

A man wearing a grey hat and a grey jacket is shown from the back, looking towards a large bouquet of bright yellow flowers. The background is dark, making the flowers stand out.

# Teatros

Una publicación de la comunidad teatral de Bogotá

[ NOVIEMBRE 2010 / ENERO 2011 ]

**15** | *industrias  
culturales*



*El Viaje / La Troupe / Dirección Diego Figueroa / Fotografía Camille Mazoyer*

## TEATROS

Revista de la comunidad teatral de Bogotá  
Carrera 25 No. 50 – 27 of. 102  
e-mail: revisteatros@yahoo.com  
No. 15 | noviembre 2010 - enero 2011

## COMITE EDITORIAL

Carolina Vivas  
Hernando Parra Rojas  
Jorge Prada Prada  
Juan Carlos Grisales  
Juan Carlos Moyano Ortiz  
Margarita Rosa Gallardo V.  
Sandro Romero Rey  
Sergio González León

## DIRECCIÓN

Sergio González León

## COORDINACIÓN EDITORIAL

Hernando Parra Rojas

## EDITOR

Enrique Pulecio Mariño

## DISEÑO GRÁFICO Y DIAGRAMACIÓN

Yéssica Acosta Molina  
Ana Delgado

## COLABORADORES

Iván Álvarez  
Enrique Mejía Umaña  
Kadir Abdel  
William Fortich Palencia  
Juan Carlos Moyano  
Carlos Pinzón  
Patricia Ariza  
Rubén Darío Herrera  
Andrea Beltrán  
Alberto Sanabria  
Sammir Estefenn Rodríguez  
Eduardo Willis H.  
Sergio González León  
Juan Carlos Grisales Castaño  
César Badillo Pérez  
Iván Darío Álvarez  
Olga Montoya

## PORTADA

La Cita / La Gata Circo / Fotografía Melibea

TEATROS es una publicación de la comunidad teatral de Bogotá realizada por la Asociación de Salas Concertadas de Teatro de Bogotá con el apoyo de la Coordinación de Arte Dramático de la Orquesta Filarmónica de Bogotá.

## ASOCIACIÓN DE SALAS CONCERTADAS DE BOGOTÁ

## | JUNTA DIRECTIVA

Carlos Ossa  
César Álvarez  
Claudia Ramírez  
Hernando Parra  
Sergio González

ISSN 1900-3005



LOS ARTÍCULOS EXPRESAN EL PENSAMIENTO DE LOS AUTORES Y NO COMPROMETEN LA OPINIÓN DE LA REVISTA.

Si revisamos con detenimiento, comprobamos que uno de los principales desafíos del teatro colombiano contemporáneo en el siglo XXI es la búsqueda de sostenibilidad a mediano y largo plazo. Con el fin de afrontar este desafío -tanto investigadores, academias e instituciones públicas y privadas- han venido elaborando de manera teórica y práctica, a lo largo de los últimos años, el discurso de las Industrias Culturales; las cuales buscan encontrar alternativas de generación de recursos, diversificación de fuentes de financiación, así como el desarrollo de productos, servicios y normatividades adecuadas.

Sin embargo, estos esfuerzos de formalización del sector de las artes escénicas se han visto enfrentados a una serie de “cosmovisiones” que relacionan las industrias creativas con la comercialización de los bienes espirituales, con la imposición de modelos artísticos y administrativos que excluirán las particularidades de una cultura particular, con la reproducción masificada de productos culturales, con la pérdida de independencia artística o, por el contrario, con la posibilidad de garantizar sostenibilidad a largo plazo, con el mejoramiento de métodos de producción, con la eliminación de cargas tributarias, con la simplificación y racionalización de trámites administrativos, entre otros puntos.

¿Qué de cierto hay en estos temores? ¿A las maneras de percibir las Industrias Culturales subyacen problemas tales como la “inadecuada” administración de los teatros independientes, la “escasa” formación de los hacedores en temas como gestión y planeación de proyectos culturales? ¿Cuáles son los intereses artísticos y políticos predominantes que determinan una postura ante las industrias culturales?

Ante la ausencia de investigaciones sobre la recepción, apropiación e implementación del discurso de las industrias culturales en la comunidad teatral, y, conociendo las tensiones y expectativas que éstas industrias suscitan en diversos sectores de las artes escénicas, la Revista Teatros ha querido dedicar el presente número a la reflexión sobre dicho tema; pues se hace urgente, por un lado, determinar los principales prejuicios, causas y razones del rechazo, apatía o aceptación a este tipo de discurso, por otro lado, es preciso aclarar conceptos y definiciones y, por último, es necesario indagar y reflexionar sobre el camino recorrido como sector y como comunidad. •



# [índice]

## **dossier**

**/4**

¿Cuál es el valor del arte? / ENTREVISTA

El artista: ¿De la subjetividad a la objetividad? / ENTREVISTA

Derroteros de una propuesta / ENTREVISTA

Artistas e industrias creativas y su organización / POR EDUARDO WILLS H.

Industria y creación / POR SERGIO GONZÁLEZ LEÓN

Algunas consideraciones alrededor de las teorías sobre consumo cultural y su relación con la formación de públicos para el teatro. / POR HERNANDO PARRA

El eufemismo de la turbulencia / POR JUAN CARLOS GRISALES CASTAÑO

## **ensayo**

**/56**

¡Memoria perenne al camarada Eurípides! / POR CÉSAR BADILLO PÉREZ

## **entrevista**

**/64**

Conversación con el grupo de títeres el chonchón / POR IVÁN DARÍO ÁLVAREZ

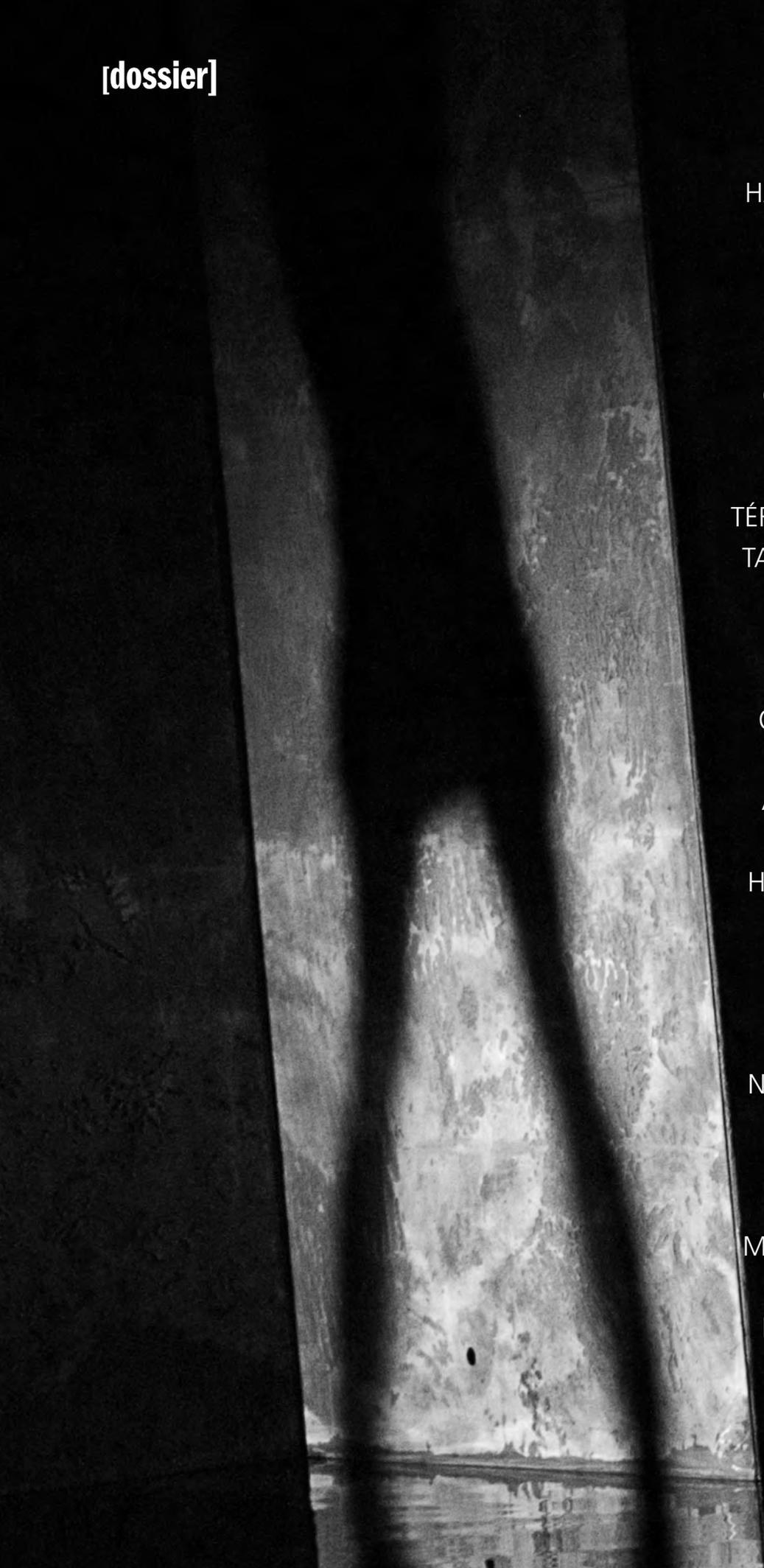
## **análisis**

**/72**

El tratamiento del cuerpo en el teatro contemporáneo / POR OLGA MONTOYA

# Shaker's





DESDE SU DEFINICIÓN  
HASTA SU SIGNIFICADO,  
MÚLTIPLE, RELATIVO,  
CAPRICHOSO, LO  
QUE SE HA LLAMADO  
“INDUSTRIAS  
CULTURALES” SIEMPRE  
SERÁ MOTIVO DE  
POLÉMICA. DOS  
TÉRMINOS, EN EL ORIGEN  
TAN ANTAGÓNICOS, ¿SE  
HAN RECONCILIADO  
EN BENEFICIO, O EN  
PERJUICIO, DE LO UNO  
O DE LO OTRO? COMO  
LA DISCUSIÓN ESTÁ  
ABIERTA Y LO SEGUIRÁ  
ESTÁNDOLO, TEATROS  
HA ELEGIDO EL GÉNERO  
PERIODÍSTICO DE LA  
ENTREVISTA PARA  
ADENTRARSE EN UN  
TEMA ANTE EL CUAL  
NINGÚN ARTISTA PUEDE  
SER INDIFERENTE. Y ES  
QUE LA ENTREVISTA  
ABRE EL ESPACIO EN  
MÚLTIPLES DIRECCIONES  
Y APUNTALA SUS  
PUNTOS DE VISTA CON  
EL JUICIO Y CON LA  
CRÍTICA.

# ¿Cuál es el valor del arte?

Carlos Pinzón, Patricia Ariza, Rubén Darío Herrera, Andrea Beltrán y Alberto Sanabria.

PARA LAS TRES ENTREVISTAS QUE SIGUEN, HEMOS CONVOCADO A ONCE DESTACADAS FIGURAS DEL TEATRO, ENTRE DIRECTORES, ACTORES, DRAMATURGOS, CRÍTICOS Y GESTORES PARA OFRECER EL PANORAMA MÁS COMPLETO POSIBLE SOBRE UN DESARROLLO QUE COMIENZA A MARCAR PAUTAS, PARA MUCHOS YA PROBLEMÁTICAS, HACIA EL FUTURO DEL TEATRO Y DEL ARTE EN GENERAL.

## ¿Por qué es tan difícil estimar el costo de los bienes creativos?

### CARLOS ALBERTO PINZÓN

Desde un punto de vista puramente económico, no debería ser difícil establecer los costos de producción de un bien cultural, digamos, en este caso específico, de una obra de teatro. Cuando se inicia el proceso de producción de un evento teatral, podemos valorar los "tangibles" implícitos, tales como los costos del lugar de ensayo, los tiempos de ensayo del director y los actores, refrigerios, los costos de escenografía, vestuario y música tanto de sus diseños como de su realización, y luego la puesta en



un espacio físico definido y por un lapso de tiempo igualmente definido. Esto implica otros costos: la sala, los recursos humanos necesarios, la divulgación, los gastos diarios de la obra, el tiempo de los actores, etc. Podría decirse que esta breve descripción de cómo llegar al costo de una obra tiene una aproximación muy superficial y poco exhaustiva, y es más bien economicista. Cuando pasamos a la dimensión de lo simbólico y de las connotaciones culturales de nuestra obra en cuestión, entramos en terrenos muy difíciles de medir y justamente por estar en el ámbito de lo simbólico, debemos valorar los "intangibles" implícitos en nuestra producción. Creo que se nos confunden a veces esas dos dimensiones (la simbólica y la





económica) y se hace difícil estimar de manera concreta nuestro costo de producción.

Puede pasar también que en el ámbito meramente económico la carencia de recursos haga que los costos se distorsionen, encareciendo la producción de una obra determinada.

