupo. (2016). En 2018 volvió a viajar a Cuba, esta vez a la ciudad de Las Tunas, para dar un taller de teatro comunitario en el marco del 4° Encuentro Internacional de Payasos. En noviembre de 2018 estuvo a cargo de un taller de teatro comunitario en el Festival Mexe, en la ciudad de Faro, Portugal.

Publicó el libro Teatro de vecinos. De la comunidad para la comunidad, de la editorial Inteatro, que se reeditó en 2018 en Donostia, y Matemurga 2002-2012, que escribió conjuntamente con Liliana Palavecino. Colaboró en publicaciones especializadas, tales como la mexicana “Paso de gato”, y el libro Arte e comunidade, Fundação Calouste Gulbenkian, DGArtes e PELE, de Portugal.

Como periodista fue columnista de teatro en diferentes programas de radio. Condujo el programa de radio del Instituto Nacional del Teatro y participó de la experiencia de Funámbulos radio, en cuya revista colaboró durante varios años. Fue crítica del sitio “Alternativa Teatral”. También colaboró en la revista “Picadero”. (fuente de revista digital APU, agencia Paco Urondo).

“La quiero mucho a Liliana, saca mi potencial creativo desde hace 3 años” (integrante del grupo villurqueros, comunicación personal, 2018).

“La calidad de actuación de los integrantes del grupo me sorprendió, no puedo creer que no sean actores profesionales, ¡gran dirección!”, (espectador, encuesta, 2018).

Roles indiferenciados

No se detectan roles marcados entre los integrantes de los grupos, ya que realizan más de una actividad dentro del grupo, factor producido por el trabajo en equipo. Su aspecto colectivo, que se manifiesta como característica principal del teatro comunitario, provoca en

el plano de la comunicación una insuficiente disponibilidad de dedicación para dar a conocer sus producciones y acerca de este movimiento cultural.

Como la comunicación del teatro comunitario es informativa, ya que el objetivo queda solo en informar sobre la existencia de una obra y no en atraer público o integrantes, se observa que no existe una planificación para llevar a cabo un plan comunicacional organizado por el mismo grupo de personas a largo plazo. Por su comunicación a corto plazo y solo de carácter informativo, no se ve la importancia que un mismo grupo de personas maneje el área comunicacional. Sin embargo, hay grupos que sí tienen a una o varias personas asignadas para la comunicación, pero de todas formas no se ocupan exclusivamente a la comunicación, sino también a otras actividades que se requiera en el grupo, quitándoles disponibilidad para que puedan abocarse a un proceso en el diseño de un plan comunicacional. Esto ocurre por su aspecto colectivo que representa el teatro comunitario, donde todos participan en todas las actividades que requiera el grupo, como la limpieza del espacio, diseñar el vestuario y el tipo de maquillaje para la obra, pero en el caso de la comunicación es contraproducente. Es necesario una misma persona o varias que solo se aboquen a la comunicación para establecer objetivos y llevarlos a cabo, en plan al deseo de atraer público e integrantes y no solo informar las obras que producen. Se comunica el producto, pero no el productor o el proceso que hay detrás de la obra, siendo éste lo más significativo del teatro comunitario, como tampoco los beneficios que otorga.

El hecho de que no se establezca un plan comunicacional en los grupos de teatro comunitario para un nuevo público o integrantes, provoca que el mayor porcentaje de asistencia a sus obras sean principalmente personas relacionadas con los integrantes que ya forman parte de los grupos.

Ausencia de un target

No tienen un receptor delimitado a quien dirigirse en el plano de la comunicación. Su mayor forma de comunicación es el boca a boca, provocando que el mayor porcentaje de su público que asiste a sus obras sean personas relacionadas con los integrantes de los grupos.

“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.” (integrante Pompapetriyasos, entrevista, 2017).

“Siempre decimos que lo nuestro es el boca a boca [...]. 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.” (integrante circuito cultural Barracas, entrevista, 2017).

Para que la comunicación tenga un efecto es importante que no se cometa el error de querer llegar a todo tipo de público, ya que solo provoca que la efectividad de la estrategia comunicacional se diluya y que finalmente el mensaje que se quiera transmitir no sea relevante para nadie. Es preciso saber a qué grupo de personas se quiere hacer llegar el mensaje: definir quién es, cómo es y dónde está la segmentación del receptor que le interesa este producto cultural, ya que un mensaje para todos no es un mensaje para nadie. Es importante segmentar a un público para llegar mejor con la comunicación. Los beneficios que genera la segmentación de un público es poder definir un tono en la comunicación en un particular canal de comunicación y asegurar una efectiva interpelación.

Deficiente presentación del teatro comunitario en la comunicación

Existe una diferencia de este objeto en la comunicación y lo que se refleja en la realidad. Su comunicación no tiene la calidad que tiene el producto cultural.



La imagen de arriba es un ejemplo del tipo de foto que no debe ser elegida para ser subida a las redes. Se observa un dedo en el margen superior izquierdo; el enfoque de la foto permite

⁸ Matemurga [@matemurga]. (6 de octubre de 2019). *Falta el aire* [Fotografía]. Instagram. https://www.instagram.com/p/B3RznPBAU7j/?utm_source=ig_web_copy_link

ver un cartel publicitario al fondo a la derecha y un auto estacionado a la izquierda. Denota que es una foto de un celular con pocos megapíxeles, por la baja calidad y poco contraste.

Otro tipo de foto es mostrar al público presente:



Pero igual que antes, no demuestra de la mejor manera el espectáculo y, en este caso, con público. La calidad de la foto y el que esté fuera de foco es lo que más llama la atención.

Además tras la falta de personas asignadas dentro del grupo para el rol de la comunicación y la falta de un diseño para un plan comunicacional con un posicionamiento específico a un receptor delimitado, provoca que en la mayoría de los casos se observe publicación tras publicación de estrenos o de reestrenos de obras creadas.



⁹ Circuito cultural Barracas [@ccbarracas]. (14 de enero de 2021). *Año 2005, fuimos "Declarados de Interés Cultural por la Legislatura de la Ciudad de Buenos Aires"* [Fotografía]. Instagram. https://www.instagram.com/p/CKBymIVAvW2/?utm_source=ig_web_copy_link

¹⁰ Grupo Catalinas Sur *Foto de portada* [Página de Facebook]. Facebook. Recuperado el 11 de diciembre de 2019 de <https://www.facebook.com/grupodeteatrocatalinasur/>



11

¹¹ Grupo Catalinas Sur *inicio* [Página de Facebook]. Facebook. Recuperado el 11 de diciembre de 2019 de [https://www.facebook.com/grupodeteatrocatalinasur/photos/a.413009245473316/2534682413305978/?__cft__\[0\]=AZXLGcbhXVabNr9ontFEk-uT7AIMOkp5yhyTuYIh8X6gYnRY9guT2IGx_2Wvzu0nxbtqRMcdu7oxGtJbIFKJVbtrH-Zcmh1n0lqwLmzVN3vNLOXWzY8ESmw_IrTBGNSZ71PZ9tGezkui_m5s2w5zHq4L&tn=EH-R](https://www.facebook.com/grupodeteatrocatalinasur/photos/a.413009245473316/2534682413305978/?__cft__[0]=AZXLGcbhXVabNr9ontFEk-uT7AIMOkp5yhyTuYIh8X6gYnRY9guT2IGx_2Wvzu0nxbtqRMcdu7oxGtJbIFKJVbtrH-Zcmh1n0lqwLmzVN3vNLOXWzY8ESmw_IrTBGNSZ71PZ9tGezkui_m5s2w5zHq4L&tn=EH-R)



Estas publicaciones del grupo Catalinas Sur sirven para reforzar la muestra del carácter informativo que tiene la comunicación del teatro comunitario en sus redes sociales. El objetivo que se plantea, en este trabajo, es el de organizar la comunicación del teatro comunitario equivalente a la organización que se realiza en las producciones teatrales: representar en la comunicación la calidad que se percibe en directo, dejar la comunicación informativa y comenzar con una comunicación publicitaria donde se dé a conocer este producto cultural de la mejor manera posible.

Además el teatro comunitario es amateur, es decir, que no cuenta con actores profesionales, es la participación de vecinos que se juntan para crear de manera colectiva. Esta característica de amateur provoca un prejuicio acerca de la calidad de las producciones artísticas, porque los que participan no son actores profesionales. Sin embargo, una de las características que se observa en las producciones de los grupos de teatro comunitario reside precisamente en la calidad de las obras que son la carta de presentación en directo. La dimensión visual del teatro comunitario es fundamental, al lado de la música y de la dramaturgia.

¹² Grupo Catalinas Sur *inicio* [Página de Facebook]. Facebook. Recuperado el 4 de diciembre de 2019 de <https://fb.watch/6QsOtRQc72/>

Por ello, desde el punto de vista fotográfico, se tendrían que establecer estándares en la calidad de imagen para darse a conocer en las redes sociales. Fotografías que, dentro de lo posible, no sean sacadas con un celular; imágenes con varios megapíxeles, contraste y enfocadas, donde se resalte principalmente los rostros de los vecinos actores, el maquillaje, vestuario y escenografía y que estos elementos ocupen el total del encuadre para que no haya distracciones externas por fuera de la obra. Ejemplo de esto último es la imagen a continuación:



13

Esta foto retrata la misma obra que la foto de la primera imagen de este punto, pero de una manera diferente: se observa la calidad de maquillaje; vestuario y las expresiones de los rostros en detalle. Sin dejar de mostrar, de fondo, la sala característica de las obras de teatro comunitario, el espacio público.

¹³ Matemurga [@matemurga]. (3 de noviembre de 2019). *Falta el aire* [Fotografía]. Instagram. https://www.instagram.com/p/B4bVbopAVMr/?utm_source=ig_web_copy_link



14

En el caso de la foto con público, esta última tiene un enfoque donde puede visualizarse gran parte del público presente; los vecinos actores de la obra y la escenografía. Es necesario que varios elementos de la obra se muestren constantemente en las fotos y con la nitidez necesaria para lograr plasmar en las redes, la calidad de la producción que se observa en vivo.



15

¹⁴ Los Villurqueros *inicio* [Página de Facebook]. Facebook. Recuperado el 25 de mayo de 2020 de [https://www.facebook.com/losvillurqueros/photos/pcb.2452331698390086/2452324235057499/?_cft__\[0\]=AZXKH0R6FMC8oozbLg21gnM-amnsXRGPIPem0vPct160tDi81URjzBC22SysZA073fkuoUyfM9HY2L64mLt2nwwXsOIXuOMKbxe5-sXL74dkVil6eOTHfHmJymSUUXu7k1rApVlr3InX_J7MuNVray2e&tn=*bH-R](https://www.facebook.com/losvillurqueros/photos/pcb.2452331698390086/2452324235057499/?_cft__[0]=AZXKH0R6FMC8oozbLg21gnM-amnsXRGPIPem0vPct160tDi81URjzBC22SysZA073fkuoUyfM9HY2L64mLt2nwwXsOIXuOMKbxe5-sXL74dkVil6eOTHfHmJymSUUXu7k1rApVlr3InX_J7MuNVray2e&tn=*bH-R)

¹⁵ Circuito cultural Barracas *inicio* [Página de Facebook]. Facebook. Recuperado el 4 de diciembre de 2013 de <https://www.facebook.com/ccbarracas/photos/a.10150335504030640/10153463202010640>



16

Estas últimas imágenes reflejan el nivel de producción de todas las obras de teatro comunitario. Se observa el vestuario adaptado para cada obra, tanto si es de época o contemporáneo, como la diferenciación entre clases sociales y ocupaciones. Con el maquillaje sucede lo mismo. Las herramientas que tienen disponible, lo que cada vecino-actor puede conseguir como también lo que sabe hacer, todo contribuye a plasmar una puesta en escena de calidad profesional. Existe la voluntad de producir con sentido estético desde todos los conocimientos que tengan los integrantes de los grupos, trabajando colectivamente con lo que cada uno puede aportar: Confección del vestuario; conocimientos de maquillaje artístico; conocimientos de peluquería; habilidades manuales para la escenografía y así poder conseguir una puesta en escena de nivel profesional. La participación de cada individuo con su propio bagaje, suma potencialmente creatividad al proyecto. La posibilidad de generar un espacio de construcción colectiva en torno al arte y la participación en los talleres de este teatro, que semanalmente se realizan para los miembros, debe ser vista como una forma de entrenamiento artístico, donde las técnicas que el profesional de teatro le enseña, quien es generalmente el director/a del grupo, a lo largo del año podrán potenciar sus talentos y ponerlos en contacto con el mundo de lo lúdico, que en algunos casos, no han tenido la oportunidad de abordar o reconocer antes. Y así culminar las actividades anuales con una obra de teatro o puesta en escena comunitaria, con ideas y guiones propios, donde las personas aportan todo lo que aprendieron desde el punto de vista técnico, pero donde también transmiten sus sentimientos y sus saberes, es decir su propia cultura, da como resultado una obra de teatro con actores amateurs, pero con nivel profesional.

¹⁶ DespaRamos. (2019) *Mujeres de Ramos*.
<http://conti.derhuman.jus.gov.ar/2019/12/ae-teatro-comunitario.php>

“Hacemos teatro amateur, pero de manera profesional.”(L. Vázquez, directora de Villurqueros, entrevista, 2018).

En el plano de la comunicación, el plan comunicacional es la herramienta necesaria para visualizar la calidad de sus producciones. La fotografía y los videos en sus redes sociales son los recursos más efectivos para lograr este objetivo. Principalmente videos, ya que el formato audiovisual logra más fácilmente diferenciar al teatro comunitario. A través de la imagen y poder escuchar las canciones; testimonios de los integrantes y espectadores, muestra de manera más efectiva las especificaciones de este arte para poder diferenciarlo mejor con otros tipos de teatro. La fotografía, si bien es el modo menos efectivo que tiene el teatro comunitario para poder distinguirse, no debe faltar, pero sin cometer los errores mencionados al comienzo.

Los espectadores recomiendan ir al teatro comunitario



17

¹⁷ Los Villurqueros *opiniones* [Página de Facebook]. Facebook. Recuperado en 2019 de https://www.facebook.com/losvillurqueros/reviews/?ref=page_internal

4.9
4.9 de 5
Basada en la opinión de 51 personas

¿Recomiendas Matemurga de Villa Crespo?

Las calificaciones y las opiniones han cambiado
Con las recomendaciones, ahora es más fácil buscar grandes empresas.

Recomendado por 20 personas

MÁS ÚTILES | MÁS RECIENTES

Graciela Susana Fuentes Briones recomienda Matemurga de Villa Crespo
11 de diciembre a las 13:00
El maravilloso equipo humano. Talentos y maravillosas personas... un placer y un lujo conocerlos como representantes del Teatro Comunitario.

1

No gusta | Comentar | Compartir

Escribe un comentario...

Mynara Luna recomienda Matemurga de Villa Crespo
12 de abril
excelentes espectáculos, atractivos por dónde se los mire, gran despliegue en escena de todos los artistas

18

Recomendaciones y opiniones

Recomendado por 85 personas

- excelentes obras .LOS ACTORES ,LA ESCENOGRAFIA,LA MUSICA N OS CUENTAN LA HISTORIA DE NUESTRA PATRIA
2 de diciembre
- calidad
ideas
prácticas
recuperación de memoria
Identidad
31 de agosto
- Es "ARTE"... si tendencioso, al mirar una expresión artística lo ideológico, en mi caso claro, desprendo una cosa de la otra, puedo ver un grupo de ignotos artistas ...otros no tanto, que ponen su arte, su don, cantar, tocar un instrumento...es valioso!!!muyyy...que haya gente que piense distinto y lo pueda decir...es muy importante...quien tiene "la verdad"?..como expresión artística Muyyy Buena...
15 de abril de 2018

19

El teatro comunitario tiene la característica de romper siempre la cuarta pared en sus obras. Se entiende como cuarta pared a esa pared imaginaria frente al escenario de muchas obras de teatro convencional y dominante, donde hay una separación entre los actores y el público, no hay una comunicación directa entre estos. Romper la cuarta pared significa una interacción con los espectadores y eso es lo que hace el teatro comunitario. Los

¹⁸ Matemurga *opiniones* [Página de Facebook]. Facebook. Recuperado en 2019 de https://www.facebook.com/MatemurgaVillaCrespo/reviews/?ref=page_internal

¹⁹ Teatro Catalinas Sur *opiniones* [Página de Facebook]. Facebook. Recuperado en 2018 de https://www.facebook.com/grupodeteatrocatalinasur/reviews/?ref=page_internal

vecinos-actores actúan junto con el público, se busca que formen parte, integrarlos al espectáculo. Reafirmando así la idea que sostiene este arte que es “de y para” la comunidad.

La clase obrera es la clase social que predomina en este tipo de teatro, tanto de integrantes como espectadores, es por ello que se podría decir que cada interacción que surge en las obras es un diálogo de la clase obrera consigo misma. Y es por esta misma razón que los espectadores se sienten identificados con las historias que se muestran, porque son su historia vivida y se sienten interpelados, comparten una historia, un capital cultural y valores, tales como la educación, el trabajo y la idea de familia como lugar de contención. “El espacio escénico sirve de arena social para proponer una relectura crítica de la historia y denunciar situaciones de injusticia” (L.Elgoymen, 2014, p.56). Este diálogo que se quiere lograr entre integrantes y espectadores formando parte de una misma clase social, en su gran mayoría, tiene por objetivo lograr una transformación para la reunificación de la comunidad nacional fragmentada a partir del sistema capitalista. Construir nuevos sujetos políticos que cuestionen el ordenamiento social vigente, como también configurar nuevos modos de sociabilidad y participación colectiva, desde valores de solidaridad y construcción conjunta. El teatro comunitario funciona como una comunidad que hace memoria y que hace circular nuevas formas de realidad social posibles, una nueva realidad social anhelada más fuertemente por la clase obrera, que fue la que más sufrió la crisis económica y social impulsada por los sectores neoliberales en el año 2001, año donde surgieron más grupos de teatro comunitario en la Argentina. El “nosotros” colectivo que se construye en el discurso del teatro comunitario se identifica con el relato de la clase obrera, un relato social que contiene los silencios del discurso de la clase hegemónica.

El teatro comunitario logró fusionar el arte, la integración social, la celebración y la transformación social. Esta fusión es percibida por los espectadores, sintiéndose parte de una fiesta revolucionaria como un invitado especial. Se trata de un espacio de encuentro, pertenencia y con una estética lograda colectivamente que es bien vista por la mayoría de los espectadores de las obras, como también los talleres y ensayos de parte de los integrantes de los grupos. El teatro comunitario es un lugar de referencia y encuentro, donde la diversidad y la disidencia son celebradas con música, canciones y una estética que muestra el poder del trabajo colectivo, dejando de lado la explotación, exclusión y marginación que existe en gran parte de la sociedad capitalista. Esto es percibido y elogiado por el público que concurre y por los integrantes que forman parte de los grupos, donde hay un sentido de pertenencia desde las representaciones sociales que comparten, identificada como la clase obrera, representaciones que los caracteriza y define.

El teatro comunitario y su contexto externo.

Existen actividades como los talleres de teatro en escuelas o academias; fútbol de barrio; las plataformas de cine y los juegos online que son reconocidas por la sociedad y su consumo es numeroso. Cada una de ellas tiene un atractivo por el cual es elegido.