Igualmente se presentan contradicciones y tensiones cuando definimos un bien cultural. Nos hacemos preguntas como: ¿Es éste un bien de primera necesidad? Si nos atenemos a la Constitución Política de Colombia, ésta nos dice que tenemos derecho a acceder a la cultura. En nuestro medio cultural abundan las justificaciones para argumentar de manera rotunda que el bien cultural sí es un bien, no sólo de primera necesidad, sino indispensable para nuestra elaboración dinámica y continúa de la identidad cultural. En ese sentido justificamos los reclamos que hacemos al estado de una participación mayor de los presupuestos públicos para que nos permitan mantener esa producción de manera continua. Pero las justificaciones culturales o simbólicas expresivas deben ir acompañadas de impactos cuantitativos en términos de población beneficiada. Surge entonces otro cuestionamiento. ¿Cómo elaboramos una relación con esa población, ese público o, de manera más amplia, con esa sociedad para que también entienda y valore nuestro esfuerzo de creación? Se hace necesario mirar en detalle y con sumo rigor las relaciones que existen desde la cultura con el medio educativo, obligatoriamente desde una perspectiva de largo plazo. El reto es cómo mantener y profundizar una relación coherente con la educación del país que nos permita incrementar la "valoración social",

tanto desde el punto de vista sociocultural como económico, y que le permita a la sociedad como un todo comprender las implicaciones y complejidades de la producción simbólica.

Lo anterior para decir nuevamente, desde una óptica puramente económica, que se garantice una demanda creciente por nuestros bienes, que vaya más allá de las lógicas deterministas del mercado y que garantice la sostenibilidad de nuestros proyectos con una participación armónica tanto del estado como de la sociedad en general.

#### **PATRICIA ARIZA**

No es difícil si quien valora los bienes creativos cree en la importancia del desarrollo humano



sostenible y en el capital social. Para quien solo ve la cultura y el arte en clave de negocios, no solo es difícil, sino prácticamente imposible. No es difícil cuando vemos la cultura y el arte como patrimonio, como identidad, como desarrollo de la creatividad y sobretodo, como derecho. Los derechos humanos son indisolubles e indivisibles y son económicos, sociales y culturales.

#### **RUBÉN DARÍO HERRERA**

Creo que la misma palabra lo dice, son creativos y por ser creativos es difícil que las sociedades



mercantilistas los estimen con valor económico o por lo menos cooptarlos, ya que el bien creativo tiene que ver con lo que cada cultura aflora desde su imaginación a través de un cultivo reflejado en una praxis

o una sistematización académica. Esto se hace realidad a través de las obras de arte. Por tal razón, los bienes creativos se alejan del desarrollo del consumismo o de determinaciones mediatas.

Para este entorno cultural se debe legislar para los cultores y cultoras, y no solo proteger el bien cultural, sino también a la sociedad que consume el bien. El estado debe proteger el patrimonio tangible como el intangible y no dejarlo a merced de las casas comercializadoras que le harían un daño enorme a la memoria cultural de un país, a la democracia, y por qué no decirlo: a la cultura política. Aquí se debe legislar donde quepamos con nuestras tendencias, orientaciones y gustos en el desarrollo creativo.

#### **ANDREA BELTRÁN**

Cada vez que vamos a estimar el costo de un bien creativo debemos partir del hecho de que existen las variables tangibles y las intangibles. En cuanto a las variables tangibles podemos afirmar, sin preocupación, que no es difícil; es decir, los gastos de producción son medibles, cuantificables y presupuestables. Sin embargo, en lo que refiere a las variables intangibles, entramos en un terreno bastante delicado y complejo, pues no tenemos instrumentos lo suficientemente apropiados para medir de manera justa y equitativa el conocimiento, el talento y la creatividad y, obviamente, cada vez que tratemos de hacerlo surgirán tensiones entre el creador y el contexto económico en el cual se quiera insertar la obra de arte



#### **ALBERTO SANABRIA**

Yo no diría que sea difícil estimar su precio. Para eso existe la contabilidad de costos que tiene diferentes metodologías con las que se puede determinar el valor de cualquier bien o servicio, incluidos los culturales. Esas metodologías van desde las tradicionales, que diferencian los costos fijos de los variables y los costos directos de los indirectos, hasta la metodología del 'Costeo Basado en Actividades' o ABC (por su sigla en inglés, Activity Based Costing. Esta tiene en cuenta las actividades que presenta una empresa para producir bienes y servicios. Cada una de éstas implica un consumo de recursos, por lo cual es necesario asignar un valor a los diferentes objetos de costo (bienes, servicios, clientes, procesos, etc.) que demandan dichas actividades para lograr una mayor precisión al determinar el valor y la rentabilidad.

En todo caso, el costo de cualquier bien o servicio es la suma de todos los recursos empleados directa e indirectamente para producirlos, incluyendo, por supuesto, el esfuerzo material e intelectual de los seres humanos que intervienen en la cadena productiva. Lo que sí es probablemente difícil de estimar es el precio de los bienes creativos, es decir el monto de dinero que el consumidor debe pagar por ellos. Esto depende de diferentes factores, muchos de ellos subjetivos, como por ejemplo la disposición y la capacidad del consumidor a pagar hasta determinado monto por un bien. En muchos casos esa disposición y esa capacidad es menor a lo que realmente cuesta producir ese bien o ese servicio



cultural. Si se establece un precio que sobrepasa esa disponibilidad del consumidor, se corre el riesgo de no poder vender el bien. Por eso, en muchos casos se requieren mecanismos de subsidio estatal o de patrocinio de la empresa privada que permitan llegar a ese consumidor, así él no cuente con la capacidad adquisitiva correspondiente.

Cuando el bien creativo se convierte en bien de interés cultural puede suceder que por su valor simbólico el bien tenga que salir del mercado.



Galiasgar Kamal / Theatre Academique Estatal Tartare/ Archivo particular

## ¿Qué papel deben cumplir el Estado y la empresa privada en la financiación de la cultura?

### CARLOS ALBERTO PINZÓN

Como lo expresé anteriormente, el Estado tiene una obligación Constitucional expresada a través de los artículos 70 y 71:

Artículo 70. El Estado tiene el deber de promover y fomentar el acceso a la cultura de todos los colombianos en igualdad de oportunidades, por medio de la educación permanente y la enseñanza científica, técnica, artística y profesional en todas las etapas del proceso de creación de la identidad nacional. La cultura en sus diversas manifestaciones es fundamento de la nacionalidad. El Estado reconoce la igualdad y dignidad de todas las que conviven en el país. El Estado promoverá la investigación, la ciencia, el desarrollo y la difusión de los valores culturales de la Nación.

Artículo 71. La búsqueda del conocimiento y la expresión artística son libres. Los planes de desarrollo económico y social incluirán el fomento a las ciencias y, en general, a la cultura. El Estado creará incentivos para personas e instituciones que desarrollen y fomenten la ciencia y la tecnología y las demás manifestaciones culturales y ofrecerá estímulos especiales a personas e instituciones que ejerzan estas actividades.

El problema de nuestro Estado es la escasez de recursos. Uno de los temas que hoy están en discusión pública, es cómo el Estado responde, o no, a toda una serie de obligaciones de carácter constitucional.

Por otra parte, considero que la vinculación de la empresa privada pasa necesariamente por esa valoración social, mencionada en la pregunta anterior. La empresa privada invierte si ve algún tipo de beneficio al vincularse con la actividad cultural. El Estado tiene vacíos en la consolidación de una política más agresiva para incentivar la participación de capitales en actividades culturales. Se ha hablado mucho en el país de legislación de mecenazgos, que incluya estímulos tributarios, pero que en el panorama económico actual yo lo veo poco probable.

### PATRICIA ARIZA

La pregunta está mal hecha. La noción no puede ser "financiar la cultura", sino contribuir al desarrollo humano sostenible desde la cultura, valorar, como dice Amartya Senn, el Capital Social. Si eso sucede, el dinero, que no es propiedad del gobierno, sino aporte de los contribuyentes, con seguridad ¡aparece! Con la empresa privada no hay que hacerse muchas ilusiones por ahora, porque quienes desde el Estado y los medios ven a la cultura, únicamente lo hacen en clave de negocios. Han convencido a los empresarios de que lo importante en la cultura es lo que viene de afuera y/o que produce ganancias económicas. Tampoco tienen los empresarios importantes beneficios tributarios si invierten en cultura, ya que no es rentable económicamente. Aclaro que algunas expresiones culturales



producen ganancias, enormes ganancias, y eso debe ser valorado, estimulado y regulado por el Estado. Pero convertirlo todo en mercancía, es tener una mirada muy pobre de la cultura y por lo tanto de la vida.

### **RUBÉN DARIÓ HERRERA**

La empresa privada debe cumplir un papel democrático en la financiación del desarrollo cultural, ya que ésta se ha lucrado del consumo cotidiano de los conciudadanos. Sin embargo, la empresa privada juega un papel de intereses debido a que le importa apoyar el desarrollo cultural cuando quiere hacer una excavación a cielo abierto, para sacar el oro del país, y este apoyo va desde ofrecer patrocinios al equipo juvenil de fútbol de la región, hasta la gira internacional del grupo de danzas. Así, cuando ya se llega a este renglón han pasado por las coimas, los sobornos y hasta se han creado los aparatos de ejércitos ilegales que aplastan cualquier inconformismo de la población, que manifieste el deterioro ambiental o el asesinato de opositores que son consientes del daño ecológico que causan estas empresas.

En la ciudad el apoyo funciona distinto, ya que los empresarios crean fundaciones sin ánimo de lucro que les ayudan a canalizar la inversión de impuestos que tienen que pagarle a un Estado, estos recursos son orientados en alianza estratégica con las fundaciones empresariales por las grandes industrias culturales. Esto puede ser legal en términos de las leyes de contratación, pero es ilegítima la no democratización de los recursos, la exclusión deja por fuera la investigación artística, las obras de arte y por su puesto a sus creadores, como también deja por fuera los eventos que se realizan al margen y que no tienen el marketing para ser visibilizados en los pocos medios de comunicación masivos que existen en el país.

A nivel del Estado, los gobiernos de la ciudad en sus planes de desarrollo priorizan el adelanto de la cultura como algo democrático donde todos y todas acceden a ella, pero esto queda en palabras de finos postulados, y en ocasiones es demagógico y fastidioso tanto manoseo, tanta simpatía, que al final no es tangible.

El movimiento teatral bogotano se ha levantado con fuerza gracias a las producciones teatrales y a la persistencia de hacerse gestor de su propio invento; de ser recursivo para capturar la boleta con la cual han levantado más de 60 salas en actividad permanente

con eventos de teatro durante todo el año. Ha hecho del arte vivo, desarrollado por particulares, un hecho público. No se puede negar que aquí hay apoyos a los eventos, pero estos no obedecen a una política cultural permanente, que le de seguridad a los cultores y por supuesto, a los teatreros para poder circular su obra de arte.

En la ciudad de Bogotá, en 1972, por decreto del concejo de la ciudad se creó el Instituto Distrital de Cultura y Turismo. Para entonces, tenía a su cargo las temporadas de ópera y una programación en el teatro municipal para 3.500.000 habitantes. En los años 80 las comunidades generaron un movimiento artístico con el ánimo de descentralizar la cultura y el

## **Uno de los temas que hoy están en discusión pública, es cómo el Estado responde, o no, a toda una serie de obligaciones de carácter constitucional.**

arte. Las propuestas de crear casas de la cultura o sedes de teatro con el apoyo económico de agencias de cooperación internacional, se hacen realidad en algunas zonas de la ciudad, pero es hacia los años 90 donde los gobiernos de la ciudad, junto con las comunidades que presionaban, impulsan la descentralización política y administrativa que le dan cabida al SISTEMA DISTRITAL DE CULTURA.

De esta manera se crean 20 concejos locales de cultura y cinco concejos distritales de área artística. En el año 2005, la Alcaldía Mayor de Bogotá encabeza otra reforma administrativa aprobada por el concejo de la ciudad. No obstante, esta reforma está aún por consolidarse y por lo tanto ha tenido muchos problemas en su ejecución.

Hoy son más importantes los eventos que den una imagen a la administración que aquellos que involucran la creación artística; hoy hay menos garantías para los cultores, no hay espacios de discusión con la administración, no hay concertación presupuestal (situación que no se presentaba anteriormente en las administraciones de derecha). Hoy tenemos hasta a IDARTES, pero hay menos presupuesto. Me pregunto ¿Cómo cuestionar sin lesionar la gobernabilidad, cuando fuimos la mayoría de cultores los que impulsamos esta administración distrital?

### **ANDREA BELTRÁN**

El estado colombiano tiene una serie de obligaciones constitucionales con el sector de la cultura (a las cuales no puede renunciar); pero esas obligaciones son imposibles de cumplir si como sector no nos articulamos con el Estado para diseñar, ejecutar y regular políticas que sean acordes a la realidad en la que vivimos.



Estoy convencida de que sí existen recursos suficientes para un desarrollo óptimo de la cultura, lo que ocurre es que los marcos institucionales son endeble y las regulaciones inexistentes; por lo tanto, carecemos de instrumentos eficientes para encontrar alternativas de generación de recursos y diferentes fuentes de financiación, tanto con la empresa privada, como con ayuda internacional.

### **ALBERTO SANABRIA**

Por mandato constitucional y legal, el Estado debe trabajar armónicamente considerando a todas las ramas del poder público. De igual manera debe tener en cuenta a los organismos de control para garantizar la efectividad de los derechos culturales de todos los habitantes del país, especialmente a quienes tienen acceso a los bienes y servicios de la cultura, y a los relacionados con el desarrollo de su potencial creativo.

Para eso el Estado debe producir la legislación necesaria, incluir a la cultura dentro de sus planes de desarrollo nacionales y territoriales, y dentro de los respectivos presupuestos públicos; debe además, implementar las medidas pertinentes para proteger el patrimonio cultural tangible e intangible, así como la diversidad étnica y lingüística. Por su parte, lo más importante que debe hacer la empresa privada es pagar sus impuestos honestamente para que el gobierno nacional y las alcaldías y gobernaciones puedan contar con los recursos que les permitan diseñar y ejecutar los planes de cultura.

En segundo lugar está la responsabilidad de cuidar el patrimonio natural y cultural. Para esto es necesario que haya plena conciencia de que por encima de la libertad de empresa están esos bienes, de los que dependen la identidad, la memoria y la supervivencia de todos como

país. Tanto que debería convertirse en un principio que se incorporara a todos los marcos estratégicos empresariales.

También es importante que la empresa privada contemple la posibilidad de apoyar e involucrarse con proyectos culturales, no sólo para aprovechar los beneficios tributarios existentes, sino también como una forma de contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de la población, especialmente de aquella ubicada en su radio de acción empresarial con lo cual, sin lugar a dudas, estará generando valor agregado en su imagen institucional y en el futuro de su actividad comercial.

### **¿Existen o no diferencias entre las mercancías y los productos culturales?**

#### **CARLOS ALBERTO PINZÓN:**

El término mercancía, de entrada genera acaloradas discusiones en ciertos niveles entre los actores del sector cultural. Esas discusiones infieren, a veces de una manera simplista: que la mercancía es sinónimo de mercado, que mercado es sinónimo de oferta y demanda, y estos son los términos fundamentales que generan comportamientos enmarcados en un *neoliberalismo salvaje*.

El término producto cultural, en cambio, parece incluir todas las connotaciones *filosóficas* y *simbólicas expresivas* de la creación cultural. El asunto se vuelve más complejo cuando se debe poner a circular esa creación. Al hacerlo, aparecen las fuerzas del mercado, queramos o no, y estas actúan. El profundo valor simbólico del bien cultural es subvalorado o sobrevalorado por esas fuerzas del mercado. El valor de cambio de mi bien cultural parece que se reduce al comportamiento de una mercancía más. Creo que

éste no sería tema de tan cruentos y acalorados debates, si el valor cultural no difiriera tanto del valor de cambio que le da la sociedad. Pero insisto, esa brecha se cerraría si la educación entendiera su compromiso para formar también en aspectos fundamentales del ser humano y uno de ellos es el derecho a la cultura y a la apropiación sus expresiones.

#### **PATRICIA ARIZA**

Un "producto cultural" puede producir ganancias. Por ejemplo, un libro de García Márquez editado en miles de ejemplares, le produce ganancias económicas al autor, al representante, a la editorial y a las librerías. Si fuéramos un país verdaderamente democrático, una determinada cantidad de ediciones del libro deberían estar destinados para las escuelas de modo gratuito. Las industrias editoriales por ejemplo, podrían invertir en talleres de escritura no solo para producir ganancias, sino para producir escritores. Imaginemos un país donde producir escritores fuera importante, donde pudiéramos hacer escuelas de música y de teatro en las localidades. Por ahora, parece algo inalcanzable, aunque es necesario y urgente. Sin ir demasiado lejos, en Venezuela llevan décadas invirtiendo en la música y tienen ya miles de jovencitos de la periferia con pensamiento y prácticas sinfónicas. Esos artistas surgidos de la Colombia profunda serían una riqueza incalculable. Pero este es uno de los países del mundo donde hay una brecha muy grande entre los que ganan mucho y los que no ganan nada.

#### **RUBÉN DARÍO HERRERA**

Por supuesto que existen, entiendo la mercancía como un



producto tangible, puesto en el mercadeo y la comercialización en cualquier tienda. Cuando se habla de un producto cultural el referente más inmediato es el quehacer artístico que se refiere al cultor, al creador, donde está implícita la cultura viva, pero también, la que hace parte de los museos, pues estos son productos culturales. En últimas las mercancías no hacen referencia a la creación cultural, los productos se relacionan a la creatividad.

#### **ANDREA BELTRÁN**

Sí. A diferencia de una mercancía que encuentra su verdadero valor en su reproducción masiva, el producto cultural (la obra de arte) es único. En cuanto a sus contenidos, la mercancía –por lo general– suple una serie de necesidades básicas (normalmente biológicas y/o físicas), mientras el producto cultural suple una serie de necesidades espirituales, emocionales y subjetivas que están relacionadas con los contenidos simbólicos de los que está hecho.

#### **ALBERTO SANABRIA**

Si por productos culturales nos referimos a los originados en las llamadas industrias creativas, hay que tener en cuenta la situación de vulnerabilidad que esos productos tienen cuando su procedencia es una localidad o un

país pequeño cuya participación en los mercados internacionales es poca o nula. En esos casos, hay un alto riesgo de que ese tipo de productos desaparezcan por sustracción de materia, aún en sus mismos contextos, frente a los productos culturales con mayor capacidad de penetración. Eso sucede en particular con la industria cinematográfica.



*Mi Lucha – Farsa / Teatro R101/ Dirección Hernando Parra/ Fotografía Camille Mazoyer*

Como en estos productos puede ir envuelta la identidad y, por ende, la diversidad cultural, reconocida como bien de la humanidad, es necesario que los países los excluyan de sus negociaciones de tratados de libre comercio para poder continuar subsidiándolos, sin que eso signifique el rompimiento de ese tipo de acuerdos. Es por eso que este tipo de productos no pueden ser tratados como cualquier mercancía.

## **¿La globalización afecta la situación de la economía de la cultura colombiana?**

### **CARLOS ALBERTO PINZÓN**

Creo que la globalización puede perjudicar o beneficiar los costos de producción de un determinado bien cultural, dependiendo del campo del que se esté hablando. Se requieren investigaciones muy

rigurosas que determinen dichas alteraciones. No conozco muchos estudios al respecto, pero creo que el acceso a tecnología de multimedia más económica hará que los costos de producción de obras audiovisuales se abaraten. Existe un temor generalizado que los costos para el montaje de espectáculos escénicos de gran escala pueda ser más barato en el exterior y los empresarios se vean tentados a contratar esa mano de obra foránea en detrimento de una mano de obra nacional no del todo calificada. Los contenidos seguramente se modifiquen, pues la información hoy es de más fácil acceso y circulación y puede venir de cualquier lugar del planeta. Obviamente puede haber intereses corporativos de transnacionales que distorsionan los contenidos. No obstante, dicho todo lo anterior, creo que las afirmaciones que hago deben ser corroboradas o controvertidas por estudios específicos.





La Cita / La Gata Circo / Fotografía Melibea

Pág.opuesta: Dejavu / La Gata Circo / Fotografía Melibea



## **PATRICIA ARIZA**

Afecta sobretodo a los países donde no hay leyes que velen por los creadores, programas que subsidién al público, que protejan los espacios culturales independientes y alternativos, que destinen recursos no residuales al desarrollo cultural de los habitantes de la periferia. Los TLC, que son la punta del Iceberg de la globalización, para poner un ejemplo, colocan en igualdad de condiciones a los productores de maíz de México con los productores de los Estado Unidos. Los productores de los Estados Unidos están muy bien subsidiados y pueden vender más barato y con menos calidad, ya que se trata de maíz transgénico; el resultado: arruinaron a cientos de miles de campesinos de México y abonaron con eso el terreno para el narcotráfico. Se apropiaron de la comida básica de la gente y ahora le venden comida transgénica. Los mexicanos dignos dicen: "sin maíz no hay país". Es igual con el tema de la cultura. Por eso es necesario y urgentísimo que se ratifiquen en Colombia, por parte del congreso, la convención de la UNESCO para la defensa de la diversidad cultural. Desde la coalición colombiana venimos trabajando hace años en esto. Ya pasó en una primera instancia, pero si se firma el TLC y no se ha ratificado, nos veremos invadidos de la cultura chatarra de Miami. ¡Ya está sucediendo!

## **RUBÉN DARÍO HERRERA**

Si, la afecta. Beneficia a la economía. Por supuesto no es democrática porque quienes estudian la ideología de los administradores globales concluyen que la globalización empresarial, junto con sus necesidades homogeneizadoras para maximizar las ganancias, deben reconocer diferencias locales y regionales. La globalización puede generar ganancias muy altas a las industrias culturales pero también a un costo muy alto en perdida del desarrollo del cultor. La globalización está ligada al consumismo y aquí no importa quién ejerza el consumo.

En el consumo me atrae ver cómo éste no es una necesidad sino una enfermedad. Hay que mirarnos, y decir que Colombia pasa por el consumo de una clase emergente, producto del narcotráfico. Ésta es más consumista que la misma clase alta o baja en sus proporciones, tanto del poder adquisitivo como del no adquisitivo. El consumismo no privilegia a una clase media que generalmente es la que consume arte, como el arte es único, esta clase social se ve excluida; el consumismo por el contrario privilegia a las clases emergentes que son producto de la exclusión económica. No solo la exclusión genera pobres, también genera

resentimiento y respuestas sociales y económicas más peligrosas para las estructuras establecidas que una ideología en tiempos de lo pos-moderno.

## **ANDREA BELTRÁN**

La globalización puede llegar a permitir una gran diversificación de los productos culturales y de la cultura en sí, puede mostrar diferentes formas y usos de la cultura, puede llegar a exponer diferentes formas de gestionar y producir productos artísticos. El peligro radica en que en ese "ejercicio" se extermine, en un parpadeo, la identidad que caracteriza a nuestra cultura.

## **ALBERTO SANABRIA**

La globalización, entendida como ese proceso de interacción entre todos los países del mundo, en el que fluye la información y los mercados se dinamizan, puede ser una amenaza, especialmente para la diversidad cultural, si no se toman las medidas adecuadas y en un consenso mundial. Pero a mi modo de ver, es ante todo una gran oportunidad para la efectiva circulación de bienes y servicios de la cultura y para que las identidades puedan surgir y ganar espacios de reconocimiento internacional.

## **¿Cuál es la posición de la institución que usted representa con respecto a las industrias culturales?**

## **CARLOS ALBERTO PINZÓN**

Primero aclaro que no tengo ninguna responsabilidad institucional pues en la actualidad no tengo vínculos directos como funcionario con ningún ente de política nacional o territorial. De mis experiencias anteriores con el sector público, tengo la percepción que el tema de industrias culturales es visto por algún sector con desconfianza, ya que lo relacionan con una imposición que busca que las organizaciones culturales sean económicamente viables, de cierta manera homogéneas en sus formas de producción únicamente desde una perspectiva de ingresos mayores a los egresos y con el hecho de que paulatinamente el estado se retiraría de sus obligaciones con la cultura. Ésa es una afirmación ligera y que se distrae mucho en lo que evoca el término industria cultural, lo que no nos permite mirar con beneficio de inventario las propuestas en términos de calificación interna. El ordenamiento interno de nuestras instituciones culturales es fundamental para lograr los resultados esperados, cualesquiera que estos sean, y no únicamente los económicos. Pero que tengamos





[dossier]



portafolios idóneos, mecanismos eficientes de circulación y divulgación, que sepamos de nuestros deberes y derechos por ser instituciones legalmente constituidas, sistemas internos de producción eficiente, con nuestras obligaciones al día, creo que son ambientes más favorables para los procesos creativos y las consecuentes planeaciones de nuestras organizaciones.

### **PATRICIA ARIZA**

La posición empieza por valorar la cultura y el arte como un derecho y sobretodo con pensar en un modelo de país donde se considere a la sociedad y a las personas como creadores en la educación, la ciencia y la cultura. Es preocupante ver que el valor de la creación sigue siendo una materia aplazada.

### **RUBÉN DARÍO HERRERA**

Yo hago parte del Colectivo Teatral Luz de Luna y quiero partir de ejemplos para explicar este punto. En algunas ocasiones la contradicción se afina entre lo comercial de la industria cultural y los arrebatos de humanismo que estas pretenden, confundiendo no solo al consumidor sino también a los productores. No es lógico que en Colombia una empresa como Coca Cola impulse un programa por la paz y al otro día salga en los noticieros una nota mostrando que ésta le paga a los paramilitares para que la protejan de los guerrilleros, además de que han gestionado las armas. Coca Cola también, financia publicidad en protección del medio ambiente, cuando en el mundo sabemos que quiere canalizar la compra del agua en la Amazonia, cuando este es un bien cultural intransferible de la humanidad. Esta empresa debe tener su agencia cultural que muy probablemente, como gran monopolio, debe evadir impuestos a través de una o varias empresas culturales o simplemente patrocinando conciertos y obras de arte de la industria cultural.