Los talleres de teatro en escuelas o academias es la actividad teatral legitimada en la sociedad, lo cual provoca que un mayor número de personas se acerquen a este tipo de talleres de actuación y no a otros, como los talleres de teatro comunitario, donde no hay una legitimación de la sociedad. Las personas tienden a ir a estos talleres para iniciarse en el mundo de la actuación, poder formarse como actores e iniciar una carrera profesional. La búsqueda de un reconocimiento en el mundo teatral lleva a que sean elegidos estos tipos de talleres en escuelas y academias, ya que son instituciones legitimadas por el sector hegemónico. Los talleres de teatro comunitario, en cambio, están fuera de la legitimación del sector hegemónico, porque justamente este teatro existe desde la crítica a ese sector. Por esto, el teatro comunitario cuenta con un prejuicio dentro del mundo teatral desde la calidad del espectáculo y la actuación.

El fútbol de barrio es elegido por ser el deporte más popular del país. Actividad reconocida por toda la sociedad, hasta el sector de la población que le desagrada. Al jugar en equipo adquiere un sentido de unidad que puede funcionar para la sociabilización. Por su popularidad y su poder de sociabilización es que es una de las actividades barriales más elegidas tanto por chicos como por adultos.

Plataformas como Netflix para ver películas y series o los juegos online tienen el atractivo de ser un entretenimiento que se disfruta desde la comodidad de la casa. Actualmente todo tipo de necesidad que se presenta puede ser saciada por la tecnología, todo está al alcance de un click. Esto provoca un descenso en el consumo de actividades y entretenimiento fuera del hogar y un ascenso al consumo frente a una pantalla. La diferencia más grande es que sin la necesidad de trasladarse a ningún sitio, solo con tener un dispositivo tecnológico, las personas acceden a una variedad de entretenimiento sin límites, ni horarios establecidos.

Lo mencionado anteriormente podría significar debilidades para el teatro comunitario, ya que son actividades que integran la competencia de este tipo de teatro dentro del mercado del entretenimiento. Sin embargo, este producto cultural es una actividad que invita al encuentro con otro, creando vínculos emocionales. Su producción final, la obra, se logra a partir del vínculo emocional que se formó en el grupo durante el proceso de ella. Por ello es que tiene la misma importancia el vínculo con los demás y la sociabilización dentro del grupo, como

escribir la historia que se quiere contar en la obra. Esto se diferencia de los grupos que se forman en los talleres de las escuelas o academias del teatro convencional, como el oficial o comercial, donde el objetivo principal es la formación actoral. Pueden formarse vínculos entre los miembros como no. Lo principal en estos talleres son las técnicas actorales de cada uno y si bien se trata de una actividad que se trabaja de forma grupal, el objetivo final es individual de cada uno de los integrantes del grupo, en consecuencia el vínculo o sociabilización en este tipo de talleres es muy débil.

En los talleres de teatro comunitario tampoco hay un objetivo económico, ni de competencia con el otro. El vínculo que se forma es por querer producir una obra donde la historia involucre al total del grupo y que la puedan contar actuando, aprendiendo actuación al mismo tiempo.

Para que la obra se lleve a cabo, lo principal en el proceso creativo hasta el estreno es el vínculo que se tiene que formar entre los integrantes, ya que todo se piensa en comunidad, no hay protagonistas en la obras, por lo tanto se pierde el sentido de competencia y como es a la gorra, el factor económico tampoco es el factor dominante.

En el Fútbol de barrio existe un sentido de unidad, pero esa unidad es llevada a cabo por la competencia: ganar el juego frente a los contrincantes. Eso significa una unidad mediada por un interés y no por el solo hecho de vincularse con otro emocionalmente y a partir de ahí producir algo.

En el caso de las plataformas de cine y juegos online la interacción es individual frente a un dispositivo. No hay un sentido de comunidad, prevalece la individualidad y si bien en los juegos en línea se puede jugar en grupo, la unión también es por el objetivo de ganar el juego, hay una competencia.

La situación económica del país también es un factor a tener en cuenta en el contexto del teatro comunitario, porque puede ser visto tanto como una oportunidad o amenaza. Como rasgo positivo, puede servir de variable para generar más integrantes y espectadores. Se trata de un movimiento artístico vinculado al marco histórico, económico, político y social de la sociedad, porque en cada crisis del país surgieron nuevos grupos de teatro comunitario con un desarrollo cada vez mayor, ante la necesidad de encontrarse; querer manifestarse en la calle y ser protagonistas de un cambio social, características que identifican a este teatro, que al mismo tiempo es accesible para la comunidad ya que puede ingresar la persona que le interesa sin pagar una cuota mensual pre establecida, solo una cuota a voluntad para la realización de la obra y el mantenimiento del grupo, promoviendo una mayor concurrencia en periodos de crisis. Sin embargo, con la crisis social, también aumenta la inseguridad, lo que provoca

resguardarse más en el hogar y no acudir tan frecuentemente a estos tipos de espectáculos al aire libre.

El factor que más diferencia al teatro comunitario de otras actividades que le sirven de competencia es que son grupos de gente creando vínculos. Un tipo de vínculo emocional de proximidad con el otro, donde los que participan encuentran un grupo de pertenencia que brinda protección. No existe un componente de competencia, tampoco un interés económico, ni es una actividad individual, sino que se promueve el compañerismo, lo colectivo que está en todas las actividades del teatro comunitario. En resumen, el teatro comunitario genera lazos entre las personas con un sentido de pertenencia comunitaria y, al mismo tiempo, desarrolla las capacidades creativas de las personas que las otras actividades mencionadas no lo hacen y sirve de lugar de contención, como de esparcimiento en período de crisis social.

Nuevo público

Los integrantes se muestran interesados en alcanzar un nuevo tipo de público y de integrantes al grupo: los jóvenes adultos. Objetivo principal en el planteo de la estrategia comunicacional que se va a llevar a cabo en la plataforma Instagram.

Plan comunicacional

Se plantean las siguientes líneas de investigación:

En principio, está orientada a conocer los deseos, intereses y tendencias del público al cual se quiere dirigir. Conocer las características particulares del sector y la magnitud del mismo. Para contar con información real y no supuesta sobre este grupo es necesario monitoreos de medios de comunicación accesibles como páginas de Facebook e Instagram y observar el target seleccionado.

Es necesario también establecer roles claros para cada integrante de los grupos de teatro comunitario y así delimitar el rol en el aspecto comunicacional.

A partir de lo mencionado, se propone innovar en los nuevos canales de comunicación como Instagram, potenciando la orientación a un nuevo público: el joven adulto.

Se tratará de una estrategia de captación para atraer a un nuevo tipo de target, ya habiendo identificado su público más consolidado: el adulto. Se restringirá la estrategia comunicacional a las redes sociales, debido a que se considera a estas como medios masivos de más bajo costo, con una mayor accesibilidad para la publicidad.

Por último, es importante que la comunicación se ajuste a la calidad de sus producciones, ya que es principalmente informativa y no despierta grandes expectativas en el público potencial, lo que lleva a no presentar de una forma adecuada la calidad y objetivos de este fenómeno social. Así es que genera bajas expectativas en la promesa que este teatro tiene para ofrecer, porque hay una diferencia entre el producto que se percibe en la comunicación, y lo finalmente percibido en vivo. Se tiene que asegurar que la presentación del producto, desde la comunicación, se perciba la calidad que los espectadores perciben al ver los espectáculos y el compañerismo que existe en los grupos. Al tener en cuenta los aspectos representativos a la hora de comunicar este arte, ayudará a resignificar la percepción en el imaginario social a la hora de pensar el teatro comunitario y así desterrar los prejuicios que se le atribuyen a esta práctica teatral.

“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’”. (Integrante Pompapentriyasos, entrevista, 2017).

“Lo que pasa es que al no ser profesional, que no lo es, no se toma en serio, pero hay algo mucho más poderoso lo que sucede, como que subestiman la calidad artística por no ser todos actores profesionales, pero conseguimos muchas veces mayor calidad artística que en muchas otras obras ‘profesionales’. 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. (Integrante Pompapentriyasos, entrevista, 2017).

Objetivos

- Crecimiento de visibilidad de los grupos de teatro comunitario.
- Establecer una clara segmentación del tipo de público en las red social seleccionada.
- Diferenciación de roles en cada grupo de teatro comunitario
- Consolidación de una identidad clara de lo que es el teatro comunitario.
- Implementar en la comunicación la analogía del teatro comunitario como una fiesta revolucionaria.

El escaso manejo de herramientas comunicacionales provoca que no tengan una relación sólida con su público en la plataforma virtual. Esto genera también que el público potencial

que todavía no conoce este tipo de teatro, no tenga suficiente información para decidir acercarse.

La comunicación, el tipo de publicaciones, tienen que estar basadas principalmente en las fortalezas que tiene este arte. Es un tipo de manifestación social que genera más impacto (en comparación con otros tipos de manifestaciones políticas) porque entra más por la vista que por los oídos, al exponer un discurso concientizador por medio de una obra de teatro. Tienen la capacidad de poder mostrar este discurso dentro de imágenes fotográficas o videos de sus producciones en las diversas plataformas de comunicación, por ello es tan importante que sean de máxima calidad y que expresen con claridad el mensaje, para poder trasladar el mismo tipo de impacto de los espectadores que concurren a las obras teatrales, a las plataformas comunicacionales de los grupos. Para encontrar este mismo impacto, también es necesario mostrar la calidad de los mismos informando y haciendo visible el nivel de la puesta en escena, guión, vestuario, maquillaje y actuación, resaltando también la originalidad de la producción al ser creadas por los mismos integrantes de los grupos de forma colectiva.

Es necesario la implementación de acciones publicitarias para revertir el tipo de comunicación hasta el momento puramente informativa y no planificada, por un tipo de comunicación con una planificación estratégica a largo plazo y enfocada a un target seleccionado. Sus publicaciones deben ir más allá de las obras y orientarse también al proceso de producción de las mismas que es tan importante como el producto. El proceso para la creación de la obra, de manera colectiva y con vínculos estrechos creados entre los integrantes es lo que diferencia al teatro comunitario de otro tipo de actividades y es lo más atractivo que tiene para comunicar.

Debe haber una planificación, creación de estrategias y tener en claro por qué se hace teatro y para quién. Hay que dar a conocer el producto cultural, también la agrupación en particular y un estilo, todo ello para conformar el objeto que se ofrece y que se quiere dar a conocer. El teatro en sí es un producto que ya muchos conocen, por lo que hay que encontrar una imagen propia que guíe a los receptores a identificar al teatro comunitario en comparación con otros.

Como anteriormente se mencionó, la comunicación debe funcionar como una gran presentación o exhibición y no quedarse solo en la obra creada. Todo debe ser combinado para lograr una imagen adecuada, ya que lo que se percibe en vivo se tiene que lograr percibir en los medios de comunicación implementados. Es necesario una aproximación al imaginario social del concepto de “comunitario”, relacionado a un producto artístico.

Lo comunitario

A partir de las encuestas a personas que no tuvieron nunca un acercamiento a este tipo de teatro, como primera consideración a la pregunta “¿cómo se imagina que es el teatro comunitario?” La mayoría de las respuestas se refería a un tipo de teatro con características negativas: obras de calidad precaria, con temáticas poco atractivas. Se percibe una connotación negativa asociado al nivel artístico de este arte, desde la calidad de la puesta en escena como la calidad de contenido temático de las obras.

“Debilidad en el tratamiento tanto conceptual como realizativo” (Anónimo, encuesta, 2018).

“Obra teatral tipo acto escolar” (Anónimo, encuesta, 2018).

Considerando esta mirada, desde lo comunicacional, que es uno de los primeros acercamientos que tiene el no público, es fundamental lograr una resignificación de “lo comunitario” mostrando de manera fiel las producciones propias, a través de fotografías o videos de calidad, y comunicar lo que tiene para ofrecer, su “reason why”, al espectador e integrante del grupo. Publicaciones descriptivas de los grupos con sus objetivos y logros; la capacidad que existe de pensar otra realidad posible y plasmarla en una producción teatral propia; desde lo educativo, incorporando nuevas conductas y formas de relacionarse, aprendiendo a trabajar de manera colectiva y provocando vínculos estrechos entre los integrantes, encontrando un grupo de pertenencia que funciona de protección y contención para éstos. También comunicar intereses y valores desde un aspecto revolucionario, ya que se aparta la individualidad para trabajar en conjunto, donde lo colectivo y el compañerismo se impone por sobre los intereses individuales. Todo esto inculcado en el proceso de la realización de la obra de teatro.

La importancia del target

Para que las publicaciones en los medios sean lo más efectivas posibles es necesario definir el público preciso a quién se le desea hablar., es decir, para lograr los objetivos es necesario una segmentación de un público objetivo.

En el caso del teatro comunitario, se observa que no hay una clara definición a quién quieren dirigir su mensaje, en consecuencia, sus publicaciones no logran el impacto esperado.

Saber a quién dirigirse promueve crear un contenido a base de resaltar características y beneficios que le interesa al target seleccionado. Y en el caso de este tipo de teatro, poder resaltar por sobre otras formas de entretenimiento de carácter comunitario como fútbol de barrio u otras actividades lúdicas gratuitas en las calles, como también otras formas de entretenimiento desde el acceso a las nuevas tecnologías.

Aproximación a un target joven adulto en el teatro comunitario

Se hará una segmentación de un target específico para instagram.

El público ya alcanzado se trata de un target adulto. Hombres y mujeres de 50 a 70 años C3 y D que habitan en Capital Federal y Gran Buenos Aires. Son personas que tienen una gran conciencia social; se informan, les interesa saber qué pasa a su alrededor. Son proactivos hacia la vida, disfrutan del momento y han integrado las nuevas tecnologías que les permite estar actualizados, informados y comunicarse con los suyos. La familia es lo más importante para este grupo de personas, es su mayor interés. Están dispuestos a incursionar en nuevas y diversas actividades y a tener una mayor sociabilización. Tienen una mirada optimista hacia el futuro. En su mayoría son jubilados, por lo que disponen de su tiempo personal con mayor libertad que otro grupo de personas.

A partir de este target, se podría implementar un posicionamiento materno filial, donde apele a los afectos con un discurso afectivo. El tono de la comunicación sería cálida y acogedora, emocional, para vincular al teatro comunitario con la familia.

Sin embargo, la estrategia comunicacional que se propone será de captación, tanto para formar parte como integrante y en calidad de espectador, donde se desarrollará en la red social instagram, con el objetivo de llegar a un nuevo target. Instagram es una de las redes sociales más utilizadas por el tipo de público que pretende ganar más afluencia: los jóvenes adultos. Hombres y mujeres de 18 a 28 años C3 y D de Capital Federal y Gran Buenos Aires. Son personas que valoran la espontaneidad, están abiertos a nuevas experiencias, porque entienden que en la diversidad está la riqueza. Para ellos las reglas y convenciones en la sociedad pueden ser modificadas, suelen comportarse por fuera de los convencionalismos. Tienden a comportarse sin preocuparse por las opiniones de terceros. Valoran la comunicación directa, la honestidad. Están en una etapa de cambios a nivel personal: Finalización de la escuela secundaria y comienzo de la universidad; inicio en el mundo laboral; muchos se mudan solos, en pareja o con amigos, se independizan de los padres. Estos cambios y comienzos cambian su forma de pensar, empiezan a conocer nuevas personas, tener nuevas experiencias y a ver el mundo de una manera distinta, provocando que estén más conscientes de este mundo que los rodea, generando una conciencia social más fuerte, provocando que sean proactivos en la sociedad; optimistas a que el mundo que conocen pueda cambiar. Se sienten más cómodos en grupos de pertenencia, donde comparten los mismos valores e intereses. Tienen conciencia social, por lo cual se preocupan por las situaciones políticas y sociales. Suelen estar informados principalmente a través de las redes sociales. Realizan actividades recreativas como teatro; circo; dibujo, ya que en el arte sienten que pueden expresarse mejor y dejar salir su lado más creativo. También practican actividad física al aire libre; acrobacia; expresión

corporal; yoga. Actividades relacionadas con su interés social pueden ser: colaborar en comedores; asociarse a agrupaciones políticas y militancia política, ya que están en la búsqueda por generar impactos positivos en la sociedad. Sus carreras universitarias suelen ser humanitarias, como sociología o trabajo social.

El teatro comunitario es una actividad recreativa para este tipo de target que quiere desarrollar su parte creativa mediante el arte y al mismo tiempo tener un impacto social que cambie la normativa social y plantee otro rumbo para una nueva realidad social. La forma que tienen los integrantes de los grupos de este teatro para vincularse es atractivo para este target que suelen buscar grupos de pertenencia para alcanzar las metas que se propongan. El compañerismo y el trabajo colectivo son formas de hacer que este target suele estar emparentado y de acuerdo para lograr algo.

La interpelación en la comunicación de este teatro tiene que estar marcada por un llamado a los individuos a constituirse como sujetos activos. También reflejar el extrañamiento de lo considerado “natural” o “cotidiano” y marcar las verdaderas necesidades de esta comunidad, es decir, implementar un discurso contra hegemónico.

Roles en lo comunitario

En los grupos de teatro comunitario no existe una división de roles de forma clara. Esto deviene en gran medida por su carácter comunitario, ya que la idea de que todos contribuyan en el proyecto teatral, provoca la solidaridad colectiva donde todos hacen todo.

Esto provoca que en el proceso de producción y mantenimiento del lugar y utilería, nada quede desatendido, generalmente por alguien que sabe y con la colaboración de alguien que aprende a medida que hace.

Sin embargo, en el aspecto comunicacional no es lo más recomendable. En el presente, se observa que no hay un vocero o un grupo asignado especialmente para el área de comunicación del grupo. Esto genera la dificultad de crear un plan comunicacional a largo plazo con objetivos a alcanzar, ya que si son diferentes personas que se dedican a la comunicación, no hay una continuidad en el modo de comunicar y una falta de objetivos para lograr a futuro, provocando un bajo rendimiento en sus canales comunicacionales.

Se propone la asignación de un vocero o grupo para el área comunicacional y así llevar a cabo una continuidad en la forma de comunicación del grupo de teatro comunitario. Un rol definido en el área comunicacional permite organizar y coordinar acciones para generar sinergia y alcanzar las metas deseadas.

La selección debería ser a partir de cualidades especiales, en este caso, sujetos con interés en redes sociales que la utilizan diariamente y saben las herramientas de las mismas. En el

caso de este plan comunicacional, lo ideal sería jóvenes entre 18 y 28 años para corresponder con las necesidades e intereses del target a quien se quiere apuntar. Como roles a desarrollar en esta área podrían ser:

- Coordinador/a – Controla la actividad del área.
- Investigador/a de recursos – Busca nuevas oportunidades y realiza contactos.
- Estratega – Lleva a cabo la estrategia comunicacional en las redes.

Identidad

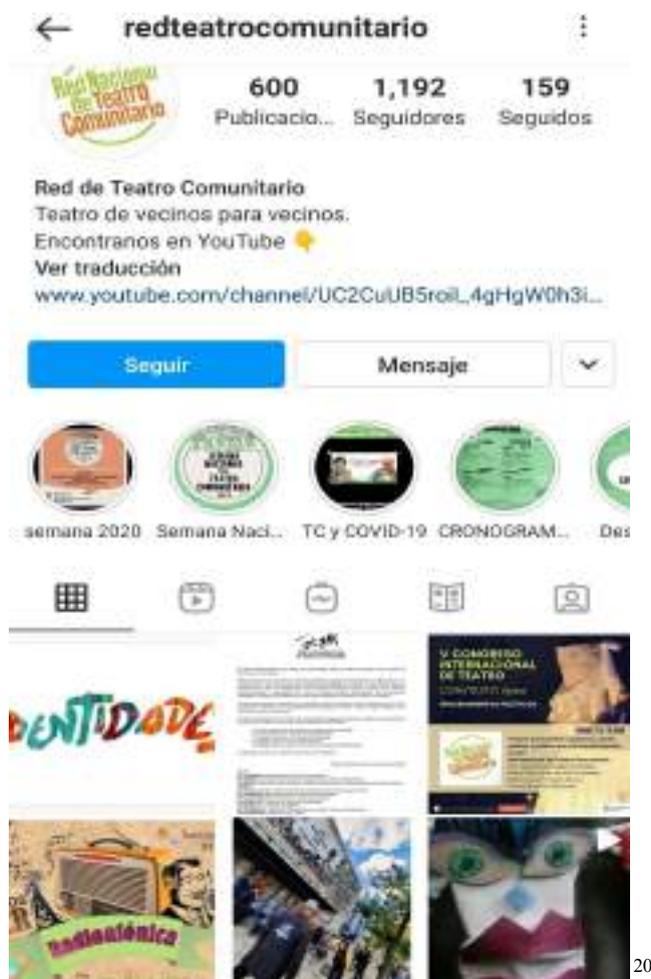
Las publicaciones que se visualizan, particularmente en instagram, evidencian que hay carencia de una identidad definida, ya que se distinguen distintos mensajes sobre el teatro comunitario en los diversos perfiles de los grupos y no una imagen homogénea que distinga esencialmente a este. Es necesario que el teatro comunitario encuentre una definición de identidad propia.

Como acercamiento a definir una identidad del teatro comunitario, más orientada al público objetivo destinado, será la asociación de este teatro con el de una fiesta revolucionaria.

La fiesta es una práctica social ligada a la necesidad de reunirse en colectividad para marcar hechos y consumir bienes materiales y simbólicos, está relacionada también con la amistad y la comunidad, características compartidas con este teatro. El teatro comunitario suma además su aspecto transformador para la comunidad que lo practica o lo consume como espectador.

Una identidad, vinculada principalmente a un tipo de teatro donde el proceso de creación con otros, mediante el vínculo con los demás, es igual o más importante que el resultado final que es la obra.

Para esto, existe la Red de teatro comunitario, espacio que conecta; comparte y contiene a todos los grupos de teatro comunitario, para intercambiar información; compartir; debatir problemáticas comunes y realizar acciones en forma conjunta difundiendo y fortaleciendo el crecimiento de todos ellos. Desde el instagram de esta Red, es necesario que se comience a difundir una identidad homogénea que luego se replique en los diferentes perfiles de los grupos de teatro comunitario.



20

Concretamente para este perfil se propone que en la parte de arriba, en la breve descripción “Teatro de vecinos para vecinos” podría agregarse el objetivo “para la transformación social”.

Luego en la parte de historias destacadas (imágenes circulares) agregar una definición más extensa de lo que es el teatro comunitario, qué es, cómo lo hace y para qué. Puede ser a partir de un video, foto con texto o solo un texto con fondo donde se respondan las preguntas ya mencionadas. Esta herramienta ayuda a categorizar el contenido, al poder agregar un título, como se ve en la imagen, permitiendo que el usuario sepa qué va a visualizar a la hora de seleccionar, como también posibilita una clara presentación del producto.

Por último, es importante que en la parte de publicaciones se siga con el objetivo de demostrar lo que es el teatro comunitario, por medio de imágenes o testimonios, y no solo promocionar eventos de los distintos grupos de teatro comunitario, como realiza actualmente.

²⁰ Red de Teatro Comunitario [@redteatrocomunitario] [Perfil de Instagram]. Instagram. <https://www.instagram.com/redteatrocomunitario/>

Y así, las diversas cuentas de los diferentes grupos de teatro comunitario podrán replicar esta información en su comunicación de Instagram.

La red social

Este tipo de teatro al tener un presupuesto acotado, por su característica autogestiva, es clave explotar los beneficios que brinda Instagram al ser barato, pero con alcance masivo.

La comunicación, desde el punto de vista de este trabajo, para desarrollar esta red social y poner el foco en un target joven tiene que basarse sobre lo que le interesa a este grupo social y contar historias colectivas de importancia para ellos, referido a pasados o futuros comunes, alegrías o proyectos compartidos.

Por ello, las publicaciones tienen que resaltar las características mencionadas: un arte desde el hacer colectivo; un arte para transformar una realidad social; un arte que te vincula con otros; un arte que te brinda herramientas para un crecimiento personal desde la creatividad y desde la forma de vincularse con otros, que difiere a otras actividades artísticas más individuales.

La “reason why” del teatro comunitario es comunicar un tipo de teatro que se hace principalmente partiendo de un vínculo con los integrantes del grupo para poder, desde el aporte colectivo, crear un producto artístico, divirtiéndose y compartiendo nuevas experiencias en el camino. El posicionamiento se modificaría. El vínculo sería comunitario para apelar a la pertenencia de una comunidad, donde en el discurso prevalece el “nosotros”. El tono en la comunicación será informal, cómplice. Las publicaciones tienen que ser concisas con la información y puntuales, ser directo como anunciante y ser breve en la información brindada a este tipo de target.

La plataforma Instagram tiene diversas herramientas para implementar estrategias que puedan generar un acercamiento mayor al target deseado, ya que es uno de los medios más efectivos para que puedan interactuar y recibir un mensaje directo. Además, en el presente, es la red social más utilizada por ellos.

Video Marketing

Una de las formas para que el teatro comunitario se promocióne es a través del video marketing. Son videos de 1 minuto que permitirían mostrar avances sobre las próximas producciones o las ya existentes; entrevistas con los espectadores tras una función; ensayos o un recorrido entre bastidores para conocer el teatro y el grupo. Los vídeos tienen que ser de calidad para mostrar fielmente el nivel de estética de este arte, cuidar los encuadres y los planos.

Para el tipo de target que se quiere alcanzar, estos videos tienen que ser dinámicos, sintéticos y musicalizados. El contenido principalmente tiene que mostrar la esencia festiva del teatro comunitario y su discurso revolucionario.

Esta fiesta comienza, como primera parte, en una reunión donde toman mate y hablan, no solo de la historia a contar, sino de política; economía; noticias de la actualidad y experiencias personales que quieren compartir con las personas del grupo, ya que el vínculo que se crea es más que un grupo de personas que entablan una relación para hacer teatro, termina siendo un grupo de amigos que hacen teatro. En una segunda parte, se evidencia en cada ensayo con la directora del grupo, donde los integrantes se divierten mientras aprenden ensayando las canciones o en los talleres de actuación. Todo esto parte del objetivo de plantear otra forma de vinculación con los demás y con el arte, un hacer en conjunto donde se desvanece el ser individual para dar lugar al ser colectivo. Mostrar esta forma de hacer colectiva, que da como resultado una obra, presenta su lado festivo y revolucionario.

Los videos a publicar tienen que captar el proceso en la producción de la obra y mostrar el vínculo que existe entre los miembros del grupo: en los ensayos con el mate, galletitas, sus charlas y carcajadas; en la preparación de los actores antes de salir a escena, la ayuda colectiva, donde todos colaboran en lo que saben y pueden, ya sea con el maquillaje, los peinados, el vestuario. Por último, también mostrar el resultado de ese proceso: la obra. Esto provocará que el público pueda vincular arte, diversión y manifestación social en un mismo producto cultural.

Existe el formato Carrusel en Instagram, donde se puede agrupar en una sola publicación varios contenidos (videos o fotos), como otra opción aparte del video minuto. Este tipo de publicación es ideal para contar una historia. Un ejemplo puede ser mostrar en fotos o videos, (o ambos), el proceso de producción de una obra hasta su estreno. Empezar con fotos de los ensayos, por la mitad crear videos en cámara rápida que muestren la preparación de los vecinos antes de salir a escena; videos cortos de la obra realizada y hacia el final la devolución del público. De esta forma más dinámica, en una sola publicación, queda relatada toda la producción de la obra, sin la necesidad de publicar 4 publicaciones distintas sobre el mismo tema o evento y no cansar a los seguidores de la página.

Otro tipo de videos a realizar son a los integrantes del grupo. Este tipo de video generará un mayor acercamiento de las vivencias y sentires del integrante hacia el espectador o futuro integrante. Un tipo de relato podría ser el antes y después de pertenecer al teatro comunitario, donde al final se termine con el integrante pronunciando los hashtags que se quieren asociar: #teatrocomunitario - #fiestarevolucionaria.

También es importante interactuar con los seguidores a través de las stories de instagram. Éstas son publicaciones cuya cualidad es otorgar la posibilidad de crear vídeos cortos, que desaparecen luego de 24 horas desde su publicación. Logran mayor interacción con las personas al poder “reaccionar” a éstas, que son emoticones que llegan como mensaje directo al administrador de la página. Como el nombre lo indica, las stories, ayudan a crear historias al poder compartir con el público de instagram los momentos de los ensayos, antes de salir a escena y el después, como también contar el día a día del grupo, anécdotas de los integrantes, provocando un mayor vínculo con los seguidores y, al mismo tiempo, transmitir los valores del teatro comunitario. Por último, promocionar las próximas obras a través de las mismas y no por publicaciones en el feed (el tablero principal de un perfil de instagram) ayuda a no cansar a los seguidores de la página.

Aunque los videos sean la forma más recomendable para acercar lo que es y representa este arte, la fotografía es importante en esta red social. Las fotos, como los videos, deben ser de calidad, enfocadas y cuidar el plano, para que se visualice el objeto a fotografiar y que no distraigan otros objetos alrededor. También es importante editar la foto antes de publicarla, como aumentar el brillo, ajustar el contraste y recortarla de ser necesario, para que se destaque lo que se quiere mostrar. Sobre el contenido de las mismas, tiene que seguir el mismo criterio de los videos: mostrar el modo de trabajo colectivo; el vínculo que se crea entre los integrantes (amistad) y el nivel profesional que logran las obras creadas por ellos mismos.

Un perfil de instagram donde se intercale publicaciones de videos y fotografías es lo más recomendable para una mejor presentación de un grupo de teatro comunitario y así dar a conocer qué significa el teatro comunitario, sus producciones, cómo lo hacen y su finalidad.

Hashtag

La analogía que se quiere establecer en este plan comunicacional es el teatro comunitario como una fiesta revolucionaria, ya que este arte hace política para querer lograr cambiar una realidad social y al mismo tiempo, en ese proceso, encontrar diversión junto con otros. Para ello, el hashtag es importante a la hora de cerrar esta asociación que se quiere implementar, por lo tanto, en cada publicación que se realice los hashtag #teatrocomunitario y #fiestarevolucionaria tienen que estar presentes.

Es necesario utilizar los dos hashtags en Instagram cuando se publique sobre teatro comunitario tanto en el perfil de la Red de teatro comunitario como en las publicaciones de los perfiles de los grupos de teatro comunitario. También lo que ayudaría a que el hashtag #fiestarevolucionaria se identifique especialmente con este arte es entregar folletos a los

espectadores al finalizar las obras, que traten del teatro comunitario, sobre lo que es y sus objetivos, con los dos hashtags para animarles a que lo utilicen en sus publicaciones sobre ellos. Esto permitirá involucrar más a los espectadores con las producciones y mejorar la interacción entre el teatro y el público, como también, incrementar la presencia en internet y llegar a nuevos espectadores.

Influencers

En los jóvenes, la decisión de asistir a un espectáculo o formar parte de algo está cada vez más influenciada por las redes sociales y, en especial, por los influencers. Se denomina influencer en Instagram a una persona que cuenta con un gran número de seguidores, generalmente mayor a 15 mil, y cuenta con la capacidad de influir en la decisión de éstos.

Por lo tanto, otra manera de promocionar y dar a conocer al teatro comunitario es a través de influencers. Por medio de invitaciones para que asistan a las obras, influencers relacionados con el teatro, y que luego en sus stories de Instagram publiquen fotos de la obra, hablen de la misma y sobre lo que es el teatro comunitario, sin olvidar la presencia de los hashtag mencionados más arriba: #teatrocomunitario y #fiestarevolucionaria, para que esté presente la analogía creada de este arte con una festividad concientizadora.

Esto podría provocar llegar a un público nuevo y mejorar el alcance del mensaje de este arte, ya que estos tipos de personas cuentan con una comunidad fiel de seguidores que estarán atentos a sus recomendaciones.

Los seguidores de los influencers a tener en cuenta deben ser lo más parecidos al target seleccionado, para obtener mejores resultados. También es importante elegir influencers que habitualmente publiquen entradas sobre teatro o eventos culturales, ya que es probable que sus seguidores se interesen al ver la publicación sobre teatro comunitario. Con la publicación de éstos describiendo la experiencia en el teatro, podría aumentar el entusiasmo y reconocimiento de un público potencial. Por último, el influencer seleccionado tiene que representar valores similares a los del teatro comunitario, ya que la persona estará relacionada a este producto cultural que recomienda.

Una influencer que puede funcionar es Malena Pichot, actriz argentina, donde su personaje más reconocido es “La Loca de Mierda”, videos subidos a la red social YouTube en el 2008.

Es una persona reconocida por importar temas políticos y sociales, ya que es reconocida por ser una militante feminista y tratar estos temas en sus creaciones artísticas.

En Instagram cuenta actualmente (año 2021) con unos 531K (mil) seguidores aproximadamente. Éstos son mayoritariamente el target descrito anteriormente y podrían ser

un público potencial del teatro comunitario si Malena Pichot publicaría recomendaciones de este arte teatral.

Implementación del plan comunicacional

La diferencia mayor entre instagram y otras redes sociales es que sólo utiliza fotos o vídeos, es decir, que se basa mucho en lo visual. Cabe recalcar que el ser humano es un ser visual, todo lo que ve es importante e impacta mucho más que palabras o letras. Muchas veces al comprar un producto se prefiere y confía más al ver una imagen que leer sus beneficios. Es por eso que se hace hincapié en tener un banco de imágenes de calidad profesional para mostrar fielmente este tipo de arte.

Las temáticas a destacar en la comunicación para aumentar el interés en este movimiento colectivo podría dividirse, por un lado, hacia los potenciales integrantes resaltando la formación actoral, la sociabilización y auto-realización. Para los espectadores, por el otro, identificándose como un entretenimiento transformador y referir a sus obras teatrales con un alto grado de calidad actoral y estética.

La estrategia de captación para el target mencionado y en la red social Instagram, se plantea por un período de 8 meses, ejecutando una cantidad de 2-3 posts por semana con una temática orientada a la vinculación de esta manifestación social a través del arte con el de una fiesta transformadora. Una fiesta a la que cualquiera puede sumarse, integradora y al mismo tiempo provocadora, al tener la capacidad de poder mostrar lúdicamente una problemática social.

En una primera etapa, los primeros dos meses, las publicaciones deberían señalar una comparativa entre las actividades que se realizan en una fiesta juvenil común y corriente con las actividades que se realizan en los grupos de teatro comunitario. Estas actividades deben tener un carácter similar, como ejemplo, la reunión de los integrantes del grupo en comparación con una reunión de amigos, como también la preparación antes de salir a escena con la preparación entre amigos antes de una fiesta. Las asociaciones se pueden establecer desde la imagen o desde la descripción que todo posteo de instagram tiene debajo de la fotografía o video, como también sobre la storie (tipo de publicación que ofrece Instagram) que se puede agregar un texto, mencionando siempre los hashtag #teatrocomunitario y #fiestarevolucionaria.

A modo de ejemplo, una publicación tipo storie puede ser una fotografía que muestre a los integrantes reunidos en un ensayo con un texto agregado: “Una reunión de amigos y un ensayo de teatro comunitario” y los hashtag #teatrocomunitario #fiestarevolucionaria.

Como ejemplo de un video marketing podría ser el siguiente guión literario:

1- INT-TEATRO-DIA

Plano entero de el/la director/a del grupo de teatro comunitario, entrando a la sala de ensayo y la cámara la sigue hacia el grupo.

DIRECTORA

¡Bienvenidos al teatro comunitario!

2- INT-TEATRO-DIA

Plano general de los integrantes sentados en ronda

SONIDO: Comienza una canción del grupo que se va a desarrollar durante el video.

3- INT-TEATRO-DIA

Traveling de los integrantes pasando un mate y riendo

4- INT-TEATRO-DIA

Plano medio de el/la director/a dirigiendo a los integrantes

5- INT-TEATRO-DIA

plano general de una integrante colocandose un vestido, otro cociendo un pantalón y otro midiendo una camisa.

VOZ EN OFF-Directora

¿Quién hizo el vestuario?

VOZ EN OFF-Integrantes

¡Nosotros!

6- INT-TEATRO-DIA

plano medio de un/a integrante terminado de hacer una trenza cocida y rodete

VOZ EN OFF-Directora

¿Quién peina al grupo?

VOZ EN OFF-Integrantes

¡Todos nosotros!

7- INT-TEATRO-DIA

primer plano del maquillaje de uno de los integrantes

VOZ EN OFF-Directora
 ¿Quién maquilla a todos?
 VOZ EN OFF-Integrantes
 ¡También nosotros!

8- INT-TEATRO-DIA

plano general de los integrantes actuando frente a un público

VOZ EN OFF-Directora
 ¿Quién creó la obra?
 VOZ EN OFF-Integrantes
 ¡El trabajo colectivo de todos nosotros!

9- INT-TEATRO-DIA

plano entero de un vecino actor hablándole a una persona del público

10- INT-TEATRO-DIA

plano general del público riendo

11- INT-TEATRO-DIA

plano general del público aplaudiendo

12- INT-TEATRO-DIA

plano general del grupo junto con la directora

TODOS A LA VEZ
 ¡No te pierdas esta fiesta revolucionaria!

Este guión literario expresa una idea creativa para poder comunicar el tipo de vínculo emocional y colectivo; el nivel profesional de producción que tiene el teatro comunitario y al mismo tiempo establecer la analogía que se pretende en esta primera etapa. También es una buena presentación para el tipo de personas que todavía no tuvieron ningún acercamiento a

esta práctica y poder eliminar el prejuicio de un tipo de teatro autogestivo y comunitario como un producto malo de baja calidad.

Pasado el período de asociación, comenzará un periodo de dos meses para mostrar los beneficios que otorga este arte a nivel comunidad, tanto para el que forma parte como integrante, así también como espectador. Un arte que promueve vincularse con otros desde un lugar de compañerismo, sin competencias, donde el ego no tiene lugar y un crecimiento artístico y creativo, haciendo visible la crítica social dentro del entretenimiento que ofrece. Y el último período será para mostrar los objetivos que tiene a nivel social y poder visualizar su aspecto transformador.

Al tratarse de Instagram, las publicaciones deberán basarse bajo una gran cantidad de fotografías o videos más que en el texto, que tiene que ser una breve descripción al pie de foto o video, finalizando con varios hashtag relacionado con la publicación, salvo #fiestarevolucionaria y #teatrocomunitario que se tienen que repetir en todas ellas para continuar con la asociación hasta la última etapa de la planeación.

Conclusión

Se presentó un recorrido desde el teatro como medio de comunicación (actores como emisores, el espectáculo como mensaje y espectadores como receptores) y como espacio de lucha en el campo cultural, hasta establecer el foco en el teatro comunitario que facilita la circulación de nuevos relatos en la sociedad, de aprendizaje crítico y relaciones interpersonales entre los integrantes del grupo.

A partir de aquí, se describió su conformación; objetivos y sus diversos canales de comunicación. Así es como se observó que su canal en vivo difería de su canal en dispositivos como facebook o instagram. Es decir, el trabajo artístico no se veía reflejado en el trabajo de comunicación externa que realizaban para su difusión.