Otro ejemplo es la campaña Colombia es Pasión. Al gobierno de Uribe, se le conoció como uno de los que ha diezmando a la guerrilla colombiana, pasando por cualquier violación de los derechos humanos (acciones extras judiciales, fosas comunes de campesinos y líderes sociales, genocidio contra una comunidad indígena del Cauca que se opone a su régimen....chuzadas telefónicas por parte del DAS a la oposición y a la prensa, contubernio con los paramilitares, compra de votos a la reelección). Estas acciones le han costado demandas y denuncias internacionales, por lo tanto la única acción que le queda es la de limpiar su imagen a través de esta campaña. En todo esto están metidas las industrias

culturales como Colombia es Pasión, pues se vende la imagen de un país en paz, turístico y amable, y puede que tengan razón en lo turístico y amable, pero en paz es relativo. Además, lo amable va incluido como turismo sexual, tema que hace seis años no se tocaba o si lo había era clandestino. Por otra parte, debo reconocer que antes de esta campaña Colombia no era tan visitada, ahora y especialmente en la Cartagena hay zonas exclusivas para extranjeros en donde se les ofrece y se les muestra el grupo folclórico pero también la chica o el chico que hacen compañía sexual.

Esto me hace pensar si debemos o no conectarnos a las industrias culturales. Yo pensaría que se debe dar en un término medio, porque si nos conectamos del todo a esta industria, realmente nos quedaríamos sin patrimonio cultural y artístico, pues es lo mínimo que protege el Estado. Vale la pena negociar en términos de igualdad porque nosotros tenemos algo para ofrecerle al mundo y es nuestro cultivo cultural implícito en la diversidad. Ya no somos una cultura pura ni arraigada a lo milenario, debemos hacer claridad acerca de lo ético en el desarrollo de la industria cultural.

### **ANDREA BELTRÁN**

El Teatro R101 considera que el tema de las industrias culturales no se ha discutido a profundidad en Colombia debido a que existe un gran desconocimiento, a nivel teórico y práctico, de lo que son y de lo que representan a nivel estético, social y económico. Por otra parte, ha expuesto repetidas veces que el aplazamiento de este debate público, en el cual se tomen posiciones claras como sector, pone en riesgo la búsqueda de alternativas dignas y eficaces para la sostenibilidad del Teatro Independiente Colombiano

### **ALBERTO SANABRIA**

No soy vocero oficial de la posición de la organización para la que trabajo. •

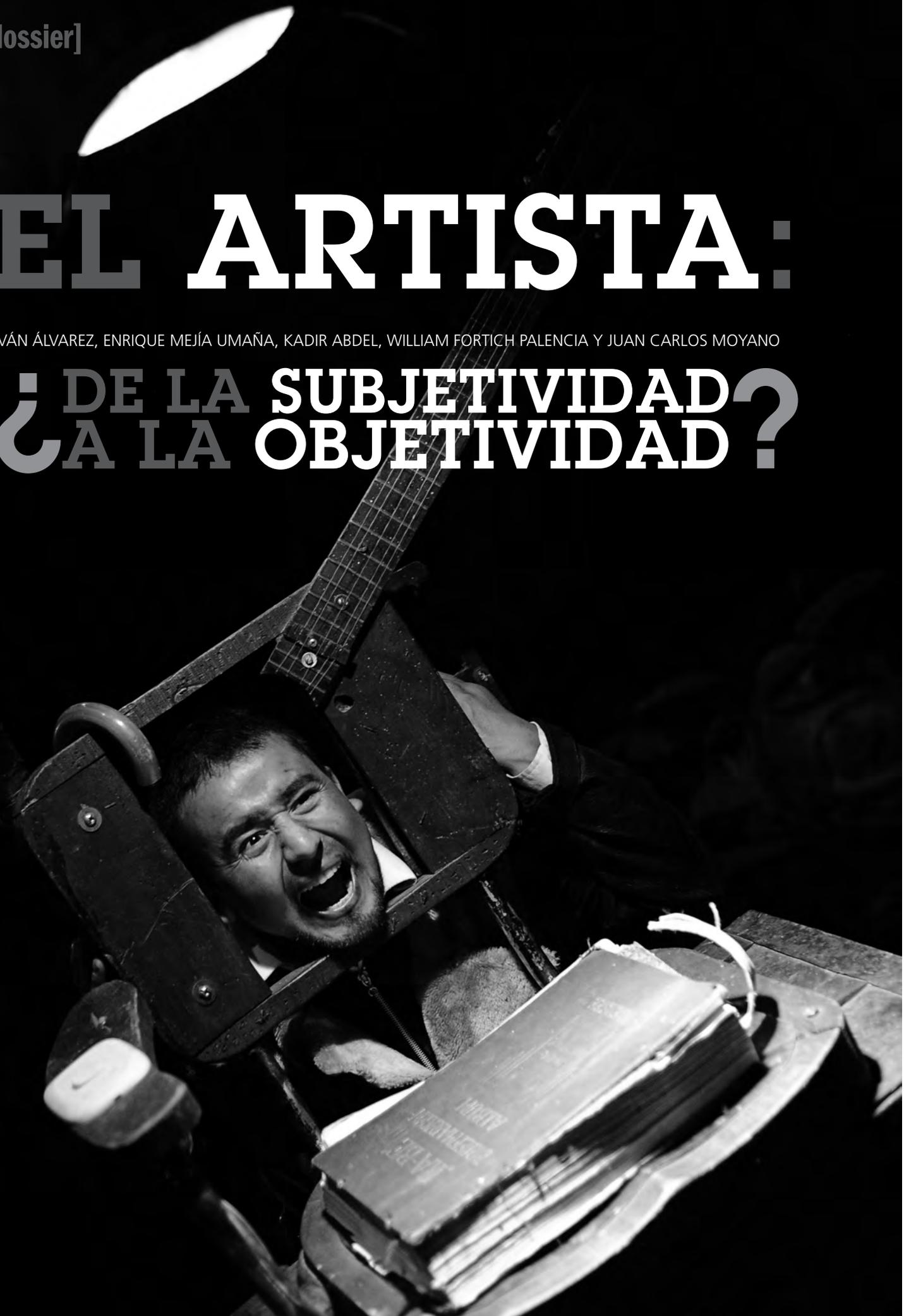


[dossier]

# EL ARTISTA:

IVÁN ÁLVAREZ, ENRIQUE MEJÍA UMAÑA, KADIR ABDEL, WILLIAM FORTICH PALENCIA Y JUAN CARLOS MOYANO

## ¿DE LA SUBJETIVIDAD A LA OBJETIVIDAD?



AUNQUE REIVINDICA PARA SI UN LUGAR PRIVILEGIADO EN LA SOCIEDAD, EL ARTISTA TANTAS VECES SIMPLEMENTE SE HA MARGINADO. SU REBELDÍA, SU AUTOEXILIO, SU RECHAZO A LAS CONVENCIONES SOCIALES LO HAN MANTENIDO LEJOS DEL APARATO PRODUCTIVO. PERO CON EL CAMBIO DE LOS TIEMPOS, HA IDO SALIENDO DE SU AUTARQUÍA. ¿LA SOCIEDAD ACTUAL DEMANDA DE ÉL UN NUEVO EQUILIBRIO?

### ¿Cuáles son las principales razones por las que el artista no se involucra en la gestión administrativa de su obra?

#### IVÁN ÁLVAREZ

Resulta para un artista muy difícil no involucrarse con la gestión administrativa de su obra si de verdad la siente como suya. El artista que no se involucra de manera íntegra con ella, es más bien es un intérprete ocasional, una suerte de empleado común que aspira como tantos otros profesionales a ganar un salario. Por lo tanto, éste asumiría la creación como un papel que se limita a una función instrumental, como parte de un engranaje comercial que se cumple cuando se vence un contrato.

Por el contrario, el que se siente dueño y gestor de una idea creativa tiene necesariamente que enfrentar los retos de esa administración, ya que está asumiendo un riesgo no solo artístico, sino económico, en el que pone en juego, además de su imagen y su credibilidad como artista, su propio bolsillo.

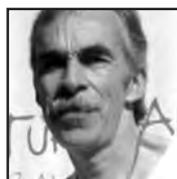
En efecto, hay gente que no se involucra porque aún existe el ideal de que el verdadero artista está siempre al servicio de fines espirituales superiores, y por lo tanto,



considera los asuntos del dinero, la publicidad o los tratos con el poder como un trabajo sucio que envilece la creación. Incluso hay quienes todavía asumen ese rol administrativo de manera culposa o tortuosa, de tal forma que lo hacen porque les toca. En realidad, quien no lo asume vive en una burbuja infantil y aún no comprende la complejidad del oficio que implica no solo conseguir recursos para el arte, en una sociedad capitalista, inculta y subdesarrollada, sino también, hacerlas mínimamente rentables, no para hacerse rico, sino para poder seguir creando.

#### ENRIQUE MEJÍA UMAÑA

El lenguaje administrativo y el lenguaje artístico corresponde a dos mundos diferentes, cada uno maneja sus parámetros, referentes, vocabularios e imaginarios propios, la mayoría de veces con muchos problemas y dificultades para traducir el uno al otro. Solo a modo de ejemplo, imaginemos que un artista escénico que esté realizando un montaje proponga inicialmente la realización de una escenografía en chatarra y una vez avanzado el proceso decida que la va a cambiar a cartón, plástico o cualquier otro material. Este hecho en el lenguaje



administrativo se puede asumir como una pérdida, mientras que en el lenguaje artístico este mismo hecho puede calificarse como un descubrimiento, un acierto o un logro. Este es solo un ejemplo, pero deja ver la dificultad que existe entre los dos lenguajes. Si avanzamos más allá del hecho creativo examinando lo relativo a la circulación, promoción y difusión, yo veo que en la medida en que lo administrativo crece, los desencuentros con lo artístico se hacen más grandes. Yo soy de los que sostengo que los grupos artísticos de teatro, música, danza y los espacios en donde estos se presentan, no deberían estar sometidos a las reglas del comercio. Para un grupo artístico es irrelevante, nada dice sobre su calidad y trabajo si tiene personería jurídica ó no, menos aún sus balances financieros. Una sala con capacidad para 100 - 200 personas, cuya programación responde a una propuesta de promoción del arte, no puede acomodarse a las reglas de los grandes comerciantes que trabajan en escenarios con capacidades altas y costos de boleterías altísimos, excluyentes.

Con esto quiero decir que si un artista "se mete" en el juego de lo administrativo (que tristemente lo hemos tenido que hacer), termina desgastándose y mal gastando su tiempo porque ese no es su fuerte.



Si el arte tiene un buen nivel en Colombia, con toda la dificultad que significa para el artista estar metido en lo administrativo, imagínense en qué nivel estaríamos si nos dejaran trabajar en lo que realmente nos interesa: en el arte.

### **KADIR ABDEL**

En Colombia, los artistas han tenido que asumir el control administrativo (parcial o total) de sus obras. Ha sido su responsabilidad la creación, producción, difusión e, incluso, la construcción de espacios para la exhibición de sus obras. En el caso de grupos como Teatrova, se ha destinado un tiempo importante para encontrar recursos, aunque la investigación y creación continúan siendo los asuntos más importantes para nosotros, aún no contamos con los recursos para que los artistas se puedan dedicar de tiempo completo a la creación teatral.



### **WILLIAM FORTICH**

Esta es otra de las grandes mentiras que han hecho carrera en Colombia. Si bien es cierto que los artistas deberían conservar su espacio de creación y dedicarse únicamente a él, en cualquiera de las áreas artísticas en América Latina y especialmente en nuestro país, a los artistas les ha tocado en los últimos 80 años de vida republicana, asumir todas y cada una de las tareas que conlleva la creación, montaje, divulgación y circulación de sus propios espectáculos u obras.



De esta forma, en cuanto al teatro, y corriendo el riesgo de ser tildados de fundacionistas, cuando, separándose de los grupos vocacionales universitarios, aparecen los grupos estables en Colombia, que imitaban a otras experiencias europeas y norteamericanas, la concepción política de libertad, de no ser *artistas alquilados*, de ser consecuentes con aquello de *"La poesía no se vende, porque no se vende"*, al momento de enfrentar al establecimiento capitalista y buscar autonomía, generaron colectivos de trabajo donde todos y todas eran iguales y dueñas del producto estético resultante de su labor grupal. Pero esto se podría definir como simple idealismo chato y ramplón, que en sí mismo era una negación del grupo creador. La misma realidad los fue transformando hacia la empresa, dándose a la par la equidad (distinta a la igualdad), la jerarquía (siempre necesaria cuando se quiere obtener

un resultado), los tiempos de producción, los planes de trabajo, los mecanismos de visibilidad, la creación de una imagen corporativa, la entrega de tareas y de informes, la formación política, la formación de pares, la formación de un público, sin que cambiara o sufriera daño el colectivo como tal en sus fundamentales postulados, pues los roles y jerarquías se ocupaban por todos según la necesidad de la producción.

Alejando la dinámica del grupo-empresa del voluntarismo, el igualitarismo (todos ganan con el trabajo de unos pocos), la ideología y la pertenencia a ciertos grupos partidistas, se abrieron a la organización de grupos con la exigencia de tener una autonomía creativa. Por lo tanto generaron un propio discurso que destacaba los rasgos identitarios para diferenciarse de los demás grupos con características similares. Esto suscitó en las personas más radicales, toda suerte de acusaciones, endilgamientos de traidores, persecuciones, denuncias públicas, divisionismos y demás posturas alienadas y sectarias.