Es por ello, que las preguntas iniciales apuntaban a explorar las causas de este hecho. Conocer los problemas comunicacionales del teatro comunitario y establecer una mejora en la difusión.

Por lo tanto, se realizó un diagnóstico de la situación comunicacional, tanto interno como externo, basado en varios grupos de teatro comunitario, como Matemurga; Villurqueros y Grupo Catalinas Sur. Se identificaron fortalezas y debilidades y se propuso un plan comunicacional para colaborar con su difusión.

Una de las necesidades que más expresaron estos grupos en las entrevistas era el deseo de llegar a otro tipo de público, el joven adulto, tanto en los grupos como en espectadores. Por lo tanto, uno de los objetivos principales a la hora de armar el plan comunicacional fue restringirlo a ese tipo de target (Hombres y mujeres de 18 a 28 años C3 y D de Capital Federal y Gran Buenos Aires) y es así como se eligió la plataforma Instagram especialmente para desarrollarlo, ya que actualmente es una de las redes sociales más utilizadas por los jóvenes adultos.

El propósito de vincular herramientas comunicacionales de la publicidad con el teatro comunitario, fue con el objetivo de hacer llegar el mensaje de este producto cultural a un mayor número de personas y asegurar una mayor efectividad en su comunicación.

La publicidad es utilizada mayormente por el mercado como herramienta para fomentar usos y beneficios de productos que se quieren promocionar, es decir, en su mayoría, es utilizada para una orientación hacia la venta de un producto comercial y por ello, pocas veces se asocia a la publicidad con un producto fuera del mercado, pero las herramientas que brinda este tipo de comunicación sirve para todo tipo de objetos, sea de mercado o, como en este caso, un objeto cultural.

Por el lado del teatro comunitario que busca diferentes formas de conducta en la sociedad capitalista, las herramientas publicitarias, pueden no ser utilizadas por este tipo de proyectos sociales por el prejuicio que se puede tener de la misma. Sin embargo, los métodos publicitarios sirven de igual manera para una estrategia social o comercial.

La principal función de la publicidad es crear deseos y, vinculada al teatro comunitario, puede obtener un fin comunicacional al deseo de querer presenciar sus espectáculos y a transformaciones hacia valores colectivos y comunitarios. Usar la creatividad y la comunicación para buscar la inclusión y la transformación de conductas.

“La publicidad es, por una parte, identificadora de la cultura y del contexto que la produce y, por otra, conformadora de una nueva sociedad en la que van surgiendo formas, valores, técnicas y elementos que generan a su vez distintos modelos de consumo y diferentes consumidores” (Alvarado, Martín, 2006, p.10).

BIBLIOGRAFÍA

- Alvarado, M. y Martín, M. (2006). *Publicidad y Cultura: La publicidad como homologador cultural*. Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
- Artaud, A. (2014). *El teatro y su doble*. Editorial el cuenco de plata
- Bajtín, M. (1999). *La cultura popular en la Edad Media y en el Renacimiento*. Alianza.
- Bidegain, M. (2007). *Teatro comunitario, resistencia y transformación social*. Editorial atuel.
- Boal, A. (2018). *Teatro del oprimido*. Fondo Editorial Casa de las Américas.
- Boivin, M, Rosato, A y Arribas, V. (2004). *Constructores de otredad*. Editorial Antropofagia.
- Cañeque, H. (2008). *Alta creatividad*. Editorial Prentice Hall-Pearson.
- Debord, G. (1998). *La sociedad del espectáculo*. La marca editora.
- Fischer, E. (1999). *Semiótica del teatro*. Editorial Arco libros S.L
- Gonzalez Menichelli, G. (2008). *Dime cómo te relacionas con tus consumos y te diré quién eres* [tesina de grado].
- Grondona, A y Romero, G. (2005). *Contratiempos, espacios, tiempos y proyectos en Buenos Aires de hoy*. Ed. del instituto movilizador de fondos cooperativos (CCC).
- Gramsci, A. (1978). *Notas sobre Maquiavelo, sobre política y sobre el Estado Moderno*. México Juan Pablos.
- Hall, S. (2010). La cultura, los medios de comunicación y el efecto ideológico. *Sin Garantías: Trayectorias y problemáticas en estudios culturales*. Corporación Editora Nacional.
- Hernández Martínez, C. (1999). *Manual de creatividad publicitaria*. Editorial Síntesis.
- Le Breton, D. (2002). *Antropología del cuerpo y la modernidad*. Ediciones Nueva Visión Buenos Aires.
- Porter, M. (2008). *Estrategias competitivas*. Grupo editorial Patria.
- Ries, A y Trout, J. (1989). *Posicionamiento*. Editorial McGraw-Hill.
- Roig, F. (2011). *La estrategia creativa*. Editorial Infinito

Sardegna, A, M. (2003). *Manual de creatividad publicitaria*. Editorial Loley.

Salinas, R.S; Elgoyhen, L; Falzari, G; Fernandez, C; Rasftopolo, A; Russo, G; Bidegain, M;

Gómez, P. (2014). *El movimiento teatral comunitario argentino*. Edición CCC.

Verón, E. (1987). *La semiosis social. Fragmentos de una teoría de la discursividad*. Gedisa.

Wilensky, A, L. (1991) *Marketing estratégico*. Editorial Norma.

Scher, E. (2013). *Matemurga 10 años*.

ANEXO

Entrevistas abiertas

Primer entrevista Pompaetriyasos

P1: 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.

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

P1: No, lo único que tenemos como forma de ingreso es como un bono contribución que se paga por cada proyecto/taller.

Entrevistadora: Claro, pero son los que participan.

P1: 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.

Entrevistadora: ¿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?

P1: 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 niños 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 los niños le parecían injustas; cómo se podían enfrentar y hay todo un laburo de construcción y se realizó una obra a partir de esto.

Entrevistador: Pero no hay como un proyecto integrador...

P1: 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 niños la que sea la banda sonora de la obra de niños. Se trata de buscar cruces, y hay algunos de los talleres de niños 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 adultos, el grupo madre o fundador con otras producciones, ya que lo que nos convoca es el proyecto institucional general que es: Los Pompapentriyasos. 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 vecinos 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 niños, 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 los niños 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 niños que se sumó a ésta intervención. Entonces están conectados más en lo que tienen que ver en estas intervenciones.

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

P2: 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.

Entrevistador: ¿Cuáles son los nombres?

P2: Mariana y Gaston

Entrevistador: ¿Y de qué se encargan?

P2: De todo lo que es redes sociales.

Entrevistador: ¿Saben si ellos hacen una planificación?

P2 y P1: 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.

Entrevistador: ¿Qué medios usan?

P2 y P1: 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.

Entrevistador: ¿La página cómo la empezaron a armar?

P1: 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. P3: También se usa el mail como otra herramienta de comunicación P1: Pero para difusión no tanto P3: 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

donde estás el número de personas que van a ver la publicación y también podés seleccionar a quienes.

Entrevistador: ¿ Y esto qué resultados les trae?

P3, P2, P1: 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. P3: 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. El año pasado hicimos un espectáculo medio mersa, que vende, de revista, barato, se llamaba Locamente Al y ahí vino todo el mundo, viejos, viejas, porque vino... P1: 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 P3: Porque es una sede muy codiciada P1: 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.

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

P2: Más el espacio que el grupo, porque nadie venía a preguntar “ustedes que hacen aca?”

P1: 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 chicos capaz que si.

Entrevistador: Qué dificultades encuentran a la hora de comunicar?

P3: 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 podés poner una fortuna, en la comunicación de una obra de teatro, pero eso no nos garantiza que nos vengán a ver P1: La legitimación...como si fuera poco profesional

Entrevistador: Pero desde la mirada del público perciben eso?

P3: Desde el arte en general pasa eso P1: 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 Elodin y yo de repente miraba, yo voy a una universidad de arte, 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 al no ser profesional, que no lo es, no se toma en serio, 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 “profesionales”. 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. P3: 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... P1: 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... P3: 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. P1: 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.

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

P3: 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. P2: 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 vienen 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.

Entrevistador: Entonces geográficamente tampoco hay límite?, como se habla siempre de teatro comunitario de vecinos para vecinos...

P3: Eso fue un slogan que se usó por mucho tiempo.. P1: 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... P2: También cuál es el límite de lo que es provincia y capital... a nosotros muchas veces nos han preguntado si esto es capital... P1: 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 vecinos para vecinos... 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. P2: 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. P1: 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. P2: Cuando sale alguna nota en un medio grande ahí sí se viraliza en otros lados

Entrevistador: Si la comunicación pudiera mejorarse, qué objetivo quisieran cumplir?

P3: El objetivo sería multiplicar la participación en el proyecto, eso nos interesaría como primera cosa, porque que la comunicación generara que venga más público, también sería para buscar multiplicar la participación en el proyecto.

Entrevistador: Como grupo ¿algo que los distinga de otros grupos de teatro comunitario?

P3: 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.

Entrevistador: ¿En qué aspecto son distintos?

P3: 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 P2: Y la creación colectiva... se va formando entre todos, no es que solo la hacen solo los directores, ellos traen algo sobre lo que trabajar y de ahí se va laburando e improvisando, algunas cosas quedan y otras no

P3: 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.

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

P2: 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

Entrevistador: Y todos tienen la misma posibilidad de tomar decisiones sobre la obra

P2: Sí, hasta cierto punto...los directores toman la decisión final

Entrevistador: ¿Qué factores externos creen que influye en la cantidad de los espectadores?

P3: 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 Pompaetriyasos 25 Abr

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

N. 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.

P1. Hace 5/6 años que tenemos este espacio.

N. Claro, ¿antes estaban en la plaza, no?

P1. 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.

N. ¿Y después cómo pudieron conseguir esto?

P1. 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 (señala vestuario) cuidado, poder tener escenografía, poder armar proyectos de niños, de adolescentes, de adultos como hay acá. Te es muy complicado conseguir horarios. Nos pasaba que la escenografía nos aparecía cagada por ratas, era un asco, muy difícil. Ensayábamos -igual eso era buenísimo- porque ensayábamos en condiciones rarísimas. Era un galpón en el que jugaban al fútbol los pibes, y ensayábamos entre gritos, padres, todo el tiempo era escuchar los gritos. Hubo un día en que el club empezó con reformas en el salón que nos había dado y ahí no teníamos dónde ensayar. 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...

P2. ¿Eso es cómo llegamos acá?

P1. Sí, cómo llegamos a tener un espacio propio.

P2. 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... P1. 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... P2. Estaba en una esquina...

P1. En una esquina, a una cuadra de la escuela, y bueno, de a poco lo fuimos armando. Fuimos sacando las cosas...

P2. Fue desapareciendo el supermercado y apareciendo de a poco el teatro.

P1. Sí, fue re de a poco, ¿viste?

P2. Sí, yo me acuerdo que cuando entré, que fue hace 5, 6 años...

P1. ¿Estaba la heladera de fiambre?

P2. Sí, la heladera acá tipo fiambrería y me acuerdo que el techo ese de supermercado, así de metal con luces...

P1. 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. P2. 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?

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

P2. Por los distintos proyectos. Hay desde los de niños hasta los de adultos. P1. 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. P2. Sí, ahí entré yo.

P1. No, vos no estabas todavía.

P2. Sí, yo entré después de que se fueron.

P1. 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.

P2. Y de ahí sale algo.

P1. Claro, de ahí sale algo bueno.

P2. 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. P1. 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... P2. Y al año siguiente que se estrenó éramos 50.

P1. 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.

P2. Igual por ahí son otros 20.

P1. Igual está bueno, no a todos les gusta.

P2. 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. P1. 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...

N. ¿Las fotos que hay en Facebook las sacaste vos?

P1. 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.

N. Sí, se nota que las fotos son buenas.

P1. Fotógrafos amigos, si hay dinero se paga y sino “gracias”. Intentamos que no... P2.

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

P1. 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.

P2. 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 niños, hay uno de adolescentes, hay bandas.

P1. Hay un proyecto enorme que contiene muchos otros...

P2. Y que a veces queda radicado en esta zona, en el sur. Tampoco es que queremos estar en el norte, pero...

P1. 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.

P2. Estuvo pegado un montón de tiempo.

P1. 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. P2. 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 mí me cuesta, que mis compañeros del IUNA vengan acá, me cuesta horrores. Y hace un compañero una pelotudez en una salita pendorra 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”.

P1. 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. P2. 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. P1. También el fin es que esos pibes terminen actuando en el grupo. Que se sumen. P2. De hecho nuestro trabajo a largo plazo son los chicos que están creciendo, que vienen desde niños.

P1. 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.

P2. Y están en “La Peste”.

P1. Primero con el proyecto para pibes, después de plástica, después la banda, que fue la primer banda de niños. 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. P2. Sí, de hecho no entramos acá. Tuvimos que empezar a alquilar un lugar para dejar las cosas porque ya no nos queda espacio.

N. ¿Hacer funciones en otras plazas es una opción?

P1.No. Bah, si, pero no. Lo interesante es que vos vengas acá a ver la obra. P2. 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.

P1. Nosotros lo hicimos en miles de lugares este espectáculo. Lo hicimos en Tecnópolis, en Catalinas.

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

P1. 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...

P2. ¿Cómo lo comunicamos?

P1. Claro, ¿Cómo la humanidad se entera que acá pasa todo esto? Que no es una boludez.

P2. ¿Cuáles son las estrategias que nos convendrían?

P1. Nosotros no tenemos una página web que te vuela el cerebro, pero venís acá y te vuela el cerebro.

P2. 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. P1. También uno se pregunta ¿qué es lo que hay que tener para que venga acá un periodista y nos quiera hacer una nota?

N. Eso por ejemplo les interesaría...

P1. ¡Re contra! Porque eso genera visibilidad.

P2. 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.

P1. En Beckett.

P2. O el Kafka. No estoy desmereciendo ese tipo de teatro, me encanta. P1. Pero es una cuestión de estatus. Como si eso fuera diferente o mejor. No es mejor ni peor.

P2. 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...

P1. Hay obras buenísimas y otras malísimas, como todo.

P2. 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.

P1. Eso. Estrategias de comunicación necesitamos.

P2. 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.

P1. Y sin perder lo que somos. Fundamentalmente, nosotros hacemos *esto*.

P2. Claro, no es que ahora vamos a sacar la palabra “comunitario”

P1. Aparte somos esto. Somos otra cosa. No vamos a dejar de ser lo que somos.

P2. No es que hacemos clown francés.

P1. No vamos a mentir ni dejar de ser lo que somos.

P2. 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... N. Igual si tienen alguna fecha de ensayo avísennos!

P2. Todos los sábados a las 4 de la tarde. Digo, si quieren venir a ver lo que hacemos, lo que estamos probando.

P1. 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.

P2. Claro, si nunca hiciste teatro... nosotros trabajamos con actores y con vecinos. 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.

P1. Bueno, acá sucede por ejemplo. Él es actor y yo...

P2. Vos ya sos actriz.

P1. Bueno, ahora sí, estoy hace 9 años acá...

P2. Y estudiaste en otros lados...

P1. Pero siempre a partir de acá, desde que entré acá.

P2. 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...

P1. Es teatro bien bien de texto.

P2. Teatro clásico.

N. ¿Esto sale de otro proyecto?

P1. No, parte del mismo. Comenzó como un taller de investigación.

P2. 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.

P1. 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. P2. 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...

P1. 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.

P2. 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?

P1. 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. P2. 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?

N. ¿Y esa dónde la harían?

P2. Acá. Acá adentro.

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

P1. Nosotros sí, pero no.

P2. Nosotros sí como espectáculo de Los Pompa, pero han venido otros espectáculos acá.

P1. 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 los vecinos 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. P2. 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. N. Sí, está bien, yo les preguntaba porque puede ser otra herramienta para darse a conocer, por eso quería saber.

P1. Bueno, entonces esa es la parte que nos vendría espectacular...

P2. No sé cuál es... bah, ¿a vos ya te contó? (habla a Mariana)

P1. 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! P2. (Risas)

Sí, tenés todo este quilombo.

N. 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... P1. 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!

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

P1. 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. P2. Y un poco a veces también dentro de Parque Patricios. Si bien hay un trabajo importante acá, ir por más.

P1. Sí, pero igualmente a mi me pasa que es un trabajo que creo que podemos hacerlo nosotros. Eso es bien del grupo.

P2. Claro.

P1. 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. P2. “Afuera” puede ser acá en Capital o también internacionalmente. Acá vienen... P1. Vienen chicas de Suiza, de Holanda, de no sé qué a estudiar...

P2. 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. P1. 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.

P2. 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 lo que decimos que es como el curriculum hacia cualquier lugar en el mundo. P1. 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.

P2. Esto de que la gente decía no, yo lo ví en la revista por eso vengo a ver. P1. Eso tiene esa repercusión, necesitamos eso, en eso necesitamos ayuda. P2. 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.

P1. Por ahí alguna estrategia.

N. ¿Cómo manejan el tema de las redes?

P2. 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...

P1. Para compartir, socializar el conocimiento que tienen alguno sobre ciertas áreas. P2.

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 abrís 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.

P1. 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.

P2. 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...

P1. Nosotros no somos eso.

P2. Claro.

N. Sí, tiene que ver con la identidad también.

P1. Por ejemplo, ¿por qué Agustina dio taller para los profes? Todo tiene que estar vinculado con todo.

P2. 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”

P1. Sí, igual Agus había dicho que ella también iba a mandar cosas.

P2. 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.

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

P1. 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...

N. Ah no, ese no lo encontré.

P2. 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... P1.

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”.

P2. 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.

P1. Es de a poco...

P2. Si hay alguna herramienta que por ahí haga que ese “amigos” desaparezca pero se meta todo en la fan page.

P1. Pero viste que no podés tener una fan page si no tenés uno de amigos. P2. Claro, pero ahí ya está el mío y el tuyo, podemos administrarlo desde ahí. P1. Pero a mí me pasa... -esto es una cosa de bruta- ¿a mí me aparece que lo publicás vos porque yo también tengo habilitado?

P2. Sí, sino aparece que lo publica Pompa.

P1. Ah, porque yo me volvía loca y siempre trataba de publicar desde el de los Pompa. P2. 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.

P1. 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. N. ¿Y la página web, cómo fue que se armó?

P1. 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. P2.

¿Hoy está en línea la página web?

P1. 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.

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

P1. 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”.

P2. 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”.

P1. 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 Gastón 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.

P2. Que no se los mandaron nunca...

P1. 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 tientas va armando cosas. Vamos aprendiendo haciendo.

P2. Y se va contagiando también. Ahora estoy yo. Si bien yo entré por el tema redes, también me contagio de otras cosas que surjan.

P1. 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. N. Lo de los videos ¿también lo manejaron con gente de afuera?

P1. Sí, igual, de afuera hasta ahí nomás. No tan de afuera.

P2. Siempre es por un contacto de amigo de, la pareja de...

P1. Tratamos que sea gente que entiende de lo que se trata.

P2. Tratamos de que sea así, por ahí no lo logramos con los diseñadores...pero el del video sabe muy bien lo que hace.

N. Sí, están buenos los videos.

P1. 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. N. Vuelvo a la pregunta del diseñador. ¿Los que diseñaron la imagen de la web, son los mismos que hicieron el logo?

P1. 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.

N. ¿Cómo hacen ustedes el diálogo con los diseñadores?

P1. 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...

P2. Sí, los pibes viven acá también. Todos los pibes de Los Pompa.

P1. Todos los pibes viven acá. Mi hija me odia ya, pero bueno.

P2. 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 adultos, 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...

P1. 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.

P2. Siempre tiene su particularidad, de ser de acá, pero... bueno, eso. N. Bueno, creo que por ahora tenemos bastante para trabajar. Está buenísimo. Está bueno que tengan bastante claro el objetivo.

P1. Aparte vinieron... no son el primer grupo que estudia comunicación que viene. No es para decirlo de una manera... no es peyorativo, para nada.

P2. Ellos no pudieron no sé ustedes (risas).

P1. Te voy a decir algo. Los chicos de comunicación que vinieron, terminaron en el grupo, bastantes.

N. Sí, ¡ya estoy re tentada!

P1. Dos o tres, Sebastián que ahora se fue a vivir a Berlín.

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

P1. Sí, varios chicos que estuvieron un par de años en el grupo.

P2. Es que uno nunca sabe porqué llega pero llega.

P1. 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.

P2. 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. P1. Los lunes y los viernes funciona en este espacio...

P2. Todas esas cajitas de colores...

P1. 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 niños, porque hay muchos padres que se juntan también.

P2. Ahí veo uno de Alejandro Dolina...

P1. Entonces que haya libros para grandes y que haya películas también.

P2. Sí, hay películas también.

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

P1. 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.

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

P1. 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.

P2. No había una comunicación interna tan clara.

P1. No estaba claro todo lo que estaba hecho ya.

P2. Por ahí sirvió para eso.

P1. 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.

P2. 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... P1. 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...

P2. ¿Cómo la capitalizamos? Por ahí nos sirvió para darnos cuenta de bueno, tenemos que registrar.

P1. Tenemos que tener registro de esto. Hay que tener foto, video, registro de que todo esto pasa acá.

P2. Notas que nos sirvan como registro, más allá de dónde se publiquen. Digo, todo. P1. Igual, dónde se publican es fundamental porque eso hace a la visibilidad, lo que te estábamos diciendo. Nos resulta importante incluso para recibir plata. P2. Porque no es lo mismo ir al Santander y decirle “tengo toda esta carpeta de cosas”, que decirle “te paso un videíto, para que no lo subí a youtube todavía”. Entonces “mirá, tenemos esto, la nota de La Nación, la nota de Clarín”

P1. 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. N. Sí, a todo lo que se les ocurra que podamos venir avísennos por favor. P1. De lunes a sábado a la tarde hay gente. A partir de las 4 y media de la tarde. P2. Todos los días.

P1. 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 adultos de 8 y media a 10. P2. 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.

P1. Sí, boya. A veces sube, a veces baja.

P2. De niños está explotado siempre.

P1. 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”

P2. 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.

P1. Y en un punto está buenísimo porque conformaron el grupo de amigos, pero bueno, hubiéramos ido todos juntos. Nos organizábamos entre todos...

P2. Íbamos todos a ver la película. Para laburar me parece que es interesante lo de los adultos y los adolescentes. No los que ya forman parte de los pompas, que también... P1. 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.

P2. Y hoy están todos formando parte del grupo.

P1. Se re incorporaron.

P2. 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.

P1. 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. N. Gracias, ya con esto tenemos bastante para trabajar. Seguramente el sábado vendremos.

Tercera entrevista Pompetriyos

Entrevistado: 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...

Entrevistador: Y ¿esa decisión fue por gusto o por algún mensaje en especial? Entrevistado: Por gusto, nos pareció la obra más interesante para hacer y nos pareció más actual también.

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

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

Entrevistador: ¿Tienen algún tipo de medición?

Entrevistado: 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.

Entrevistador: A parte de las sillas, ¿tienen algún control, estadísticas?

Entrevistado: No, siempre es un estimativo.

Entrevistador: Pero por ejemplo cuando en determinada función observan que el número de gente decayó...¿Les genera un ruido y deciden hacer algo al respecto? Entrevistado: Bueno sí, siempre que sucede eso de algún modo se intenta revertir esa situación de que no está viniendo gente.

Entrevistador: ¿Me podrías decir algún ejemplo en concreto?

Entrevistado: 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.

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

Entrevistado: 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.

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

Entrevistado: 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.

Entrevistador: 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?

Entrevistado: 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. Entrevistador: Con respecto a los vecinos del barrio que no forman parte del grupo, ¿saben de la existencia del grupo? y ¿cómo sería su relación?

Entrevistado: 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".

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

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.

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

Entrevistado: 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.

Entrevistador: ¿Alguna otra obra con similar repercusión de La peste?

Entrevistado: Sí, "Extra, extra"

Entrevistador: ¿Se puede encontrar información sobre esa obra?

Entrevistado: 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 Circuito Cultural Barracas 13 Marzo

El circuito es un proyecto que tiene 20 años, estamos comenzando el año 21. Díganme qué necesitan saber, hay mucha información en la página (...)

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

-El teatro comunitario es un teatro de vecinos para vecinos. los que componen los proyectos de teatro son vecinos 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 los vecinos 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, los vecinos 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. vecinos 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 los vecinos 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. Los vecinos 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 vecinos 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 los vecinos 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 los vecinos 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 los vecinos de su cuadra, con la cooperadora 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 los vecinos? 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 los adultos. 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 vecinos. Pero en realidad la idea es que durante el espectáculo la gente esté pensando que son vecinos. 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 vecinos, 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 espectador se lleve con cada obra? Con respecto a la dramaturgia.. Armar una obra de teatro comunitario lleva tiempo. Con los vecinos 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 los vecinos 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 -sí, 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 vecinos 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 ningún 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 me encargo de la parte de comunicación. La comunicación interna...nosotros manejamos mucho la comunicación así, la comunicación 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 evolución ves en la comunicación externa? (27:40 min) 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 en 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 podés 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 los vecinos.

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.

Entrevista realizada en una reunión del grupo Villurqueros con Liliana, la directora del grupo.

Liliana: Bueno, no sé, qué es lo que tienen ganas de saber?...¿Qué quieren saber de esto, que es teatro comunitario? Qué les parece, que quieren dar?

Integrante: Saber un poco cómo es la formación, o sea cómo comienza, cómo es el inicio, para los que nunca hicimos teatro.

Liliana: Bueno, nosotros lo que intentamos es poner el cuerpo en acción y afinarlo lo más posible para el trabajo previo, y es muy diferente el trabajo que se hace cuando se está en la construcción de una obra. Hay trabajo que se hace cuando se hace la puesta de una obra ya armada. Ahora, por ejemplo, estamos muy corridos con el tiempo, porque vamos a poner una puesta que ya está puesta, pero con gente nueva. Entonces el teatro comunitario lo que tiene es siempre volver a revisarse, porque el elenco nunca es el mismo. Somos muchos vecinos,

algunos a veces están, otras no están. Hay gente que se va y que vuelve, que se reintegra, por eso para la directora es un rompecabezas cada puesta. Cuando se hace el trabajo sobre un material que vamos a construir, se trabaja mucho con improvisación, con investigación, con el material que los propios vecinos pueden aportar. Es un trabajo muy bueno, muy interesante. Yo personalmente pude participar en la construcción de la Grafa y fue muy interesante. Para cuando yo llegué había una obra que ya estaba armada, entonces ya me sumé a un proyecto ya hecho, pero con la Grafa pude participar en la construcción y es muy lindo. Si les quiero decir, yo venía del palo de otros elencos, porque el teatro me gustó toda la vida. El teatro comunitario tiene tiempos muy particulares. No son los tiempos que uno acostumbra tener en otros elencos, en otros grupos de teatro, en grupos de formación, porque somos muchos, porque hay algunos que vienen con experiencia, porque hay otros que no la tienen, porque hay algunos que tienen dificultades vocales y otros que no la tienen. Y la idea es hacer un trabajo comunitario, acompañándonos unos con otros, ayudando al que puede con esto y que puede con aquello. Porque la solidaridad es fundamental. En un grupo de teatro comunitario es un valor fundar.

Entra Nidia

Liliana: ella es Nidia, nuestra asistente de dirección

nidia: Hola!

Liliana (a Nidia): Bueno estamos en una charla pre iniciación, les estamos contando un poco sobre el teatro comunitario y si hay alguna pregunta sobre el teatro comunitario.

Integrante 2: -Yo nunca hice teatro, no sé si tengo condiciones o no, me interesa probarme, yo misma si puedo participar y la persona con experiencia me dirá si puedo...

Nidia: - Eso se va viendo en el ruedo. Cuando vos te integras a un grupo no tenés ninguna experiencia. A mí personalmente me pasó. Lo primero que hice fue cruzar el escenario tres veces. Ni pronuncié palabra y a medida que va pasando el tiempo te vas comprometiendo de otra manera, de acuerdo a lo que vas viendo que poder y demás. No te apures.

Liliana: -Hay una cosa importantísima, lo que significa teatro comunitario. En el teatro comunitario creemos que todos somos esencialmente creativos y que todos podemos pertenecer a un grupo de teatro comunitario y crear y hacer teatro. El teatro tiene infinidad de cosas para hacer. No solamente la creación, hay miles de cosas que uno puede hacer y uno se va formando. Y yo siempre digo que para mí el teatro es como un río de piedras en donde el

agua va haciendo que las piedras se muevan y entre unos y otros nos vamos puliendo. Y se van saliendo esas aristas que tenemos, que a veces no son tan buenas, no son tan buenas para nosotros o para el otro. A veces uno piensa que está todo bien y resulta que cuando se va formando con otros se va dando cuenta y entonces, entre todos nos vamos acompañando y formando. Acá no es un teatro ni es una formación competitiva. Acá no venimos a mostrar lo geniales que somos. No nos importa ser geniales, la verdad. A nadie le importa que alguien sea mejor. En realidad lo que pone el mejor es todo su ser al grupo. Entonces el grupo termina siendo importante y no lo individual. Cambiamos el “yo” al “nosotros”, y cuesta mucho, a mí me llevó muchos años y me lleva, porque la sociedad y la comunidad está preparada para la competencia y para el individualismo. Cuando entrás a un grupo, como el teatro comunitario, donde el individualismo no existe y el individualismo tiene que dejar de ser y ahí te quiero ver. Nos quiero ver, porque todos somos parte, nadie está exento. Uno como director no está exento del “yo”.

No hay un lugar a dónde llegar en el teatro, está siempre el camino, o sea, hasta el profesional mismo es morir en el escenario. Personas que decís “uh saben todo” y no, no saben todo y siempre uno está nervioso antes de una función, ocupes el lugar que ocupes. Y después la construcción la va haciendo uno también, nosotros intentamos siempre tratar de sociabilizar todo lo que podamos, tratar de desarmar lo que no está bien, como el chisme que pasa en todos los grupos. Por atrás no, vamos al fogón, vamos a decirlo dónde tienen que decirse las cosas. Entonces uno va construyendo en grupo. El que se acerca, empieza una nueva construcción grupal a partir de cada integrante, de cada uno que se asoma, no hay viejos o nuevos, hay gente que se viene a trabajar a lo comunitario. A construir comunidad, yo creo que la comunidad se construye también. Entonces bueno, partimos de esa base.

Integrante 3: Nosotros nos vamos a sumar a un grupo que ya viene construyendo algo?

Liliana: Y nosotros vivimos construyendo algo jaja

Asistente: Si me permitís que les cuente a ellos porque se nos va el tiempo, los proyectos que tenemos cerquita, y como sos (por Liliana) esta generadora de qué y de cómo y cómo y cuándo y dónde. Así ya saben. Y bueno, después los invitamos a que vengan al ensayo, se queden.

En esta etapa estamos recontra haciendo cosas como nunca, porque este año ya cerramos fecha 25 mayo con la famosa variedad. Las variedades van a ser hasta fin de año, un mes sí un mes no, o sea, son cinco. La próxima que viene en junio, después está en agosto y así hasta

diciembre. En el medio pasan cosas también como ahora: cumple el 25 de mayo los diez años de la apertura, va a hacer una gran fiesta de teatro y de arte acá adentro y nosotros somos el corazón. Entonces vamos a tener en la sala principal el 25 de marzo a las 21 horas, así que vengan todos a verla, se hace Avanti la Villurca que es la obra declarada de interés cultural. La primera obra de los Villurqueros que cuenta la historia de Villa Urquiza hasta la recuperación del teatro. Eso es lo que pasa en esta obra. Los invitamos a verla, porque ahí se resume todo lo que hacemos, fue la primer obra donde se hizo la construcción; hay música en vivo, canciones inventadas por nosotros mismos. Tenemos un director musical, él también compone para nosotros con las ideas nuestras. Liliana Vázquez es la dramaturga, de todas las obras que nosotros vamos inventando, porque las vamos tirando, en una construcción como fue Grafa. Improvisaciones, trabajo de investigación, con todo lo que se tira Lili, junto con otro ayudante, otra pluma, que es Nelly, otra poeta, sigue siendo un trabajo colectivo. Le entregamos a ellos que saben escribir y se vuelca.

Liliana: -Luego se hace la organización. La creación es infinita y desborda a veces. Yo creo que con todo lo que se deja fuera se pueden hacer tres obras más, pero uno tiene que poner el cerco.

Asistente: - Y lo bueno de la Varieté, que esto me viene justo con lo que decís, empezamos a rescatar cosas que por ahí habíamos hecho en performance, cosas chiquititas, entonces rescatamos todo eso y lo pusimos en la varieté. Nada se pierde, todo se transforma.

Así que este es un año particular, en el medio también tenemos “Grafa, memoria de un pueblo”, gran obra que se va a dar cuando tenemos fecha, podemos ir a otros lados, no solamente acá, Grafa se va a dar acá en noviembre y diciembre en la sala grande. Pero también pueden surgir fechas en el medio que nos vayamos a otro teatro a hacerla, o participar en un festival, como fue el año pasado, que también fue declarada de Interés Cultural, Grafa, Memoria de un pueblo y Margarita Deltornu es una obra que se estrenó el año pasado, que surge desde todo el trabajo que hacemos con Liliana Vázquez en el hospital Tornu, hay una rama de los Villurqueros, que es Payavillurqueros, que somos los payasos del Tornu y ella como trabaja, es el trabajo de ella en el hospital, lo que es la parte de tercera edad, en los talleres para tercera edad, surgen ahí los payasos de tercera edad, que también hay villurqueros, son parte de ese trabajo y se realimentó todo porque muchos abuelos hicieron el vestuario, escenografía de la obra, no actuaron, pero trabajaron. Lo que decía Lili, el que no se anima a actuar puede participar de otra acción.

Nidia: El día del estreno de Margarita que fue acá, a las 10 de la mañana de un día de semana, la muestra fotográfica estuvo divina, hubo una muestra fotográfica que recibía al público antes de ir a ver la obra, divina, haciendo una especie de historia villurquera.

Integrante 2: La van a hacer ahora el 25?

Liliana: - No sé, no sabemos. Tenemos que ver quién se puede encargar.

Asisitente: Siempre en el grupo, “che quién se encarga de esto?” “yo, yo, yo” ...Bueno listo...

Liliana:- quién se encarga de la muestra fotográfica?

Asistente: - Laburo siempre hay, el que no sepa qué hacer, enseguida le encontramos algo.

Liliana: - Bueno un poco lo que estaba diciendo Mariana es todo lo que se hizo y lo que hay para hacer. Tenemos una nueva variedad que se va a trabajar también, todos van a ser parte de ese trabajo, que es para el mes de julio. Estamos en mayo con Avanti la villurca, junio tenemos otro trabajo para hacer y de ahí en más no paramos hasta diciembre. Dentro del medio de las cosas tenemos la formación de artista villurquera los días miércoles que a partir del 23 de mayo, los que estamos con algún instrumento y que lo sepas tocar, el que tenga una inclinación a la música se puede anotar ahí y formar parte de la orquesta villurquera, que lo van a dar los profes de música los miércoles de 21 a 23, es gratis. Así que bueno, eso como parte de formación, que no es obligatorio, es el que quiera venir. Y después tenemos formaciones durante el año que se van a dar los días sábados. Nosotros nos juntamos los viernes, de 21 a 23, pero los sábados que estamos usando a veces para ensayar, cuando no hay formación, los separamos para los talleres que van a haber en el año que ya los tenemos planificados y pagos. Algunos van a ser gratis y otros van a ser pagos, pagos con un precio muy preferencial, porque tratamos que sea un precio bien comunitario.

Liliana:- Una de las cosas importantes es que nosotros, por ejemplo, todo lo que ganamos en la gorra, va a un pozo, de ese pozo, bueno ahora tenemos alquilada una vivienda para guardar las cosas, para que sea un lugar de encuentro, extra, porque no tenemos lugar, tenemos mucho vestuario, escenografía, muchas cosas a lo largo de 16 años. El 25 de mayo, además de los 25 años del teatro, cumplimos 16 años de grupo, imagínense que tenemos un montón de cosas, otras que se perdieron, porque nos hemos inundado y se han perdido. Equipos de sonido; de luz, de todo, entonces nosotros tenemos una pequeña casa que alquilamos con lo que se junta. Tenemos dos cosas: la formación tratamos de contratar personas muy calificadas que nos enseñen algo, por ejemplo, los títeres, siempre a lo mejor, de muy bueno para arriba. Y

tratamos... de cuánto sale esa formación, 10 mil pesos, bueno cuánto hay ahorrado? Cuánto tenemos de pozo para poderlo pagar y lo que falta lo repartimos entre todos. Entonces la formación es muy barata, pero muy buena. Lo otro es simple, no cobra nadie, pero lo que tenemos sí es un aporte, no sé si lo vamos a tener que aumentar, pero está en 200 pesos mensuales, el aporte que cada uno de nosotros hacemos para poder sostener el lugar de la casita, la casita a partir de esta semana, también va a ser un lugar de encuentro, estamos organizando como para tener un espacio de encuentro para cuando tenemos la reunión o el grupo de trabajo que no es necesario venir acá, nos juntamos allá a tomar mate y a planificar.

Asistente: Porque somos artistas residentes, nombrados desde el año pasado. Pero eso no quiere decir plena disponibilidad del teatro para nosotros.

Liliana: Así que bueno, no sé qué otra cosa... y después sí...es un grupo de trabajo que tiene mucha implicancia en lo social, en lo solidario. Y también tiene muchísimo que ver con lo ideológico no somos partidistas, pero sí trabajamos mucho en lo que tiene que ver con derechos, derechos humanos, o sea no llevamos ninguna pancarta de ningún partido político, pero sí llevamos la pancarta de derechos humanos; la reivindicación de los derechos a la salud; de la tercera edad; de la niñez; de incapacidad. Entonces avisamos que no es un grupo tan inocente tampoco. Es un grupo de mucho trabajo social y de mucho trabajo por los derechos. Es importante que lo sepan antes de poner un pie en este espacio. Y después sí es un grupo, o por lo menos es lo que uno quiere, que sea un grupo con un compromiso, no solamente en lo social, sino un compromiso de decir “bueno, me comprometo a venir, a estar, a trabajar... Cuando uno se compromete y no viene, está afectando el funcionamiento grupal. Todo se conversa, se charla, pero lo que se pide es que haya responsabilidad en el tema de que si quiero ser parte, soy parte, y si no bueno...seremos amigos. Pueden venir a animarnos, pero no detener la marcha del trabajo. Cuando uno no se compromete o se compromete a medias la marcha del trabajo se fractura.

(...)

Liliana: Lo que sí les quiero decir es que soy muy exigente... Porque después van a decir “che, pero no parecía...” no... sí soy exigente jaja

Integrante 4: Se nota por lo que se ve en el escenario, se nota esa exigencia por lo que se ve en el escenario, por lo que se ve como público.

Liliana: Bueno, gracias

Integrante 4: Realmente el trabajo de La Varieté, impresionante, las máscaras...está buenísimo.

Liliana: La idea es teatro comunitario sí; vecinos haciendo teatro sí, pero excelencia en el trabajo, porque si no terminamos haciendo como...