Este tipo organización no estaba ni aún está prevista en la normatividad colombiana, y por eso fue necesario unirse a asociaciones colectivistas de ayuda mutua y/o a terceros, cuyos fines no buscaban el lucro sino el beneficio común (sin ánimo de lucro), cercanas a las fundaciones de caridad, a los sindicatos, a los partidos políticos, a grupos de vecinos, a viviendistas, a las religiosas. Y es por ello que surgen todo tipo de confusiones, sobre todo cuando se toma la postura democrática (impulsada desde Europa y la UNESCO) de exigir al Estado la protección y promoción del Arte, dado su valioso aporte a la cohesión, ilustración, comunicación de las naciones. Como consecuencia los sectarios amigos del Estatus Quo pusieron el grito en el cielo acusándonos de parasitismo, de querer el dinero del Estado para atacar al mismo Estado y otra vez las acusaciones, allanamientos, detenciones arbitrarias, torturas y todo tipo de persecuciones.

Es bajo estos señalamientos de donde surge todo el trabajo para llegar a incluir al arte en la Constitución Política de la Nación y coadyuvar a la construcción del sistema de participación, la construcción colectiva de la Ley de Cultura, entre otras, y la derrota al mal proyecto de ley del espectáculo que nos quisieron recientemente imponer.

En Colombia los artistas estables hemos asumido nuestra creación como empresa, de manera procesal y amplia, ayudando a la construcción de una nueva nación. Sin embargo aún existen quienes lo hacen de manera mercantil, dedicándose al trabajo creativo





*Mi Lucha - Farsa / Teatro R101/ Dirección Hernando Parra/ Fotografía Camille Mazoyer*

por unas cuantas horas o meses en el año para luego el dedicar el resto de su tiempo a oficios varios que les den para vivir.

### **JUAN CARLOS MOYANO**

El Teatro Tierra se involucra con la gestión de sus montajes, sabiendo de antemano que no somos administradores y que tenemos limitaciones evidentes al respecto. Hasta el momento no hemos logrado estructurar una opción que nos afiance en términos de organización capaz de desenvolverse en la maraña de los trámites, las burocracias y las dificultades administrativas. Privilegiamos lo creativo, el trabajo de tablas, porque esa es nuestra elección. Pero no podemos quedarnos quietos pues fácilmente nos extinguiríamos. Entonces, desarrollamos formas alternativas para enfrentar el asunto, como lo han conseguido agrupaciones que trabajamos diariamente, desde hace décadas, construyendo camino, contra viento y marea. Claro, sentimos la falta de especialistas que asuman roles complementarios y dimensionen los aspectos concretos de la gestión administrativa. En nuestro caso, esa parte está sin resolver de manera óptima, por falta de gente preparada para enfrentar las particularidades de los procesos administrativos y porque en realidad no hay políticas culturales coherentes que apoyen y estimulen



los equilibrios entre la parte técnica-administrativa y las competencias de lo creativo, que requieren condiciones específicas y que trabajan con la materia estética y con las exigencias que demanda el quehacer artístico. En esta época no es posible oponer la dinámica de la producción artística a las necesidades de la gestión. No hace falta volver gerentes a los directores ni hacer de las actrices funcionarias de oficina. Más bien, como sucede en algunos países, resulta interesante la experiencia de ciertas agrupaciones, como el Galpón de Montevideo, que han conseguido armar un equipo de administración tan contundente a nivel empresarial, que los equipos de creación siempre están trabajando a todo vapor, sin perder la energía que a veces demanda asumir todas las funciones. Es un asunto de recursos y de visión.

### **¿Cuáles son los principales riesgos de industrializar la cultura?**

#### **IVÁN ALVAREZ**

El riesgo y el peligro hace rato están rondado por ahí. El término "industrias culturales" no está divorciado de lo político. Su actuar ideológico se está implementando como políticas neoliberales, que los gobiernos están realizando en muchos sentidos, para salvaguardar al Estado de sus responsabilidades sociales



## [dossier]

y públicas. Ese abandono implica que el arte o la cultura no deben ser más auspiciados, ni subvencionados por el Estado, sino que deben ser empresas auto-sostenibles con capacidad para ser rentables, generar empleo y crecimiento económico. Ese patrón de crecimiento está fundado en el rating, en el síndrome del reconocimiento, en el marketing, en el posicionamiento de personas y mercancías como marcas, que avalan y reproducen los medios de comunicación, cuyo máximo rendimiento queda reducido a la cuantificación del dinero y a mantener el reinado de estadísticas y grandes cifras como sinónimos de eficacia y alto impacto, que al farandulear todo, uniformizan la expresión bajo el hechizo masivo que producen los mitos de éxito.

El mayor riesgo es que las ideas artísticas van a estar cada vez más sujetas a la figura de un empresario omnipotente, quien como dueño absoluto, que pone en juego su capital, tiene que ir saltando de proyecto en proyecto, ojalá exitoso, para poder recuperar su dinero y sobrevivir. En esas empresas auto-sostenibles pocos pueden estar seguros. Los únicos puestos fijos son los de la administración, mientras

que los ejecutores creativos están condenados al mercado del azar, en el que la oferta y la demanda es una suerte de pesca milagrosa o de tráfico de influencias; en el que los trabajadores creativos, cada vez más, se mueven en el freelance, flotando en un salvavidas de aparente autonomía, que en el mar del capitalismo cada vez más salvaje, no es más que una libertad mentirosa.

El otro riesgo es que convierte al arte y a la cultura no en un derecho para todos, sino en una mercancía de lujo, solo asequible para quien tiene poder de consumo.

### **ENRIQUE MEJÍA UMAÑA**

Industrializar la cultura significa convertirla en mercancía sujeta a las reglas del mercado, producirla en serie, tomar formatos y propuestas exitosas y repetirlas indefinidamente para empalagar a las personas y así mantenerlas consumiendo. Si la finalidad del arte y la cultura fueran generar grandes capitales económicos en la sociedad, estas teorías serían menos discutibles, pero como el arte y la cultura tienen como finalidad fortalecer el capital humano, animar el espíritu del hombre y de la sociedad, este tipo de industrialización que vemos

(grandes capitales económicos apostándole a generar grandes utilidades) lo único que pueden producir es pobreza humana.

### **KADIR ABDEL**

En el caso específico del teatro, podemos afirmar que industrializar el teatro, reproducirlo en serie, es ir en contra de su propia esencia. Cada función es distinta a la anterior y, en ese sentido, al pretender replicarlo, perdería su mayor virtud. Se pueden replicar cien ediciones de un mismo libro o de una canción, pero no se puede hacer lo mismo con el teatro.

### **WILLIAM FORTICH**

Ninguno, pues la cultura es procesal, única, ligada a su contexto de resistencia, de creación, de imaginarios; es lúdica, onírica, ritual, en lo que yo he denominado Endofanía, y Exofanía<sup>1</sup> cuando se encuentra con otras y se articula en capas o campos de mayor amplitud y genera un intercambio de saberes. Por lo tanto, lo que se puede industrializar son algunos productos resultantes

---

<sup>1</sup> Fortich Palencia, W. *Endofanía y Exofanía en los procesos Culturales*. Ediciones Zutana, Bogotá, 2008.



de algunas prácticas culturales y especialmente artísticas.

### **JUAN CARLOS MOYANO**

En esa posibilidad que aparentemente parece inevitable (la industrialización de la cultura) está contenido el riesgo y el desastre de lo que llamamos cultura, una palabra ambigua, muy amplia, donde caben desde el arte hasta las actividades anti-culturales y los pragmatismos productivos. El peligro está en la intención premeditada de acabar con las expresiones auténticas de la cultura en función de un concepto que pretende convertir en mercancía lo que vale, precisamente, porque no tiene las características de los productos de consumo. Es algo delicado porque los técnicos de mercadeo piensan contaminados por una idea de globalización que supone la producción en serie de las obras de arte y de las expresiones vernáculas en función del gusto público y de la demanda internacional. Cultura de supermercado es lo que menos conviene en una época como la nuestra, donde es necesario sensibilizarse con valores diferentes. Seguramente, en la imposición de las industrias culturales ganará la noción de cultura

que invierte capitales y reinvierte el sentido de lo que no se puede o no se debe capitalizar porque lo creativo y lo sensible desbordan los límites de los índices de valor y de las cifras que tasan lo inaprensible. Es un tiempo donde los estados y las corporaciones financieras dirigen sus esfuerzos para concretar el arrasamiento de lo entrañable, de lo particular, de las raíces, en nombre de un progreso que ya demostró el fracaso. Pero es necesario aclarar que una cosa es la gestión administrativa de una entidad cultural con ánimo de ser independiente resolviendo necesidades objetivas y otra la intención de industrializar privilegiando, obviamente, a las industrias establecidas, que extenderán sus tentáculos y abarcarán, inclusive, los presupuestos de las expresiones culturales y estéticas que no son susceptibles a las ganancias del mercado.

### **¿Existen los artistas empresarios?**

#### **IVÁN ÁLVAREZ**

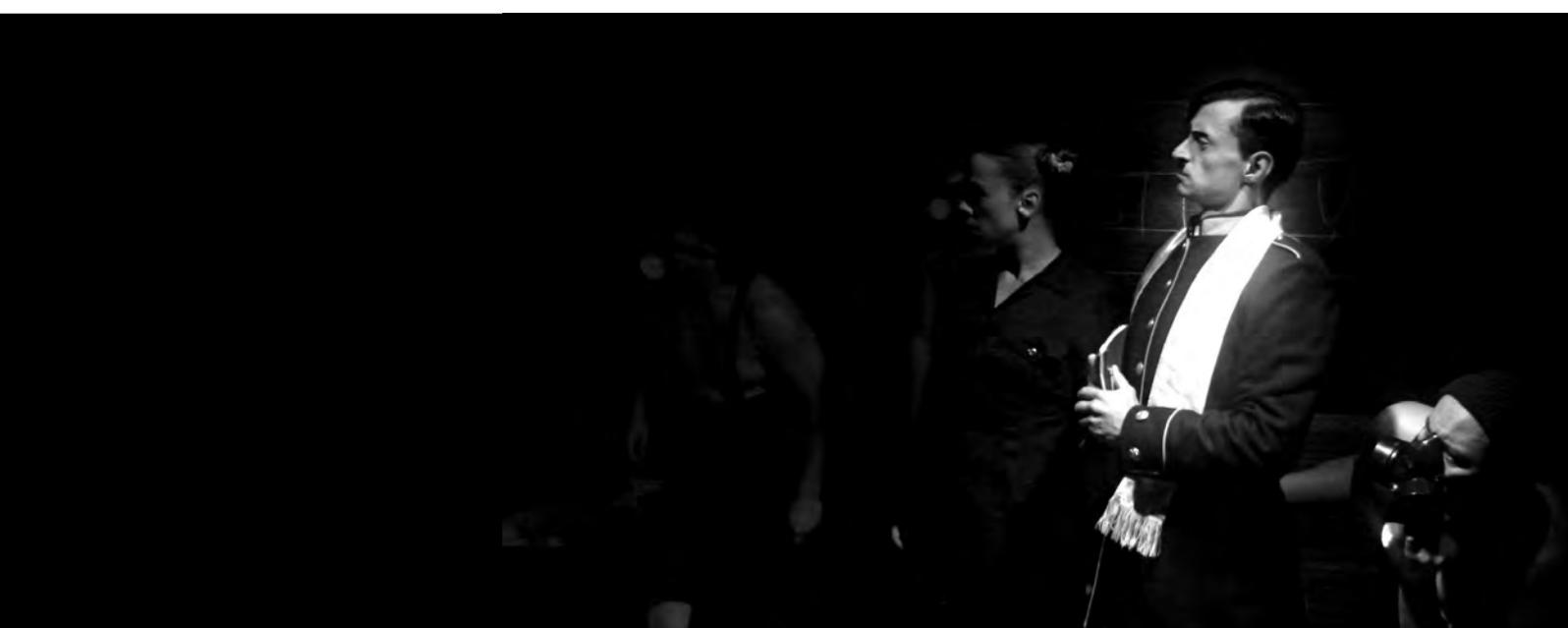
Según la lógica dominante del capital, el artista que no se asuma como empresario en este sistema tiende a desaparecer. Sin embargo,

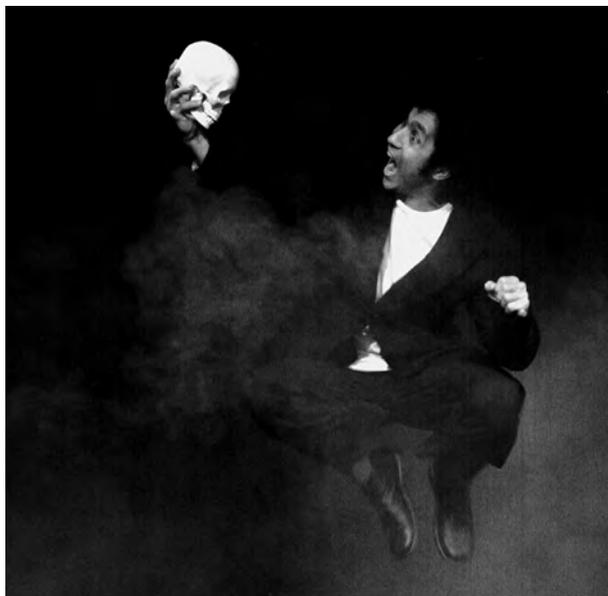
a mi juicio, el artista empresario está a su vez atravesado por una profunda contradicción, porque el tiempo dedicado a la administración le roba tiempo a la creación. El artista empresario debe estar sujeto a la angustia de la administración, le cuesta a riesgo de fracasar, relegar en otros esa función. De alguna forma debe siempre velar por la eficacia de su empresa. Al artista empresario le cuesta así hacer las dos cosas bien al mismo tiempo. El dilema es que el artista empresario puede ser un líder creativo en todo sentido, o un hombre neurótico lleno de frustraciones.