Asistente: Como estudiantes de un colegio... y no

Liliana: Claro, no me disfrazo...me caracterizo. Se le van a dar las herramientas para el trabajo, pero hay exigencia, porque los que comandamos el equipo de teatro, somos artistas profesionales, decidimos hacerlo comunitario, pero la exigencia es porque mi formación es de teatro. Entonces no es que toco de oído. Y yo creo que es lo bueno, porque después salen cosas lindas. Y el equipo se siente bien cuando ve que algo está bien puesto, porque la gente no es tonta.

Asistente: ¡Aplauden de verdad! jaja Se ríen de verdad.

Liliana: Hacemos teatro amateur, pero de manera profesional.

(...)

Entrevista con Liliana Vazquez

Entrevistadora: -Cómo y cuándo surgió el grupo Villurqueros?

Liliana Vazquez: En el año 2001. Nosotros teníamos negocio en Villa Urquiza y veníamos del teatro, somos actores, de muchos años de teatro. Empezamos a trabajar la idea de la juntada con los vecinos, porque veíamos que venían mal, veníamos muy mal todos, con la gran crisis y había una gran necesidad de juntarse, entonces bueno, el local nuestro, una tienda, se había convertido un poco en la referencia para trabajar angustias, era más fácil venir a contarnos todo lo que les pasaba a los vecinos y éramos referentes barriales, de gente que siempre había trabajado en la zona y nos conocían mucho en el barrio y sabían que cualquier cosa que necesitaran, ahí estaba la tienda, que venían a charlar, venían a pedirte cosas o a llorar un rato, aunque sea se tomaban unos mates o un café. Siempre había una respuesta de humor, cosa que al otro le sirviera para seguir el viaje, para seguir caminando. Mucha de la gente que teníamos nosotros era gente que tenía hijos que se tenían que ir del país porque acá

no había posibilidad, era una gran depresión, un gran dolor, un gran despegue, desarraigo, de los que se iban, de los que quedaban. Quedaba gente mayor, sola, en departamentos de clase media, esos departamentos que se les había venido abajo toda la estructura y no tenían ni para pagar las expensas, gente que perdió todo y bueno, nosotros como personas del pueblo y solidarios que somos...empezamos a ver qué hacer. Una de ellas fue juntarnos como sea y qué sabíamos hacer nosotros y sabíamos hacer teatro. Entonces poner ese saber al servicio de todos y así fue que empezamos. Yo empecé primero con una compañera que no está, falleció hace poquito, veníamos del palo del teatro también y empezamos solas las dos en la estación, en la plaza con carteles “quiere integrar un grupo de teatro comunitario?” y la gente se fue acercando de a poquito. Empezamos con una idea que fue recuperar el teatro 25 de Mayo y nos metimos en esa movida barrial que hacía muchos años que veníamos con la idea de recuperarlo, y aprovechamos la movida del 2001 con las asambleas barriales, la gente en la calle, a empezar a decir que teníamos que recuperarlo y de qué manera podíamos hacerlo. Con la herramienta del teatro podíamos hacer un sketch y juntar firmas. Empezamos 6 en la calle, 6 vecinos, poca gente para lo que queríamos hacer, pero era el germen y de ahí hicimos la primera salida y convencimos a otros vecinos para ser 8, que vinieran a hacer una postal que fue “Esperando a Gardel”. Una postal que hicimos como protesta a donde salíamos a la calle vestidos como el año 40, llamamos mucho la atención y cruzamos toda la plaza Urquiza y en un momento alguien preguntó: “a dónde van?” y nosotros respondimos: “al teatro 25 de Mayo que canta Gardel”. Lo primero era pensar “están todos locos” pero después dijeron: “pero si está cerrado” y nuestra respuesta era: “pero si usted firma se puede abrir”. Entonces así fuimos buscando firmas con esa caracterización de época y nos parábamos frente al teatro tapiado también, juntábamos firmas e interactuábamos con la gente desde el personaje que era una persona que iba a ver a Gardel. Y así se fueron sumando otros vecinos y la movida por el teatro llegó a juntar 5 mil firmas. El teatro fue nuestro punto de encuentro y nuestro punto común de lucha vecinal. Eso hizo que fuéramos fuertes entre los vecinos, porque no había quién no quisiera recuperar el teatro, salvo muy pocos que querían que se construyera el bingo. Todos los textos de la obra que viste son todos textos que escuchamos en nuestras primeras apariciones para la junta de firmas frente al teatro, no hay ni uno solo inventado. Lo maravilloso del grupo Villurqueros es que cuenta la historia de su barrio y desde lo real, uno le puede adornar alguna cosa, podés tener alguna licencia poética, pero cuando vos decís la verdad y te planteas en lo histórico verdadero el otro se siente identificado, el vecino se siente identificado. “El teatro no puede ser un bingo” “el teatro es de los vecinos” todos textos que se dijeron y el público que nos viene a ver, la mayoría, sabe quién lo dijo, entonces eso causa

gracia y se ríen porque se identifican o identifican a otro. Entonces yo creo que eso hace la diferencia del teatro comunitario con otros tipos de teatro. El teatro comunitario se involucra en lo que le pasa al barrio, a la gente, al otro, y lo pone en el escenario, entonces el vecino está hablando en el escenario, entonces el otro sabe que es el par el que está arriba y es la voz, digo arriba porque el escenario del teatro está arriba, pero el escenario no debería existir para nosotros, no hay escenario en el teatro comunitario, no existe porque tenemos otra forma de construcción del teatro, la idea de que no hay cuarta pared, no hay división entre el público y nosotros, sino que somos uno. Y eso hace una gran diferencia.

Entrevistadora: -Siguiendo con eso... qué diferencias me podés nombrar de los distintos tipos de teatro, más al independiente; teatro del oprimido; callejero con respecto al teatro comunitario

Liliana: -Tiene un poco de todos. Yo creo que en el teatro comunitario confluyen todas las formas. El independiente porque se produce independientemente, nosotros hacemos una producción independiente, no nos ponen plata para la producción, es autogestivo. Callejero, tiene algo de callejero, porque actuamos en espacios no convencionales. Y del Oprimido tiene también algo, cuando planteamos escenas que son para comprender o trabajar una situación conflictiva ya sea en un barrio o en un espacio como puede ser un hospital, por ejemplo. Tomamos todas las herramientas que nos sirvan, vamos viendo qué herramientas existen y usamos las que necesitamos. Casi todos los que conducimos el teatro comunitario somos gente de teatro, tenemos formación teatral, entonces conocemos todas las líneas del teatro, conocemos todos los tipos de teatro y los que integran se van formando, los vecinos, pero siempre está conducido, en general, por gente de teatro. Entonces al conocer sacamos de cada estilo de teatro lo que nos conviene, como por ejemplo tenemos mucho de la comedia del arte, clown, del oprimido tocamos muchos temas sociales, como una obra que hicimos sobre una fábrica de industria textil de la Argentina y lo que se tocaba en la obra era la desindustrialización que tuvo el país, cierre de muchas empresas, no solo industriales. Entonces se puede relacionar al teatro comunitario con este tipo de temas. El teatro comunitario es casi una de las últimas corrientes teatrales, por eso es que tomó mucho de las corrientes anteriores que mencionamos, Bianchi que es el pionero del teatro comunitario, tomó todo lo que ya se venía trabajando. Lo diferencial es que el relato que se arma en el teatro comunitario está incluido el vecino, porque el vecino es el que ayuda a armar el relato,

todos los participantes somos autores de nuestra propia obra, desde la creencia que todo ser humano es esencialmente creativo y en la juntada creativa de varios siempre hay un aspecto creativo que tiene otro que yo no tengo, es aportar y aportarnos, ahí nace la organización comunal, donde sos parte del todo y también alimentás a ese todo. Otra gran diferencia es que no vamos a representar un relato ya creado, algo que nos vienen a contar, sino que es un relato de lo que queremos hablar nosotros, qué quiere nuestra región, nuestro territorio, qué problemática tiene.

Entrevistadora: -Los nuevos integrantes, cómo se enteraron del grupo? ¿qué les dicen cuando se acercan?

Liliana: -Cuando nos ven en algún lugar o alguien les contó que hay un grupo. Pero principalmente cuando nos ven, porque al terminar de actuar siempre convocamos y decimos dónde estamos y les decimos el facebook, nosotros trabajamos mucho con el facebook. Nunca pudimos hacer una página web, ahora deberíamos crear una. En cuanto a la comunicación armamos eventos de dónde estamos, nos organizamos entre 3 para ver qué subir, que no subir. A veces pagamos un poquito para que se viralice el evento, cuando hacemos alguna función o taller. Instagram lo abrimos, pero no está dando el tiempo para ponerle atención, así que lo estamos utilizando muy poco, necesitaríamos a alguien que se ocupe del instagram y que sepa, el tema es que todos hacemos todo y hay cosas que se descuidan.

Entrevistadora: -Hablando de roles, ¿podría mencionar los roles del grupo?

Liliana: -Los roles serían: Mariano que está en la gestión cultural; Oscar que hace la dirección de actores, tiene más el uno a uno con el vecino actor, trabaja más específicamente con cada uno; yo hago la puesta en escena, la dirección general, tengo una mirada global, Oscar tiene una mirada más particular; Mariana tiene que ver con la comunicación y también está en la formación de clown. También tenemos dos asistentes de dirección; asistente de vestuario; maquilladora; iluminador; asistente técnico. Todo lo conseguimos en los últimos dos años, antes todos hacíamos 10 cosas juntas, ahora hacemos 5 jaja. El iluminador que tenemos fue iluminador del San Martín, se jubiló y vino con nosotros. Pero los que no son profesionales dentro de las tareas que hacen otros, lo que tiene el teatro comunitario es que es despertador y formador y lo que sucede también es que hay una revalorización de cada uno, refuerza el autoestima. Entonces muchas veces aparecen roles que el vecino quiere hacer y si

se siente cómodo, después queda con ese rol establecido. Los roles se van esparciendo a quien lo tome, acá nadie obliga nada.

Entrevistadora: -Me podrías dar una característica particular de este grupo de teatro comunitario en comparación con otros?

Liliana: -El aspecto particular de Villurqueros podría ser que construye obras de teatro con la temática barrial, que defendemos el territorio y también los derechos humanos que es importante para nosotros. Somos el primer grupo que trató el tema de los desaparecidos, porque nos pareció una necesidad territorial contarlos. Cuando estábamos haciendo Avanti, se nos acercaron y nos dijeron, “ahora tienen que contar Grafa”. Bueno perfecto, empezamos a investigar y resulta que Grafa cierra la fábrica, pero para eso fue necesario que desaparecieran todos los obreros de la lista blanca, que era una lista sindical opositora a la lista oficial que patrocinaba la patronal y la patronal quiénes eran, grupos de poder que elegían el presidente, los mismos que gobiernan hoy. Entonces ahí nosotros tuvimos que dar una vuelta de tuerca, nosotros siempre vamos a estar en defensa del obrero y tenemos claro nuestro lado de la vida y si esto pasó en nuestro barrio no podemos hacernos los tontos. Entonces tomamos un tema muy duro que no sabíamos cómo trabajarlo con el humor, por eso nuestra característica es meternos con temas difíciles y duros. El barrio nos motiva y nos dice de qué tema tenemos que hablar. Cada grupo de teatro tiene su barrio, tiene su temática y también elige con qué temática meterse. A nosotros nos tienen de más combativos, porque nos animamos con ese tipo de temas.

Entrevistadora: -Podrías explicar el vínculo del teatro comunitario con la transformación social? El arte es una transformación social en sí mismo o una herramienta para ello?

Liliana: -Es herramienta. No podemos creer que el arte es LO transformador. Personalmente creo que es una herramienta, una gran herramienta. En el teatro comunitario hay muchas variantes artísticas donde las personas se pueden formar: actuación, canto, música, escenografía, pintura, etc. Cada una de ellas representa una pequeña herramienta, el conjunto de todas ellas crean un caja de herramientas que sirven para la transformación social. Sí es un despertador en la transformación, porque vos habilitás al otro que quiera colaborar, aprender, de compartir lo que sabe y que esté al servicio del otro y entonces nos vamos

transformando con el otro, no hay héroe individual. Lo más transformador del teatro comunitario es que te enseña a no caminar solo.

Entrevista con Edith Sher

Edith Sher: -Matemurga tiene casi 16 años nació en agosto de 2002, pero como cuento en mi libro, se podría decir que en realidad nació mucho antes porque la fecha de fundación es el 18 agosto 2002, en el contexto de un país devastado...pululaban los clubes de trueque y las asambleas vecinales, y en donde...digamos a mí se me hizo muy necesario hacer algo con otros y lo mío era lo artístico, en ese momento lo pensé desde el canto, como te habrás dado cuenta, el canto es muy fuerte en el teatro comunitario y en nuestro grupo particularmente. Pero bueno, después fue siendo teatro comunitario porque así me lo sugirieron mis, hoy amigos, Bianchi director de Catalinas y Ricardo talento en Circuito Barracas que ellos estaban tratando de formar una red de teatro comunitario en esos años y la formaron y a esa red nos incorporamos nosotros. Al principio era una especie de murga teatral, de ahí lo de Matemurga, porque yo trabajaba en un programa de radio llamado mate amargo, era la columnista de teatro del programa y al principio del grupo fue convocado desde la radio, yo le propuse a él y le pareció bien, entre las muchas actividades que estaba haciendo el programa, era un proyecto de comunicación. Después con el tiempo nos separamos porque bueno los objetivos se fueron diversificando, y bueno, nosotros nos separamos, pero te decía, que quizás antes, porque me parece, siempre creí, sin darme cuenta, tal vez, que el arte era un gran ensanchador del horizonte humano. Siempre desde chica canté en coros; estudié instrumentos; después en la adolescencia empecé a estudiar teatro, después hice la escuela de teatro y siempre tuve, a la vez, una vocación social muy fuerte, pero bueno, en ese momento ese año que te cuento, me dije así como muy rápidamente yo no soy militante política; no voy a poner un comedor comunitario; no voy a poner una salita de primeros auxilios; no voy a hacer otro tipo que es lo que yo soy y que quiero hacer, y bueno, me decidí por eso y convoqué desde ahí y en un momento de muchísima necesidad de juntarse. Ahora también, este año el grupo tuvo 16 personas nuevas, digamos, para un grupo que tenía 60 y pico, estoy hablando por la orquesta, porque desde el 2015 tenemos una orquesta, aunque en la orquesta hay muchos que están también en el grupo de teatro, pero otros que solo están en la orquesta. En total éramos 65, ahora somos más de 80, y de pronto, eso habla de algo. En aquellos años también había una gran necesidad en aquel año particularmente y ese primer encuentro que yo convoqué, a

partir del programa de radio, vinieron unas 25 personas ya más o menos. Así nació, muy rápidamente, nos incorporamos a la red de teatro comunitario que estaban haciendo a instancias de todos los directores que podían. Y dos años después estrenamos el primer espectáculo que era, es, sigue siendo eminentemente musical, pero que con el tiempo se fue volviendo cada vez más teatral y que bueno los siguientes fueron espectáculos más pensados ya desde otro lugar, donde la canción no es el origen de todo, pero sí, ocupa un lugar muy importante.

Entrevistadora: El objetivo de crearlo, algo me dijiste...

Edith Sher: -Bueno, en principio era un deseo mío, después fui conceptualizando hasta llegar a escribir un libro muchos años después, pero era un deseo mío de hacer algo con otros; por otros; por mí, algo que le diera sentido a mi vida, pero sabía que eso no era individual. Sabía, creía, intuía, que sé yo, tenía 35 años, era muy joven. Y bueno, diría que se lo dio, le dio un sentido muy importante en mi vida y de la vida de muchas personas, esto, porque efectivamente superó todo aquello que yo intuía, en cuanto a posibilidades de transformación; de construcción; de soñar e ir tras los sueños; de construir con otros; generar vínculos solidarios y de transformación de la realidad de muchas personas en un territorio, no? Porque al tiempo, esto no te lo dije, no sé si está en otra pregunta, unos años después nos asentamos en Villa Crespo, es decir que teníamos una historia, tenemos una historia un poco diferente en cuanto al origen respecto a otros grupos que nacieron directamente en un barrio. Nosotros nacimos en un marco de un proyecto de comunicación y después de separarnos, un tiempo después en 2006 más específicamente, empezamos a tomar el barrio como nuestro espacio y empezaron a venir más vecinos del barrio y hoy en día hay un montón de sangre y aledaños digamos, porque se puede ser de cualquier barrio.

Entrevistadora: - Qué definición me podrías dar de lo que es teatro comunitario?

Edith Sher:- El teatro comunitario se define por quienes lo integran. Es un teatro de la comunidad para la comunidad, de vecinos para vecinos, reivindicando la palabra vecinos, que a veces está en disputa y se la tiene un poco menospreciada por el uso que se le da actualmente, digamos por el uso que le da le da macri: vecino desprovisto de política digamos ese ciudadano versus vecino. A nosotros nos parece que el lenguaje es un campo de batalla, así que en algún espectáculo decimos: discutamos el sentido de la palabra risa, también el

sentido de la palabra vecino y por eso digo que es un teatro de vecinos para vecinos, de la comunidad para la comunidad y no es un teatro que piense los temas de la comunidad y que está hecho por actores, ni es un teatro específicamente callejero porque puede ser en sala y además el teatro callejero, puede estar hecha por profesionales actores. Es un teatro que está integrado por la comunidad y que le da a la comunidad el derecho al arte con todas las implicancias que eso tiene, de desarrollo y de crecimiento y posibilidad de mover la realidad que tiene eso.

Entrevistadora: -Más adelante estaba la pregunta justamente, qué se diferencia el teatro comunitario de otros tipos de teatro, más de esta rama, que por ahí es similar al callejero; independiente; teatro del oprimido, como ese grupo...

Edith Sher: - Sí, igual no sé si son tan parecidos, a ver, menos independiente, los otros puede ser que tengan un punto de contacto, los otros que mencionaste. El teatro independiente es un teatro hecho por personas formadas en la actuación, diferentes escuelas, más, menos, bien, mal, diferentes resultados, pero digamos puede o no ser un teatro para la comunidad. Desde ya no es de la comunidad en el sentido de que, si bien los actores son, por supuesto, integrantes de una comunidad, son profesionales. En cambio, en este caso son los vecinos de una comunidad que trabajan su desarrollo creativo, pero no únicamente, ya no como quien va un taller y se desarrolla, tal vez con 4 o 5 o 10 en el mejor de los casos, otros asistentes y hacen una muestra de fin de año, sino en pos de una producción colectiva y en un marco en el cual ese desarrolló creativo se potencia porque hay muchos otros que están en la misma situación y que están aglutinados por este objetivo común que es la construcción de un espectáculo de todos. Respecto al teatro callejero, te dije, o sea, eso último con respecto al teatro independiente, respecto del callejero primero que en general son actores profesionales que se dedican una estética de calle, en este caso, insisto, no son profesionales, después no quiere decir que sea malo lo que hacen, para nada. Yo deseo que no sea malo, pero además no tiene necesariamente una estética de calle, o sea puede ser un teatro de sala. Callejero te indica un espacio y una o varias estéticas, pero vehiculada a los espacios abiertos.

El teatro del oprimido, sí quizás en algún punto tenga algo en común, pero primero que el teatro comunitario no necesariamente implica tocar temas problemáticos y tratarlos y devolverlos a la comunidad. Segundo, que en general no se trabaja, como el teatro foro, sobre un debate posterior o un meter, a los que quieran meterse en la escena, a ver qué quieren modificar. Además no es, no todo el teatro del oprimido desde ya, pero hay cierto teatro del oprimido que es más temático, está más preocupado por los temas a tratar, que por la estética,

no todos, pero el foco está metido en otro lado. Acá es eso, es teatro de vecinos para vecinos, donde hay un trabajo estricto, por lo menos en Matemurga, estricto no porque se trate mal a la gente, sino porque es riguroso, más que estricto riguroso, sobre la poética, tanto desde la dramaturgia, como desde todos los lenguajes; desde las canciones cómo se construyen; la construcción de los personajes; el vestuario, etc.

Entrevistadora:- De estos teatros mencionados, ¿hay algún aspecto que el teatro comunitario tome prestado?

Edith Sher:- Quizá del viejo teatro independiente tome prestado su aspecto militante, que es lo único militante que tiene el teatro comunitario, es decir, todos vamos a limpiar, todos nos dividimos las tareas, estamos divididos en grupos de bufet, ese aspecto, digo lo único militante porque a veces me dicen: si no es militancia cultural...bueno por añadiría puede ser, pero en realidad es teatro lo que hacemos, un teatro cuya materialidad son los vecinos de una comunidad, no los actores profesionales, pero somos teatro, nosotros creamos una dramaturgia, actuamos, es un elenco enorme, pero es teatro. Sí tiene un aspecto militante que creo que es heredado y no es casual, porque los dos fundadores de esta práctica son Bianchi y Talento que vienen de esas prácticas, y de alguna manera la llevaron, en ese aspecto sí. Después si es callejero, para la estética de algún espectáculo de teatro comunitario se decide que sea callejero, lo hará desde ese lenguaje y si no tomará otros, de todo puede tomar. Yo diría que se nutre de varios géneros populares como la zarzuela; como la murga; como el circo; cine mudo; hasta el cómic; el uso de grandes muñecos en algunos espectáculos, en Catalinas sobre todo, la opereta.

Antecedentes, yo diría en principio todo lo que hicieron Bianchi y Talento antes de decidirse a hacer teatro comunitario, primero uno después el otro, son antecedentes, toda práctica teatro popular, también teatro independiente. Hay un libro muy interesante que se llama "Presente y Pasado de un mundo posible", que cuenta un poco la vida de ellos, antes de hacer teatro comunitario, ellos dicen que no inventaron nada, yo creo que ellos inventaron esta forma de teatro comunitario, pero bueno, obviamente tomando sus prácticas anteriores. Bianchi era integrante del teatro circular de Montevideo; Talento estaba en un grupo de teatro independiente en provincia de Bs.As, bueno de ahí tomaron muchas cosas, pero después esto se remantizó y no se parece demasiado, porque además es una práctica multitudinaria, el teatro independiente, el que se hacía en aquel entonces, tenía elencos más grandes, pero hoy tiene elencos más chicos; se hacen dentro de salas pequeñas, muchas veces son para 50

personas aprox, además estéticamente en general no es épico, es más bien dramático o cómico pero en otro registro, no es una comedia como podría ser Zumba la risa, comedia en un sentido como heredero de la comedia griega, donde el coro es un personaje muy importante, comedia épica donde el coro es muy importante, no es una comedia de 4 personajes tiene esa cuestión de “nosotros” muy metida en la raíz, no es el “yo”, no hay protagonistas, es el “nosotros”.

Entrevistadora: - ¿Cómo se entiende que ocurre la transformación social, este vínculo que hay entre el arte y la transformación social?

Edith Sher: - Si pensamos que el arte tiene características propias que son transformadoras, que amplían el horizonte humano, que en este marco comunitario, amplían el horizonte comunitario: vienen muchas personas, pero no trabajan solo su creatividad, sino que trabajan en un marco que las habilita y además en el cual están mezcladas las edades, que tiene características distintas a la de un taller, la cual el objetivo es generar una producción colectiva y además quedarse en el grupo, no solo tomar clases. Todo esto como práctica es transformadora, si usamos la palabra social, no nos referimos a que se va a producir la reforma agraria, o sea a ese nivel, por hacer teatro y tampoco se refiere, llevándolo al polo opuesto, a que no se van a arreglar los semáforos que andan mal y provocan muchos accidentes si nosotros hacemos una obra que habla de los accidentes. O sea no es un concientizador temático, lo que se transforma es la subjetividad de la comunidad, si vos estas en un marco en el cual vos desarrollas, junto con otros, tu creatividad y ensanchás el horizonte de lo posible, empezás a cuestionar la inmovilidad de las cosas y eso es muy profundo, muy político, porque por ejemplo si vivís una experiencia que estabas solo en tu casa, de pronto te juntás con otros y empezás a hacer teatro. Antes nada, luego una obra de teatro, es una realidad modificada, esa ficción, la construcción de una realidad paralela, modifica el antes y eso lo hacés con otros necesariamente: grabás un disco o alquilar un espacio; se va de gira; crea otra obra, una orquesta, todo eso empieza a hacer tambalear la creencia de que no era posible hacer un montón de cosas que con otros sí empezás a poder y eso es desde la tarea artística y no de juntarse a charlar nada más. No estoy diciendo que juntarse a charlar no esté bueno, digo que no hay que desdeñar el potencial que tiene la tarea artística como motora de este ensanchamiento, esta posibilidad de un horizonte mejor y ni hablar cuando se viven tiempos aciagos los cuales todo parece que lo deciden otros. Así que de eso estamos hablando, de la subjetividad; de la comunidad; de la posibilidad de construir por fuera de lo que está impuesto; de crear lazos; de imaginar el mundo que se quiere, el arte te propone imaginar mundos y no conformarse únicamente con lo que hay, reflexionar sobre él, todo eso

va transformando a la gente que viene y a los que vienen a ver el espectáculo de alguna manera también, muchos de ellos se suman, sino no seríamos tantos. El arte transforma desde el arte, el teatro transforma desde su especificidad, esa es la diferencia.

Entrevistadora:- ¿Cómo se ubica al arte? como herramienta para llegar a una transformación social o transformadora en sí mismo?

Edith Sher:- Yo creo que como transformadora en sí mismo, por añadidura es una herramienta también, porque es un medio de algún modo, es un medio de transmisión de determinados contenidos que se quieren transmitir, es canal. Pero para mí la función poética y lo que pasa, es lo trabajado, el resultado del espectáculo, en cada ensayo, en cada cuerpo jugando a otras cosas, porque actuar es jugar a otras posibilidades. Entonces me parece que ahí reside la cuestión.

Entrevistadora:- Existe división de roles en los grupos para la realización de tareas? y ¿Cómo serían estos roles a desempeñar?

Edith: - Sí, hay muchos roles. En principio el rol de la dirección está diferenciado; hay diferentes asistentes en la propuesta. Mi asistente siempre fue Andrea, pero ahora está volcada a la gestión de recursos, ese es otro rol diferenciado, pero que tiene varios integrantes. Después hay una gestión de plástica; equipo de vestuario; iluminación; sonido; logística. Luego tareas específicas: necesitamos organizar buffets, hay tareas diferenciadas. Después dentro de cada gestión hay tareas diferenciadas. Hay un área de comunicación, que en general he manejado yo, he tenido diferentes colaboradores, ahora tengo a una compañera de la orquesta que se ocupa de eso, junto conmigo, pero esa área está coordinada por mí.

Entrevistadora: -Tienen registro de cuánta gente asiste a las funciones?

Edith: -En general nunca baja de las 120 personas y han llegado a ser 500 personas...en promedio...150, 200...

Entrevistadora: -Ese registro se fue dando por el número de sillas que se fueron llenando?

Edith:- Sí, también por la capacidad del lugar

Entrevistadora: -El barrio en qué aspecto es reflejado, dentro de las obras de teatro comunitario? y qué elementos se utilizan en la obra para describirlo?

Edith: - Primero que no es mandato hablar siempre del barrio, es un teatro desde el barrio y que mira al mundo desde ese barrio. Es importante destacar esto, porque sino todo tendría que hablar o desde la historia del barrio, que puede ser, pero nada más; o sobre un problema del barrio. Eso lo que provoca es que se ponga el acento en lo temático y no en la práctica en sí. Nosotros podríamos hacer Shakespeare si quisiéramos, adaptado a la estética del teatro comunitario, con mucha gente, con coros, de hecho Catalinas hizo una adaptación de “Sueño de una noche de verano”, hace muchos años, pero como te dije antes el acento está puesto en la práctica artística, lo temático viene acompañado, lógicamente, porque cuando se empieza a trabajar cuestiones, aparece, como el tema de la memoria, somos personas que miramos el mundo desde este barrio en el que estamos, pero tuvimos infancias en diferentes barrios. Entonces, por un lado, distinguir que no necesariamente el barrio vaya a ser la temática siempre, después el barrio, la mirada es desde ese territorio, no es lo mismo mirar el mundo desde villa Crespo que desde Barracas, porque la realidad es otra y lo que se va a contar es distinto, pero también el mundo desde donde se lo mira al mundo es distinto. Más allá de esto, hay espectáculos que tocan más algunos temas barriales y otros menos. Insisto, no me parece necesario tematizar cuestiones del barrio, además el modo de tematizar puede no contemplar lo histórico, aunque siempre aparece la memoria de alguna manera, sino como una mirada de cómo se vive hoy en el barrio y lo que fue el barrio alguna vez. Hay otros grupos que sí trabajan más la historia del barrio y está bien, pero no en todos los espectáculos tienen por qué tratar la historia del barrio. El barrio aparece en todas las personas de ese lugar, de ese territorio, que tienen la posibilidad de estar en un espacio en el cual construir de este modo y en esa construcción de mirada está básicamente. Por eso es importante el territorio, porque no es lo mismo yirar de acá para allá para mirar el mundo. Si yo viviera en Finlandia mi teatro comunitario sería diferente, porque al pasarnos otras cosas, al vivir con frío, tener muchas más horas de noche que de día, la mirada sería diferente. Nosotros somos el centro de la capital, más allá que muchos no son del barrio, que nos pasan cosas en nuestro barrio y desde ahí contamos, ahí me parece que está la cuestión.

Entrevistadora: -¿Qué grado de importancia se le da a la comunicación externa?

Edith: -Mucha importancia. Nosotros por un lado, siempre estamos tratando de generar espacios dentro del ámbito periodístico para que nos entrevisten, para que divulguen alguna función que hacemos o concierto; tenemos también las redes permanentemente en funcionamiento, generando material; hemos tenido una revista, que ahora vamos a reciclar, pero no en papel, sino digital, donde nosotros podamos generar nuestros propios contenidos. Después no resignamos los métodos más tradicionales como volanteo, afiches, en el barrio, y si vamos a estar en otro barrio también. Hemos probado diferentes cosas, como ir a cantar a la plaza y ahí convocar, pero todo, de hacer prensa hasta tener revista, hasta tener todas las redes sociales generando contenido propio en facebook, Instagram, twitter, tenemos un canal de Youtube, tenemos la página web que es lo que estoy actualizando ahora y después contactos en los medios. También la comunicación externa es dar charlas, dar charlas en universidades, estar como estoy acá con vos para que eso se multiplique en un trabajo y que lo lean otros; dejar que la gente se acerque a los ensayos y vean.

Entrevistadora: -¿Qué grado de importancia se le da a la comunicación interna?

Edith: -Muy alta. Siempre vamos probando métodos, yo no renuncio a hablar en reuniones y en todos los ensayos nos damos el espacio para dar información y si alguien quiere decir algo que lo diga, cuando hay algún problema se trata de parar todo y hablar. Por otro lado tenemos nuestros canales como cadena de mails, donde se pasa toda la información de horarios de función, de ensayos; grupos de facebook de cada una de las áreas, uno de la orquesta, del grupo de teatro, de títeres y uno para todos, este esta para información de subsidios, información de reformas a nuestro espacio, cosas que nos atañan a todos. La orquesta tiene un grupo de whatsapp, yo no estoy muy de acuerdo, pero bueno lo más importante es hablar. Yo también explico mucho por qué hacemos lo que hacemos, ahora por ejemplo me voy a reunir con todos los nuevos en mi casa a cenar para poder hablar con cada uno que quiere entrar y explicarles de qué se trata la propuesta, le ponemos un padrino o madrina, para que siga preguntando y es lindo porque eso genera vínculo y genera complicidad para cuando alguien tiene alguna duda, sino me preguntan a mí. La caja del grupo también se manda por mail, para que todos sepan los movimientos de plata que hay. Tratamos de que haya la mejor comunicación posible. También estamos pensando en hacer reuniones con cada representante de las comisiones, cada dos meses o tres, aunque toda la información de todos está y se comunica, a veces se lee, a veces no se lee. Yo prefiero

facebook porque te separa por temas, en cambio whatsapp es una sucesión de cosas, que si bien puedes contestar a alguien, igualmente te podés perder de algo en la conversación.

Entrevista a Omar, integrante de Catalinas Sur

Omar: -Gracias por venir, mi nombre es Omar Toro Musis soy un artista plástico escultor, artista urbano expresivo, trabajo en las plazas; en colegios; boulevares; en la calle, hay esculturas mías por distintos barrios, provincias, pero el tema es este, el teatro comunitario. Yo era presidente de una agrupación humorística, coral y musical, que se llaman los Linyeras de la Boca, que todavía está. Después de la dictadura se me ocurre reflatar una agrupación humorística en democracia, cuando empiezan los carnavales y resucito los linyeras de la Boca. En una actuación, me ve una directora de teatro, Andrea Serde Mini y me incorpora el grupo de teatro comunitario que se llama Tres Ochenta y Tres y hacemos la obra con espíritu. Ahí arrancó con lo que es el teatro, porque yo ya había hecho cine radio, pero lo mío no era exponer mi imagen.

Bueno, empiezo el teatro comunitario en el año 2000, cuando me entero que mi señora tiene la enfermedad terminal de cáncer. Eso lo encontré como un espacio donde, bueno, bajaba de todo esto que venía sucediendo en ese año 2000 hasta el 2008 que falleció y seguí. Sí había dejado las esculturas pero seguí con el teatro comunitario porque yo hacía utilería, escenografía, puesta en escena. He trabajado con grosos del teatro donde fui escenógrafo y me relacioné bastante. Entonces traté de buscar mi espacio y el espacio para mis hijas. O sea que el teatro comunitario para la comunidad, sin esperar nada a cambio. Y el director del teatro, Catalinas Sur, Bianchi, me ve en una actuación y me convoca a que yo de clases de zambomba, que es un instrumento genovés en el Teatro Catalinas. Empiezo en el 2008 en el Teatro Catalinas a enseñar este instrumento muy cómico para una escena del año 30 que se llamaba La murga de los amantes de la nana. Eh, bueno, los chicos tardaban en aprender lo que es tocar este instrumento y me dice porque no te quedas a esta función? Bueno, me conseguí un traje de marinero y salí en esa escena, gustó, y me seguí incorporando, y bueno, desde el 2008 que estoy en Catalinas Sur haciendo el Fulgor Argentino, todos los sábados a sala llena. Es muy conocido, tiene muchas actividades. Y bueno, incorporo a mis hijas lo que era guardería, tienen guardería, y después se fueron incorporando al elenco, después de hacer los talleres. O sea que es una gran familia el teatro comunitario. Y bueno, yo recuerdo a través de la Red de Teatro Comunitario que en la ciudad de 9 de julio hay un lugar que se llama Patricios, una zona donde la gente vivía de lo que era el ferrocarril y dejó de existir ese ferrocarril ahí y se volvió un pueblo fantasma. Entonces una grosa, una grosa, armó un grupo de teatro con la gente del pueblo, se llama Grupo de Teatro Patricios. Cuando fui a ese lugar quedé alucinado, porque los hombres se fueron del pueblo, se fueron a trabajar a otros lugares y el pueblo quedó muy vacío, entonces al armar este grupo de teatro, se estaba peleando para que desde la ruta hacia la entrada al pueblo afaltaran. Entonces se le ocurre a esta gran eminencia, en la estación terminal del tren, armar el teatro. O sea que la escenografía de este grupo de teatro era la estación de tren. Donde bueno, hay toda una historia a través de lo que

cuenta en la obra que es lo que sucedió en ese momento en el pueblo. Muy fuerte y al mismo tiempo muy atrapante.

Entrevistadora: -Sobre esto, el barrio es un factor fundamental dentro de las obras de teatro comunitario. Qué elementos, qué factores relacionados con el barrio encontrás en el Fulgor Argentino, que es el que vos conformás.

Omar: -Yo de chico he ido a bailar a los carnavales, a clubes que habían acá en el barrio y encuentro el fulgor, algo muy parecido. La idea fue colectiva, donde cada uno contaba una historia y bueno así se fue armando la obra El fulgor. Bueno, Catalinas tiene el Fulgor Argentino; Venimos de muy lejos; Carpa quemada y títeres. Es completísimo, completísimo. El que puede ir y engancharse en lo que es esto...tiene una salida laboral, eso es lo fundamental. Es para el vecino y para el que tenga ganas y pueda comprometerse, sostener ese compromiso. Yo hace 17 años, 18 que tengo ese compromiso, porque para mí fue una contención muy importante para mis hijas y mis hijas ahora están en el elenco. Pero bueno, yo ya estoy detrás, es el espacio de ellas, yo hago lo que puedo. Esta red de teatro comunitario es mundial. Nació acá en la Boca, empezaron en una plaza y ahora tenemos la plaza techada. Y se logró con la entrada del vecino.

Entrevistadora: -Sabes cómo fue el comienzo del Grupo Catalinas, los primeros pasos?

Omar: -Yo recuerdo que en los años de dictadura no se podían juntar más de dos. Entonces en una plaza se juntaban y armaban un sainete, había un anfiteatro en la plaza y ahí empezó. Y después se convocaba con un megáfono a los vecinos que venían a la plaza a ver la obra. Nadie era actor, eran todos vecinos que querían participar y eran todos bienvenidos. Así que así arranca teatro comunitario en la boca, una zona de inmigrantes, pero tiene mucho que ver el barrio Catalinas con esto. Donde yo he vivido 16 años ahí y veía las movidas, pero como estaba en otro grupo no me arribaba hasta que me arribé y hoy son grandes amigos, ¿no? Somos 100 en escena. Sabemos mantener durante 25 años un elenco y se va renovando, ¿no? Pero mantener a sala llena todos los sábados... es el único lugar que trae entre viernes, sábado y domingo 600 personas donde gastan el dinero en el barrio y queda en el barrio. Vienen muchos turistas y no creo que haya otro lugar que traiga 600 personas por fin de semana. Dentro de la Boca, salvo Caminito y tal vez la Usina del Arte.

Entrevistadora: -Me podrías decir aspectos del grupo Catalinas que se diferencien de otros grupos de teatro comunitario?

Omar: - No te la crees. Seguí siendo vecino y a donde nos invitan, vamos. Y donde nos convocan, ahí estamos, sin pedir nada a cambio. Yo trabajé toda mi vida así, donde veo que empieza la fábrica me voy. Como mis obras, yo te enseñé a soldar en 3 días y en unas semanas es tu obra y te la llevas. Y no cobro las clases y es a la gorra.

Entrevistadora: -Y dentro de la producción, hay algo en que se diferencie de otras producciones de teatro comunitario?

Omar: -Sí, bueno, es un taller completísimo porque tenés los talleres de escenografía; los talleres de utilería; dirección; luces; títeres; expresión corporal; canto; música. Cualquiera puede ir, se anota y hace los cursos gratuitamente. Y después se sumará al elenco si quiere, si no saldrá tocando el piano, ponele.

Entrevistadora: -Cuál fue el objetivo al crear el grupo Catalinas Sur?