### **ENRIQUE MEJÍA UMAÑA**

No. Un rotundo no. Se es artista o se es empresario. Cada una de estas profesiones tiene sus características específicas. Son, como lo decía en la primera pregunta, mundos diferentes.

También, es importante señalar que los impuestos recaudados de actividades culturales deberían ser invertidos en el Instituto de las Artes (IDARTES), en los nuevos proyectos artísticos y en universidades que forman nuevos artistas cada año como la Universidad de la Salle, del Bosque, la Pedagógica,





la Universidad Distrital, etc., y que lamentablemente no tienen opciones de inversión y de mejoramiento para el desarrollo en investigación artística

#### **WILLIAM FORTICH**

Ya lo afirmamos en la primera respuesta y aquí podemos mencionar uno de los postulados de Julia Kristeva en su libro *Semiotiké*, cuando afirma que *El autor debe ser vendedor*. Lo que pasa es que el libre-cambismo o liberalismo mercantil le resta toda la grandeza a la palabra *empresa*, y la deja apenas como circuladora de mercancías. En consecuencia, y bajo este concepto, la empresa es apenas uno de sus elementos y momentos y con ello le quita el peso a aspectos importantes tales como el sueño, la idea, el deseo de mejorar la vida y la de quienes la rodean, la aventura, el riesgos (más allá del capital inicial), el descubrimiento, la innovación, la formación de pares, la competencia, la paciencia, la inversión (donde la idea y el tiempo hacen parte del capital), el esperar la madurez del producto o la búsqueda, el reflexionar y documentar lo que se hace (generando memoria), y el circular constantemente, incluso si no hay ganancias resultantes de inmediato y del manejo de otros circulantes, como el trueque, por ejemplo. Estos aspectos están, por supuesto, alejadas del pensamiento liberal y más en lo neoliberal. Por tanto la pregunta debería ser: ¿Hay artistas mercantiles? Y diremos no, hay quienes venden cualquier cosa y ellos mismos como repetidores de fórmulas “exitosas” se hacen pasar por artistas. Más por su producción y la calidad de las mismas los conocerás.

#### **JUAN CARLOS MOYANO**

Seguramente existen paradigmas que muestran muy bien a dónde pueden llegar algunos artistas empresarios. Eso es más frecuente en la farándula, con los cantantes, el cine o la televisión, que son, efectivamente, desde hace tiempo, verdaderas industrias de una cultura sin escrúpulos que mezcla todos los ingredientes del consumo sin que lo creativo sea lo más importante. En el teatro, Fanny Mikey fue un caso excepcional y, sin embargo, es claro que su admirable multiplicidad enfatizó en la parte empresarial y si bien nunca abandonó las tablas, tampoco materializó su plenitud en la actuación. También existen los ejemplos contrarios, que son más frecuentes y que muestran artistas que se han ahogado en la tentativa de hacerse empresarios. Si alguien tiene ese talento dual es excepcional pero difícilmente logrará el equilibrio, siempre es necesario hacer un trabajo complementario. Zapatero a tus zapatos y pies a caminar construyendo caminos, dejando huellas, así estén descalzos, porque eso es lo que persiste.

### **¿Las industrias culturales representan una instancia de dominación que banaliza a la cultura y que le resta importancia al sujeto creador? O ¿Estamos ante una posibilidad de emancipación económica y desarrollo humano?**

#### **IVÁN ÁLVAREZ**

La promesa que nos venden las industrias culturales es un mayor desarrollo y por lo tanto mucho más bienestar para los trabajadores culturales. Habrá que ver si los resultados son visibles o no son más que una ilusión. Dudo que el capitalismo sea humano, porque el afán de dinero a ultranza no tiene moral. El capitalismo aplicado al arte y la cultura demuestra con creces que lo banaliza y lo cosifica todo. En esa lógica perversa el artista queda reducido al papel de estrella, de vedette mediática. El creador deja de ser un visionario para convertirse en una figura de evidente cliché, y las creaciones tenderán a serializarse y volverse cada vez más vacías. Lo que nos dicen a los cuatro vientos los promotores de las industrias culturales, es que la única salida es la comercial, ya que el mundo es visto como un gran mercado donde es preciso triunfar. Esa visión utilitarista es el mensaje de fondo que sostiene al “homo económicos” que rige al pensamiento neoliberal.



### **ENRIQUE MEJÍA UMAÑA**

Las industrias culturales podrían haber tomado opciones de democratización del arte y la cultura, cosa muy difícil pero que creo que es posible. Sin embargo, como las grandes capitales y capitalistas vieron en ellas una fuente de enriquecimiento económico de grandes proporciones, presionaron y sacaron del mercado a las organizaciones y personas que buscaban en las industrias culturales medios para democratizar el arte y el acceso al arte. Hoy en día, me atrevo a decir, la mercancía cultural que banaliza y homogeniza a las sociedades y al ser humano es la que domina.

### **KADIR ABDEL**

La industria cultural banaliza el arte. Actualmente algunos los grupos o colectivos de artistas, con el ánimo de ser autosuficientes y competitivos, han renunciando a la invención y a la creación de sus propias obras artísticas. Han perdido el riesgo que implica investigar y se han convertido en replicadores de fórmulas y métodos de probada eficiencia.

### **WILLIAM FORTICH**

Podríamos responder con otra pregunta: ¿A quién no le interesa que le compren el producto de su trabajo, le paguen bien y pueda vivir de lo que hace?, pero para no caer en la tentación dolorosa del voluntarismo, hagamos el ejercicio de dividir esta dimensión en categorías: Empresa de Procesos Creativos, Industrias Culturales e industria del entretenimiento. A la primera, ya la caracterizamos en la primera respuesta.

A la segunda la podemos caracterizar como aquella que multiplica productos artísticos para llegar a la masa. La más visible de las industrias culturales, es la llamada industria editorial o industria del libro, donde el autor es un eslabón en la cadena de circulación. La industria no entra a participar del proceso creativo como tal sino que lo compra ya hecho, lo multiplica y lo pone a circular. Esto es en cuanto a la cooptación del creador, pero después debe escribir o producir según el nicho o momento detectado por los analistas de venta o el renglón poblacional al cual se vaya a dedicar toda la campaña publicitaria y de mercadeo. Es decir, el producto responde a un mercado artificial creado por la publicidad, aunque esto se oculte tras posturas altruistas. Aunque es de tipo mercantil, el producto como tal no sufre variaciones ni recortes y el autor o autora conservan sus

derechos. Para crecer y mantenerse en el mercado, esta industria debe contar con nexos fuertes en los medios de comunicación, en aras de bajar costos y optimizar esfuerzos; hace enormes antenas ante los cuerpos ejecutivos y legislativos de las naciones para así obtener ayuda enorme del Estado.

La tercera categoría es la Industria del Entretenimiento, que poco a poco se ha ido alejando de lo cultural y ella misma se ha venido caracterizando como el espacio específico de lo banal, cuyo objetivo es quitar preocupaciones y cualquier recuerdo del mundo que se habita, mientras se encuentra en aquellos espacios. Este es un discurso sano, porque no oculta sus intenciones de generar enormes ganancias a través de productos que no requieren mayores insumos neuronales para producir sensaciones placenteras. Aquí destaca la pornografía (en todas sus manifestaciones), la telenovela, los cuentos chistes, los reinados de belleza o simpatía, las bromas pesadas, entre otros. Es muy amplio este espectro, como amplio es su nivel de inserción en la vida cotidiana y en el lograr que se pase de consumo a consumismo. Para lograr esto, los mercaderes deben ser dueños de medios masivos de comunicación, donde todo debe ser banalizado, y con expertos manejadores del público; deben contar con infraestructura propia y usar también la prestada (siempre del Estado), pagan el mínimo de impuestos y tampoco reconocen derechos de autor. Esta industria le apuesta al hedonismo y al consumismo únicamente. Ni con el artista ni con el espectador tienen responsabilidades. La mayoría del trabajo se hace a destajo, bajo gran explotación, por el volumen de venta y no por la calidad de lo vendido. De tal manera los verdaderos artistas estamos lejos, muy lejos de esta industria, que definen como espectáculo. De allí que los viejos teatreros se negaran a usar el mismo término para denominar sus presentaciones, porque dicha palabra connotaba banalidad, y el arte jamás podrá ser banal o insulso.

### **JUAN CARLOS MOYANO**

Si el desarrollo humano se midiera por el desarrollo de las políticas culturales de los estados y las industrias, tal vez la cultura como tal hubiera desaparecido o sería simplemente un producto agregado a las ofertas del consumo. Nos están vendiendo una ilusión que no ha demostrado resultados positivos para las experiencias artísticas, para las herencias ancestrales, para el cultivo de valores sensibles que



nutran el espíritu, que fortalezcan la memoria, que anuden las raíces. Es como pensar en un bosque con los ojos puestos en la rentabilidad de la madera, es como pensar en el agua suponiendo que se puede embotellar. Tal vez si pensamos en empresas culturales de base que partan de realidades objetivas y subjetivas y cuyo propósito no solo es obtener dividendos financieros. Es necesario garantizar las condiciones materiales para que la sociedad asuma el rol de civilización y produzca procesos culturales de amplia cobertura con la intención de contribuir a la construcción de sentido. Las industrias podrían ser importantes si aportan parte de sus beneficios a las empresas culturales, a los programas, proyectos y dinámicas de algo que está más allá de las leyes de la oferta y la demanda y que es garantía para que no perezamos como cultura, precisamente. El estado no puede venir con propuestas que acarreen medidas de dependencia y control de conciencia. Dependemos de las cifras de consumo y nuestras producciones se tornarán en productos digeribles por compradores sin identidad. No, el arte y los vasos comunicantes de las culturas y los torrentes culturales y las fuentes de saber tienen que producirse y tienen que llegar a quienes pueden adquirir bienes culturales y a quienes no tienen recursos económicos para hacerlo. En realidad, estamos ante la posibilidad de fracasar para siempre, no solo ante la cultura, también ante la naturaleza y ante el futuro de la especie. La Naturaleza y la Cultura no pueden tener razones industriales para su manejo y prosperidad. Ese ha sido el gran error en la fascinante y decadente era industrial. Pero, ¿qué más puede esperarse de quienes son cómplices o esclavos

de las industrias que contaminan el planeta y que arrasan con la vida?

### **¿Cuáles son los efectos de las industrias culturales sobre las subjetividades en la sociedad contemporánea?**

**IVÁN ÁLVAREZ**

El efecto mágico de ese modelo de máxima eficiencia es en realidad hipnótico, porque las industrias culturales en pos de la eficacia económica, tienden a convertir a los artistas en productos mercantiles, en objetos de culto social, en fetiches, en ídolos comerciales y las obras creativas en espectáculos, en modas superficiales, efímeras y pasajeras. Con lo cual la rica subjetividad del arte queda reducida a ser regulada por la manipulación de las mayorías en la búsqueda del éxito. El artista a merced del empresario queda confinado a ser un paria marginal y solitario si no se somete, como obediente marioneta, a los patrones que regulan el ánimo de lucro dominante de las empresas. El efecto desolador sobre los ciudadanos con la satanización orquestada de las ayudas estatales, es que ya no habrá políticas públicas que velen por su derecho a la cultura, sino que en este "sálvese quien pueda," cada uno sólo podrá tener acceso si compra en el mercado la llave de oro del rey Midas.

Sospecho que cuando se gobierna económicamente el libre espíritu del arte, lo que en últimas se controla, es que en la sociedad el arte pueda llegar a convertirse en un agujijón permanente de anquilosadas conciencias.

**ENRIQUE MEJÍA UMAÑA**

Las industrias culturales tal como se muestran hoy en día, con el

predominio de la mercancía cultural y del consumismo cultural, hacen cada vez más frágiles y vulnerables a los seres humanos al romper sus elementos de identidad para cambiarlos por unos de homogeneidad, lo que rompe con la identidad de los pueblos. Los imaginarios se convierten en imaginarios mundiales, supremos, que no permiten encuentros entre los seres humanos, y no hay encuentros porque no hay diferencias. Todos pensamos lo mismo, por lo tanto no hay nada que hablar, ni que reflexionar, ni que compartir. Como ya conocemos el discurso (es idéntico para todos) no tenemos qué intercambiar.