Omar: -Poder decir lo que sentís a través del teatro. Ayer no podíamos hablar, no podíamos pensar, no se podía en esa época, entonces a través del teatro podías.

El arte como transformador. Vos te das cuenta de mi transformación a través de mi texto. El arte en sí mismo es transformador, porque te estamos contando la verdad de la milanesa. Como por ejemplo, en el Fulgor Argentino te estamos contando que desde el año 30 hacia un futuro 2030 siempre estamos hablando de fe y esperanza, y que todo cambia, todo se transforma. Pero bueno, tal vez hay chicos que después de ver la hora aprenden, aprenden a votar.

Entrevistadora: -Qué ventajas pensás que tiene el teatro comunitario como movilización social, en comparación con otros tipos de movilizaciones sociales?

Omar: -Para una movida política, una marcha, hay una convocatoria interesante, si vos querés expresarte desde ese lugar. Yo creo que el teatro te entra más por la vista que por el oído, sí por lo que ves y lo que ves es lo real de lo que ha pasado en el país. Te das cuenta en las escenas como las Madres de Plaza de Mayo, están contando lo que verdaderamente pasó. Que no fue joda. El Golpe de Estado, la dictadura y los presidentes que tuvimos en una semana 3 presidentes o un presidente que te decía pizza y champagne y que vamos a ir a la estratosfera. Lo que explica el teatro comunitario, a partir de esa esperanza, es que desde ese lugar puede cambiar. El tema es ver la obra, la obra siempre te va a atrapar, se va actualizando a medida que van sucediendo cosas. Y bueno, hay gente mayor que cuando sale, sale lagrimeando porque verdaderamente pasó esto.

Entrevistadora: -Una definición del teatro comunitario. ¿Me podrías dar?

Omar: - La red de teatro comunitario se fue abriendo hacia distintos lugares, distintas provincias del país, como las ramas de un árbol. Y cada uno contó lo que había sucedido en su lugar de pertenencia. Contaron las cosas lindas y las cosas no tan lindas, pero a través de las vivencias de los actores que han pasado, lo que han descrito. Esas historias lo formaron. Para mí, mi vivencia, yo con el teatro calmé la Fiera. Y poder explicarles a los de la platea lo que uno vivió, que está atrás. Para que no vuelva a pasar, porque están pasando cosas similares. Hasta que aprendamos. Porque no es "a mí me va mal, me tomo el palo" no, es poner el pecho.

Entrevistadora: ¿Qué diferencias me podrías dar del teatro callejero, oprimido e independiente, con respecto al teatro comunitario?

Omar: Yo trabajé en una obra de teatro independiente, hice la escenografía y en dos meses de laburo, cobré 300 pesos. No me sirvió. En Catalinas no cobro nada, pero es el espacio de mis hijas. Mirá la diferencia. Yo no me enganchó más con el teatro independiente, porque es todo una gran propaganda para el kiosco. En el teatro independiente primero cobra la publicidad, después los actores y los técnicos quedamos para lo último.

[...]

Omar: A mí lo que me interesa es que vengan a verlo los adolescentes, que se puedan formar con otra mirada. Porque en los jóvenes está la transformación social, no en los veteranos.

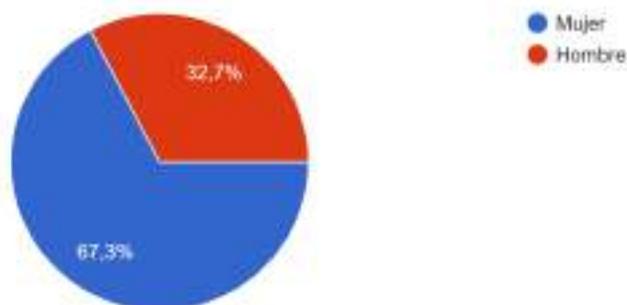
Entrevistadora: La murga se relaciona con el teatro comunitario, no?

Omar: si si, se relaciona. El Carnaval se relaciona. El Carnaval es el pueblo. La esencia que tiene el pueblo a través del festejo del carnaval.

Encuestas

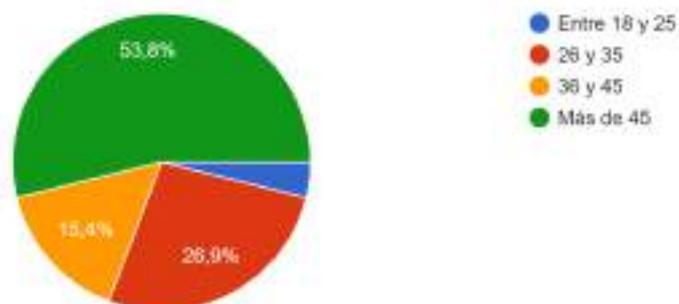
“No público” del teatro comunitario

Sexo
52 respuestas



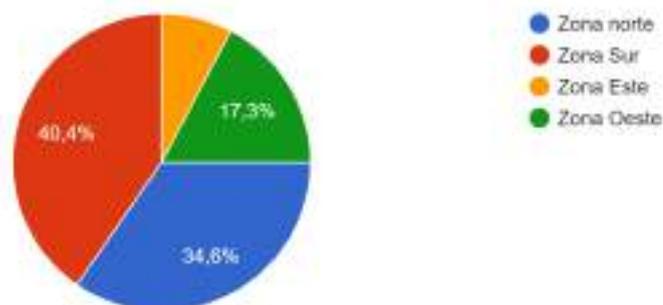
Edad

52 respuestas



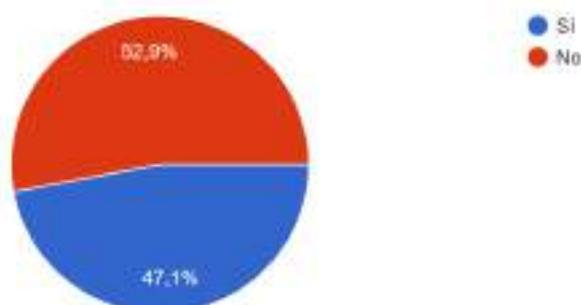
Lugar donde vive

52 respuestas



Conoce de qué se trata el teatro comunitario?

51 respuestas



Si lo conoce, podría definirlo brevemente?25 respuestas

Es una propuesta cultural que cuenta con la participación de los vecinos.

Teatro hecho por miembros de una misma comunidad.

Entiendo q es el q organiza un grupo vinculado por lazos barriales, por ejemplo el grupo de Catalinas

Es un arte teatral organizado, producido y solventado de forma popular, por los vecinos de un barrio, de una comunidad y orientado también a la comunidad misma.

fui a ver una obra, pero no sé bien de qué se trata

Se sostiene por los integrantes del grupo que comparten responsabilidades perdidas y ganancias en: Catalinas

Teatro vecinal

Teatro integrado por vecinos de un barrio

Convocar a la comunidad/barrio, expresarse a través del teatro...

Es un teatro integrador, tanto como para los que lo practican, como para el que lo ve de afuera

Surge a partir de un grupo de personas del mismo barrio o comunidad mediante el cual expresan sus inquietudes, necesidades, etc superando lo individual.

Es un grupo independiente de artistas

Representación de una realidad

Trabajan sobre la inclusión y la integración

Elenco no profesional ni independiente.

Es un teatro vecinal x vecinos

Teatro hecho a pulmón, con identidad de barrio, a veces lo llevan adelante los mismos vecinos

lamentablemente a veces es utilizado como adoctrinamiento político partidario.

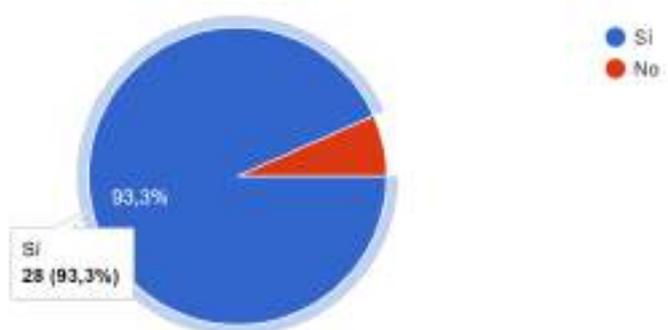
Lo podría definir entendiendolo como un grupo de personas relacionadas al arte escénico que se juntan con el fin común de poder crear una obra autogestionandose

Teatro no profesional, que agrupa a vecinos

Creativo

Si asistió a una obra de teatro comunitario, volvería?

30 respuestas



Por qué? 29 respuestas

Porque tiene la convicción de que toda persona puede ser totalmente creativa.

Porque es una linda experiencia

Interesante ver cómo se ve y representa a sí misma una comunidad

La propuesta, una obra hecha por vecinos barriales me pareció enriquecedor y una experiencia comunitaria diferente.

Por el placer, el orgullo de ver que con ganas, voluntad, trabajo, organización se pueden lograr producciones artísticas excelentes y que comuniquen mensajes más cercanos a las propuestas comerciales y hollywoodenses

Nunca vi

me gusto la estética y la problemática social que trataba

Porque se nota el esfuerzo comunitario y tiene una energía y una vibración de la que carece el teatro privado

Por el intercambio cultural que se genera entre vecinos

Es diferente y particular en sus temáticas como en sus actuaciones

Disfrutar de la Unión de los vecinos y amigos de un barrio.

La producción que se logra en conjunto es de nivel profesional

Porque transmite autenticidad, solidaridad y valores de conjunto.

Me gusta intercalar y ver todo tipo de actividad artística

Porque me gusta mucho disfrutar del teatro.

Disfruto con las obras, sus contenidos conceptuales y realizativos

Me gusta el grupo de personas unidas por el mismo propósito

Por AMOR AL TEATRO

Entusiasmo compromiso y repertorio

Para apoyar el teatro

Porque además del valor agregado de ser comunitario, eran espectáculos de calidad
no me gusta la distorsión de los hechos

Porque me parece interesantes las propuestas escénicas independientes

Una experiencia muy bonita

Porque alegra el alma

Cómo se imagina que es el teatro comunitario, en el caso de no conocerlo?⁶
respuestas

Debilidad en el tratamiento tanto conceptual como realizativo

no me gusta la distorsión de los hechos, ni la ideología impuesta

obra teatral tipo acto escolar

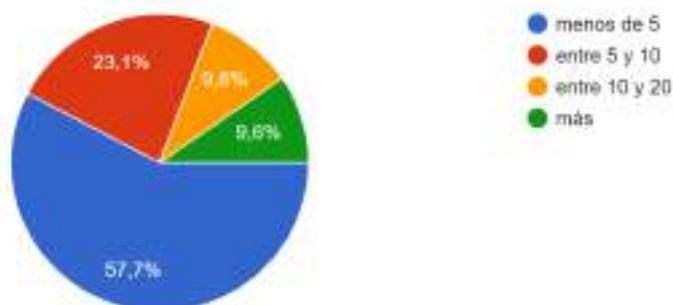
una obra con bajo presupuesto

al ser comunitario, debe ser un teatro que se hace entre varias personas, no profesional

un teatro poco vistoso, baja calidad

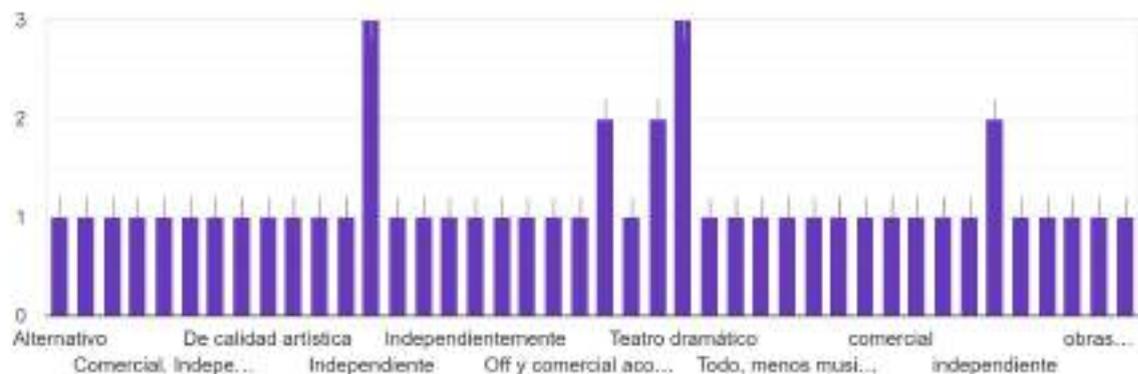
Cuántas veces va al teatro por año?

52 respuestas



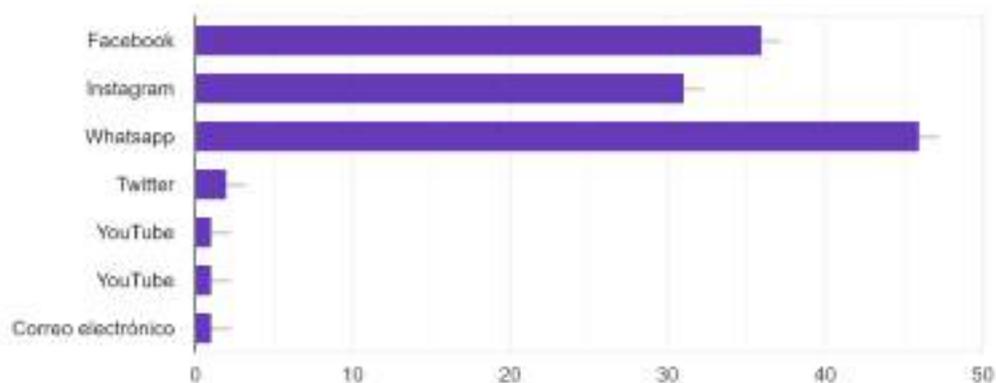
Qué tipo de teatro acostumbra a ver?

49 respuestas



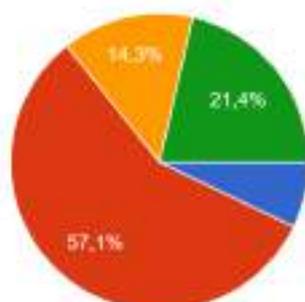
Cuáles redes sociales utiliza habitualmente?

52 respuestas



Lugar donde vive

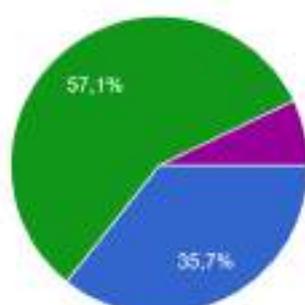
14 respuestas



- Zona norte
- Zona Sur
- Zona Este
- Zona Oeste

Cómo se enteraron del evento?

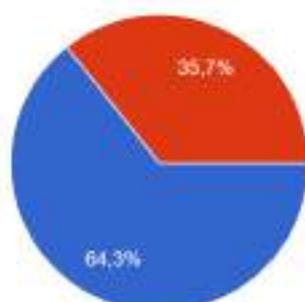
14 respuestas



- Facebook
- Twitter
- Instagram
- Boca a Boca
- antes era integrante y me enteré en el grupo de WhatsApp

Conoce de qué se trata el teatro comunitario?

14 respuestas



- Si
- No

Si lo conoce, podría definirlo brevemente?9 respuestas

teatro no partidario, colectivo y autogestionado por los vecinos de una comunidad con el objetivo de una transformación social

Es un teatro que lo realiza gente común, no profesionales, en conjunto

un teatro de los vecinos, para la comunidad con el objetivo de realizar transformaciones en lo cotidiano para que se refleje en la totalidad social

arte revolucionario

grupo de personas que se juntan a hacer teatro sin preparación previa y autogestionado

Teatro donde participan vecinos, personas de distintas edades, formación, condición, con o sin experiencia teatral

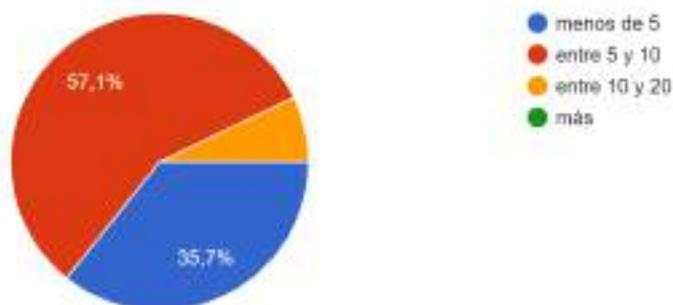
Teatro que hacen los vecinos

Es un tipo de teatro que hacen los mismos vecino del barrio sin ser actores profesionales

Es teatro de vecinos para vecinos

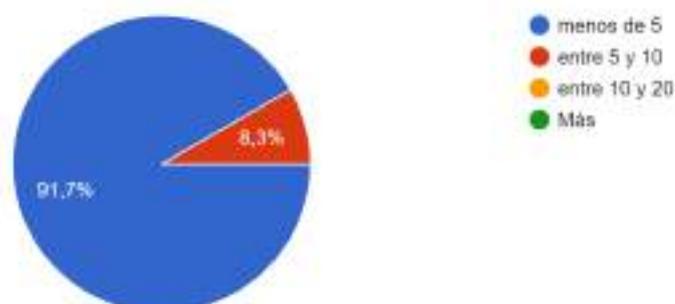
Cuántas veces va al teatro por año?

14 respuestas



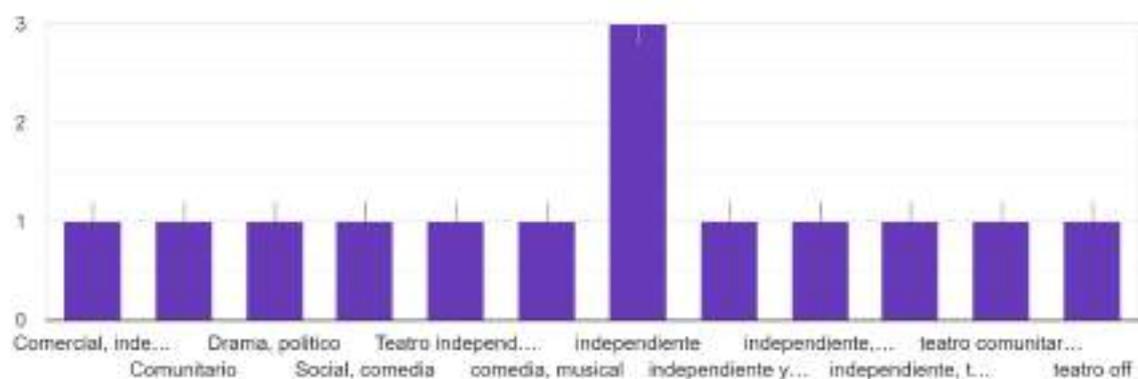
Cuántas veces va a ver teatro comunitario?

12 respuestas



Qué tipo de teatro acostumbra a ver?

14 respuestas



Volvería a concurrir a otros espectáculos de teatro comunitario?

14 respuestas



Por qué? 14 respuestas

estás en una fiesta concientizadora

Porque me resulta entretenido y al mismo tiempo enriquecedor, desde la conciencia social me gustó la puesta y la energía

Lo que propone este tipo de teatro es el más revolucionario a nivel social y es lo que más me gusta

es la manifestación social más creativa

disfruté mucho la función

si me llego a enterar de alguno, volvería

te abre la cabeza de una forma humorística, mayormente, y eso está buenísimo

me gustó la historia, las actuaciones, me pareció muy profesional

Todos los espectáculos que ví fueron muy buenos

Porque es emotivo

Porque ofrece una mirada fiel de la realidad social

toda la puesta en escena está muy buena

Porque es tan bueno como el comercial

Cuáles redes sociales utiliza habitualmente?

14 respuestas