Desde mi punto de vista, si persiste el dominio de los capitales en las industrias culturales, el ser humano y la sociedad están en riesgo de muerte. Y si permitimos que desaparezca el hombre, el ser humano, con toda su riqueza y diversidad, estaremos a las puertas de una sociedad llena de robots de carne y hueso, clones infinitos que satisfacen las necesidades de... Realmente no sé de quién.

**KADIR ABDEL**

El arte emancipa y libera mientras que las industrias culturales homogenizan las subjetividades de los individuos de acuerdo a determinados intereses, gustos y leyes del mercado. El arte es el territorio de la autenticidad y originalidad. Las industrias culturales, por el contrario, producen a partir de modelos pre-establecidos que deben garantizar la recuperación de la inversión.

**WILLIAM FORTICH**

Que todo se puede comprar y vender al por mayor, y que ser culto, educado, académico, es estar



llo de "docudatos". Entretenerte es lo mismo que divertirse y si reflexionas eres una persona aburrida. *No hagas tu proyecto de vida, nosotros te decimos que hacer, con quien, en donde y cuanto te cuesta.*

### **JUAN CARLOS MOYANO**

Tal vez el efecto no lo ocasionan las industrias culturales pero si la concepción que se atreve a industrializar la cultura. Es algo descabellado que se admite con la lógica de quienes pretenden acabar con lo poco que ha escapado a la corrupción. Para ser artista hay que ser honesto y para ser banquero hay que tener pasta de usura y astucia de tahúr. En la idiosincrasia que ahora predomina los delincuentes son tratados como caballeros y el arte es visto como algo suntuario, ajeno, extraño o improductivo. La Industria del espectáculo mueve estadios y coliseos, manipula el gusto público, masifica, elimina al individuo y promociona dioses efímeros que aparecen y desaparecen al ritmo frenético del mercado de las ansiedades, de las falsas identidades, de los abismos insondables, porque las hecatombes de la cultura son como agujeros negros en algunos períodos de la historia de las sociedades. El estado colombiano tiene que ser responsable y no esgrimir las argucias de una hipotética prosperidad que nos arruinará culturalmente. Con el paso que llevan los gobiernos, que parecen no tener ni perspectiva ni sensibilidad, los bosques y las selvas se transformaran en desiertos, los ríos en cloacas y el arte y la cultura pueden correr la misma suerte. •



# DERROTEROS DE UNA PROPUESTA

DESDE EL PUNTO DE VISTA DE LA ACTIVIDAD QUE SE DESARROLLA EN LA SECRETARÍA DE CULTURA, RECREACIÓN Y DEPORTE SUS PROYECTOS CULTURALES ESTÁN ENFOCADOS HACIA LA VISIBILIDAD DE LOS DERECHOS, TANTO DE LOS CREADORES COMO DE LA CIUDADANÍA.

**Sammir Estefenn Rodriguez**

## **¿Porqué las industrias culturales son consideradas un instrumento que permite visibilizar, reconocer y sostener las artes escénicas?**

La perspectiva de industria alrededor de la cultura coincide claramente con el enfoque de derechos, que es central para el Plan de Desarrollo Bogotá Positiva. En primer lugar es importante considerar el derecho de los artistas, creadores, gestores, organizaciones y agentes del sector cultural a gozar de un desarrollo profesional, individual y colectivo, a través del quehacer cultural. Y, por otra parte, es también derecho de los habitantes de la ciudad acceder a una oferta cultural de calidad, diversa y pertinente, y sobre todo menos concentrada en términos geográficos. En este marco, el enfoque de carácter económico alrededor de las artes escénicas, ofrece un espacio de oportunidad para su desarrollo simbólico, su productividad y su circulación, que fortalece las posibilidades de sostenibilidad de las expresiones del área.

Las industrias culturales generan productos en los que el valor simbólico prevalece sobre los valores de uso y de cambio o donde al menos estos últimos se configuran subordinados a la dimensión simbólica ¿En qué consiste este valor simbólico?

Como sucede en otros sectores, las dinámicas económicas pueden implicar el replanteamiento de algunos aspectos de un bien o servicio para hacerlo más competitivo. Desde las reflexiones de los expertos en materia de industrias culturales, no se podría afirmar que el valor simbólico prevalece sobre los asuntos de uso o aprovechamiento de los bienes y servicios de carácter cultural. Más bien, se encuentra una tendencia nutrida que considera que el valor simbólico o estético de determinado contenido cultural, puede ser un factor diferenciador o una ventaja comparativa para el acceso al mercado de determinado bien o servicio. Y, en general, se acepta que la dimensión simbólica de las manifestaciones culturales puede coexistir en equilibrio, o sin ser sacrificada, con las implicaciones que ésta adquiere al ser parte de la dinámica del mercado mediante su conversión a la calidad de bien o servicio.

## **¿Qué se puede entender por industrias culturales en términos económicos?**

Por lineamientos de carácter nacional, se ha entendido por industrias culturales a "aquellos sectores productivos donde se conjugan creación, producción



y comercialización de bienes y servicios basados en contenidos intangibles de carácter cultural, generalmente protegidos por el derecho de autor”, según la UNESCO y UNCTAD.

### **¿Cómo se inserta la cultura en la economía?**

La llamada inserción de la cultura en la dinámica económica se viene fortaleciendo desde su condición estratégica. Es decir, un sector que encuentra posibilidades de desarrollo económico y social tanto en escenarios competitivos para el mercadeo de bienes y servicios, como en lógicas de sostenibilidad social en las cuales se propende a la generación o fortalecimiento de condiciones necesarias para el desarrollo sostenido económico y social.

### **¿Cuál es la posición de la institución que usted representa con respecto a las industrias culturales?**

Como se anticipó en la primera pregunta, durante el presente periodo de Gobierno se ha abordado el tema de las industrias culturales desde la perspectiva de derechos descrita. Por esto, la SCRD ejerce su competencia de acuerdo con los marcos vigentes y con los

principios del Plan de Desarrollo Bogotá Positiva como derroteros específicos.

Al revisar el marco orientativo más importante que tiene el sector cultural de Bogotá, establecido concertadamente en el documento de Políticas Culturales Distritales 2004 -2016, podría decirse que el sector ha “acordado” priorizar una problemática que tiene directa relación con la perspectiva de desarrollo económico cultural. Esta se plantea en términos de dificultades de acceso a la oferta cultural de la ciudad por cuenta de un estado de concentración socioeconómica y geográfica de esta.

Con lo anterior, y en sintonía con las reflexiones del último informe del PNUD sobre desarrollo humano en Bogotá, la SCRD viene orientando su labor hacia la concertación de agendas que, mediante el fortalecimiento de condiciones para la generación y comercialización de bienes y servicios, permitan fortalecer los capitales social, político y económico del sector cultural, entendiendo que estos son clave para enfrentar la realidad de concentración y de acceso limitado a la oferta cultural de la ciudad; así como lo son para el ejercicio del derecho de ciudadanos y ciudadanas, de un desarrollo personal y profesional a través del quehacer cultural.





# *artistas e* **industrias** *creativas y su* **organización**

Por: Eduardo Wills H.\*

MÁS ALLÁ DE LA IMAGEN DEL ARTISTA  
ENCERRADO EN SU TORRE DE MARFIL,  
EXISTEN ALTERNATIVAS DE ORGANIZACIÓN  
EN LAS QUE SE PUEDEN DESARROLLAR LAS  
CARACTERÍSTICAS INTRÍNSECAS DE ARTISTAS  
Y MENTES CREATIVAS QUE TENGAN EN  
CUENTA SUS PARTICULARIDADES.

**A**lgunos supuestos que se dan por sentado en el medio creativo pueden ser controvertidos. En particular aquellos que restringen la visión de las prácticas artísticas y del desarrollo de la creatividad a la de una práctica solitaria, desvinculada de un campo, de unos interlocutores y de un sector. Existen alternativas de organización en las que se pueden desarrollar las características intrínsecas de artistas y mentes creativas, que tengan en cuenta las particularidades

## **Ventaja comparativa del medio colombiano**

Colombia, por ser un país diverso en sus regiones, biodiversidad, en la conformación de sus culturas, por la multiplicidad de grupos, etnias y valores culturales, posee un don que tiende a ser escaso: su altísimo nivel de creatividad, reconocido hoy en día nacional e internacionalmente. Pero, la diversidad posee una paradoja: si se canaliza y combina adecuadamente, genera creatividad. Si, por el contrario, no se emplea bien, genera conflicto a nivel social y entre las mismas organizaciones que la componen. Paradójicamente y a pesar de nuestro alto nivel de creatividad, ésta no se ha podido canalizar de igual forma hacia el proceso organizativo, generando que la mayoría de talentos se desperdicien. La mejor salida a este dilema es fortalecer



una cultura de la asociatividad, que reconozca la creatividad como un proceso en el que están inmersos muchos individuos, no solamente el artista, y que requiere la existencia de intermediarios importantes, en particular productores de arte y gestores culturales, para desarrollar vínculos y alianzas de cooperación con aquellos que contribuyen a la cadena de formación de valor en el proceso creativo.

### **Supuestos que se dan por sentado y que deben ser controvertidos:**

**Supuesto 1: los artistas y creativos son seres aislados en su oficio, basan su creatividad en un trabajo puramente individual.**

Aunque esto suele ocurrir así en el primer momento del trabajo creativo, una vez gestada la obra original –que es un trabajo propiamente individual– se requiere de un contexto y de una organización. Ciertos contextos y ciertas formas organizacionales hacen que la creatividad prospere. La creatividad es un proceso que requiere conocimientos, habilidades, redes y tecnologías para interconectar las ideas de los artistas con los ámbitos en que dichas ideas florecen y se materializan, así como con el público. El trabajo creativo en su conjunto no es, entonces, el resultado de una sola persona –por muy creativa que sea– sino el resultado de un conjunto de personas y de interrelaciones (resultado de una organización). Para ello se requiere de la presencia de otras personas que certifiquen qué es arte y qué no lo es, qué obra puede tener proyección y cuál no; cuál rompa con las tendencias y cuál no. ¿Cuáles deberían ser las organizaciones que otorguen certificaciones de arte a través de sellos particulares y cómo operarían? Se debe propiciar una discusión amplia al respecto que genere consenso en la comunidad artística para identificar cuáles son esas organizaciones.

**Supuesto 2: el artista no debe involucrarse en la gestión administrativa de su obra.**

Este supuesto conlleva un riesgo muy alto: aislar al artista y no ofrecerle herramientas frente al mercado y a las tendencias del público, creando barreras de comunicación con aquellos individuos que quieren promover y divulgar su obra. Así, se genera una gran vulnerabilidad, pues el artista se siente explotado y pierde el control de su obra y de su talento. Aquellos artistas que se desconectan del mercado y de la administración de sus obras, por mantener su pureza artística, deben sobrevivir en un vacío de información sobre el mercado y sus tendencias, lo que los puede

conducir al fracaso a pesar del alto valor intrínseco de sus obras. En este sentido se debe romper el tabú que artistas y administradores no se llevan bien y pertenecen a culturas distintas. Aunque lo anterior en alguna medida es cierto, no debe verse como un ámbito de culturas incompatibles. El administrador de talentos, el gestor cultural debe contar con sensibilidad, información y conocimiento del entorno en el que se mueve el artista. Darle salida a la creación artística a través del mercado garantiza continuidad de recursos, paso esencial para su maduración artística plena.

**Supuesto 3: los productos artísticos no se pueden medir por resultados.**

Este supuesto lleva a que no haya organización del trabajo ni planificación del mismo, a pesar de que el tiempo juega un papel determinante en sus procesos. El artista gasta mucho tiempo pensando y preparando su obra y ésta se realiza de manera muy rápida. Por ello, se requiere de una cuidadosa planificación sujeta a indicadores de gestión que permitan establecer si se logran los objetivos y las metas propuestas al inicio del proceso creativo. No se trata de la planificación rígida tradicional, sino de una planeación como guía, como norte para emprender un proceso, aceptando sus propios tiempos. En esta fase, hay una primera valoración que es intrínseca al lenguaje de las artes y que la hacen expertos (críticos, colegas, académicos) de manera auto referencial. En esta valoración lo que importa es la consistencia de la obra, la articulación de sus lenguajes, su capacidad de innovar. Aquí caben ciertas obras que, en principio, son buenas pero que no son necesariamente digeribles para el público. Una segunda fase tiene que ver con la distribución y la difusión. Aquí la construcción de indicadores y de elementos de seguimiento va de la mano con la capacidad de ubicar nichos de públicos y audiencias y con la posibilidad de idear maneras de divulgación que sean inéditas e imaginativas.

Para terminar, está la valoración final en términos de recordación de la audiencia. Esta fase va más allá del simple conteo de público y permitirá tantear el impacto simbólico sobre el imaginario de la gente del producto creativo.

**Supuesto 4: muchos artistas consideran que hay un riesgo alto en generar asociatividad con otras personas ajenas al gremio, pues se cree que existe un riesgo que se pierda el conocimiento tácito de los artistas, lo que conlleva a que estos puedan ser copiados o manipulados.**

Este supuesto trae como consecuencia que no se fomenten redes formales e informales que, al no contar con información precisa, pierden la oportunidad de





## [dossier]

compartir experiencias fallidas y exitosas, generando además desgaste de recursos. El grado de asociatividad difiere según la fase en que se esté del proceso creativo. Hay mayor asociatividad en la fase de divulgación, negociación y canalización de recursos y menor en la etapa creativa propiamente dicha, que es de mayor trabajo individual. Muy pocos artistas hoy en día hacen autocrítica constructiva. Muy pocos analizan en qué se falló y aprenden a corregir el rumbo a partir de sus mismos errores.

### **Supuesto 5: es importante revisar la atribución de causalidad de los éxitos o fracasos del artista.**

Existe una tendencia en el medio a atribuir las causas de los fracasos a factores externos (prensa, costo, público) y atribuir el éxito únicamente a factores intrínsecos del artista. Esta es una visión radical que desplaza la responsabilidad del artista, al igual que no permite incorporar el trabajo asociativo y cooperativo de otros.

### **Supuesto 6: las industrias creativas no generan interdependencias.**

Por el contrario, son industrias que se pueden caracterizar por generar importantes sinergias con otras

industrias y otras ciudades y regiones. Existen capilaridades entre los diferentes frentes de actividad. Por esta razón, espacios como por ejemplo las bibliotecas o los museos han ido cambiando hacia conceptos de "Centros o Espacios culturales" donde se llevan a cabo actividades diversas.

### **¿Qué son las organizaciones culturales?**

Estudiosos a nivel internacional<sup>1</sup> han definido como organizaciones culturales aquellos sistemas sociales (compuestos por personas, grupos y sus respectivas relaciones) que se orientan al cumplimiento de un objetivo común y colectivo, centrado en aquellas actividades que se originan en la creatividad, el talento y las habilidades individuales. Estas organizaciones también requieren de una red de relaciones que generen riqueza y empleos a través de la producción de bienes simbólicos (ideas,

<sup>1</sup> T. Amabile, "How to Kill creativity", Harvard Business Review on Breakthrough Thinking, Harvard, MA, 1999. Ch. Milton y R. Leary, "What can Managers do for Creativity", International Journal of Cultural Policy, Vol. 8, 2002. H. Davis y R. Scase, Managing Creativity: The Dynamics of Work and Organization, 2001. P. Jeffcutt y A. Pratt, Managing Creativity in the Cultural Industries, Blackwell Publishers, 2002.



imágenes, vivencias) con propiedad intelectual. Su valor depende enteramente del usuario final (en este caso públicos, audiencias, lectores, consumidores de arte), quien otorga valor al encontrarle significado al bien simbólico. Dicho valor depende de la percepción y sensación de los usuarios finales y está intrínsecamente ligada a la creatividad contenida en la idea original que la sustenta. En ese orden de ideas, este valor artístico no siempre se traslada como valor financiero. Para lograr un mayor valor se requiere que el bien simbólico llegue al público adecuado y que se valore de manera satisfactoria. La mayoría de los artistas no están motivados por un afán lucrativo y necesitan otros individuos para realizar aquellas labores conducentes a conectar al artista con el público (orientar la producción, promover su divulgación y entregarla al público).

### **¿Cómo son las empresas u organizaciones creativas?**

Son empresas con un ciclo de vida muy corto (es decir, nacen, no siempre pasan de la adolescencia y declinan muy rápidamente). En ese sentido, se hace

necesaria una investigación más profunda de la realidad colombiana, para entender sus ciclos de vida y sus momentos críticos (nacimiento, adolescencia, maduración, etc.). Generalizando, puede decirse que la mayoría son pequeñas, se rigen por la informalidad y no siempre logran generar lazos de confianza a su interior. Sin embargo, un aspecto que hay que resaltar es la generación de confianza inmediata, por ejemplo, en bandas de música que generan alta empatía en sus integrantes al compartir un estilo y una tendencia creativa. Sobreviven o fallecen según la valoración del producto que haga la audiencia o público.

La realización de la obra ocurre en un periodo muy corto, a pesar de que para su preparación se empleen a veces años. Requiere un tiempo grande de preparación y uno muy corto para la divulgación, la publicidad y el lanzamiento del producto. De lo anterior podemos entender la particularidad de las organizaciones artísticas y por qué los lazos de confianza inmediata entre sus miembros son muy importantes. La mayoría de organizaciones, una vez realizada la obra o la función, desaparecen. Poseen altas interdependencias simbióticas (con sus proveedores, distribuidores y clientes) lo cual las hace dependientes.





Para reducir la incertidumbre del éxito de su producto, requieren generar estrategias formales e informales. Una de estas estrategias consiste en el desarrollo de una alta reputación, para lo cual los artistas deben ser fieles a sus principios y a su originalidad, sin desviarse por tentaciones comerciales a corto plazo. Generar una reputación no implica que el Estado y otros difusores de cultura trabajen exclusivamente con los más reputados. Aquí, reputación se refiere a ser fiel a las ideas y principios del proyecto creativo y realizarlo con calidad. Pueden regirse por contratos, ojalá de largo plazo, con sus proveedores y distribuidores. En ese sentido, valdría la pena generar mecanismos de investigación más articulados, vinculando a las universidades, para indagar todos estos aspectos con mayor profundidad.

### **Ciclos, cadenas de valor e involucrados**

Estas organizaciones se caracterizan por ciclos marcados en los que el conocimiento fluye de manera colectiva, desde la generación de ideas originales individuales hasta su realización final. El proceso creativo se inicia con la inspiración individual y se sostiene por el talento, el compromiso y la vitalidad. Implica tomar riesgos altos a partir de habilidades tácitas, es decir que no se pueden reproducir ni copiar. Su cadena de valor se deriva de aquel proceso que transforma insumos (mano de obra, recursos financieros, talentos, tecnologías y medios de expresión) en productos aceptados y valorados por un usuario final. En dicha cadena de transformación se agrega valor en las distintas fases del proceso.

Entender la creatividad como un proceso, significa pensar y desarrollar formas organizacionales que van más allá del individuo virtuoso. Este proceso inicia con la motivación o inspiración para crear una obra artística, pasando por la incubación de dicha idea —que por lo general ocurre en la mente subconsciente del artista— desde la “iluminación” (el sentimiento que se ha creado una obra original), hasta su verificación, la cual requiere información detallada sobre públicos y audiencias<sup>2</sup>. El momento de iluminación no es obra del genio únicamente, sino del conocimiento y experticia sobre dominios específicos del público, del entendimiento y la valoración de sus gustos y tendencias para poder hacerle llegar los contenidos eficazmente.

Este proceso requiere la presencia de productores y críticos de arte, así como de aquellas organizaciones que canalizan el talento artístico individual hacia el pú-

---

2 P. Jeffcut y A. Pratt, Op. cit.

blico (galerías, coleccionistas, museos, curadores, salas de teatro, salas de cine, auditorios musicales, festivales, etc.). Los productores o promotores juegan un papel muy importante. Convertir una idea creativa en un bien con un mercado propio que valore la originalidad, exige involucrar diferentes formas de pensamiento así como distintos tipos de conocimientos y experiencia. Como ejemplo podemos citar a los cazadores de talentos y creativos, a los productores, a los editores y a los críticos, que son finalmente quienes avalan una creación.

Un solo individuo, por más creativo que sea, no puede realizar todos los pasos de esta cadena. Las habilidades que se requieren no son necesariamente aquellas que posee el creativo original, por lo cual es necesario buscar y asociar entre sí a empresarios, emprendedores, gestores culturales y artistas.

El principal rol de los productores es asumir los riesgos inherentes a la actividad creativa. Desarrollar una idea, desde su concepción hasta el prototipo completo, conlleva una serie importante de riesgos. Puede haber una cantidad apreciable de recursos en juego que dependerá del éxito o la venta se obtengan rápidamente. Atreverse a comentar una primera idea y no quedar en ridículo es un primer riesgo. El productor debe proveer una organización que permita asumir riesgos de forma que se puedan movilizar recursos. Una organización que incluya a los productores y a los artistas debe permitir que el creativo se arriesgue en su idea original sin limitaciones.

Los primeros deben establecer plazos y fechas acumplir, y fijar condiciones para que la obra pueda ser entendida por un público amplio. Trabajar en equipo durante el montaje y puesta en marcha es importante, para lo cual es necesario desarrollar niveles de confianza. En este sentido los productores juegan un papel importante en la generación de confianza al ahuyentar la posibilidad de fracaso y señalar un camino para lograr el éxito en el momento preciso. Igualmente tienen que movilizar recursos de capital de riesgo comprometidos en la aventura creativa. La idea creativa debe culminar en un producto sujeto a los derechos de autor. Estos derechos se aplican a ideas originales pero deben expresarse de manera tangible en una publicación, en un cuadro, o en un performance. Estas organizaciones reemplazan a las élites ilustradas y filantrópicas que sostuvieron a los mercados artísticos en tiempos pasados, puesto que hoy en día los precios y valores alcanzados por el mercado del arte han hecho que el sistema sea mucho más complejo.

## **Convergencias y uniones**

En este tipo de industrias, los artistas se mueven alrededor de proyectos. Pero no son los proyectos típicos y tradicionales que se presentan a un banco para su financiación. Estos proyectos se crean y recrean permanentemente. Artistas y contratistas se combinan para un determinado proyecto y se disgregan una vez finalizada la obra, para iniciar de nuevo el ciclo en una nueva creación. Existe una alta interdependencia entre los miembros de una obra cultural. No hay rutinas, y la tarea es compleja y existe mucha incertidumbre en su realización. Por ello son necesarias redes y alianzas que permitan realizar oportunidades, desarrollar potencialidades, acceder a la industria (en el caso de nuevos artistas), aprender habilidades y fortalecer la cultura organizacional. Son útiles también para construir una reputación a partir de contactos que valoren la calidad de la obra y faciliten la promoción de nuevos talentos.

Deben establecerse múltiples convergencias y uniones para materializar alianzas y redes de cooperación en el proceso creativo. Su forma híbrida particular dependerá del contexto específico y de las particularidades de cada actividad. Requerimos mayor investigación al respecto. Basta señalar que existe una convergencia intersectorial, compuesta por los artistas, los medios de comunicación y el sector cultural (gubernamental o no). En segundo lugar existe una articulación y convergencia entre profesiones y ramas de actividad (artes visuales, imprentas, videos, música, danza, etc.) que convergen, por ejemplo, en el uso de ciertas tecnologías como los medios digitales.

La producción cultural puede agruparse en espacios públicos urbanos (que hay que promover desde los gobiernos locales) donde los artistas se congreguen. Así mismo hay que vincular esta actividad al turismo y a la agrupación de industrias en "clusters" que promuevan determinada ciudad o región. Son necesarios espacios en los que se concentre una demanda fuerte y exigente que permita una retroalimentación permanente entre artista y público. Colombia y sus ciudades requieren de espacios en donde se encuentren aquellos que creen obras originales con personas que ofrezcan habilidades y competencias creativas, para comunicarse entre sí. Así, se podrán obtener beneficios mutuos, junto con la consolidación de las redes personales y el desarrollo de instancias que soporten esta importante actividad.



## Híbridos organizacionales

La creatividad es fruto de la diversidad. Los procesos y formas organizacionales que recogen dicha creatividad deben ser diversos, pues las formas de creatividad son múltiples y requieren tipos de organizaciones flexibles para acogerlas. En este sentido es útil pensar en los híbridos organizacionales. Híbrido, palabra que viene de la genética, se refiere a la práctica en la que se conjugan propiedades de distintas variedades, haciendo que la nueva variedad que surja de esta unión sea más productiva. Las redes son las formas que mejor describen esta diversidad organizacional, en la medida que se alejan de soluciones puramente de mercado u organizaciones puramente burocráticas.

Su característica básica es la generación de lazos contractuales (formales o informales) recurrentes, así se establezcan entre entidades autónomas. Incluyen alianzas temporales durante el proceso de creación y realización de una obra, contratos o pactos diseñados para combinar las competencias básicas de distintas personas o firmas, fusiones entre firmas, o trabajo cooperativo basado en la confianza. Su elemento principal es el intercambio de información, la colaboración y la cooperación en función de obtener objetivos comunes. Como ejemplo, basta citar lo que sucede en el ámbito de redes de ciencia y tecnología, así como el esquema organizacional para la investigación. Aquí se otorgan becas o subsidios a aquellos autores que presentan de manera anónima los mejores artículos, juzgados a su vez por árbitros anónimos para el investigador, pero que cuentan con la mayor reputación dentro de su academia para evitar favoritismos y dejar prosperar a los más jóvenes. Esto va de la mano con la existencia de academias que certifican y garantizan la calidad de la obra. •

\* Texto tomado del libro ARTE Y PARTE: Manual para el emprendimiento en artes e industrias creativas. Varios autores. Edita: Ministerio de Cultura de Colombia, Cámara de Comercio de Bogotá y British Council. Bogotá, 2006.





[dossier]

# industria

*Se presentan como industrias culturales los espectáculos vivos, los conciertos, las comedias musicales, las obras de teatro, las danzas, la ópera, los shows humorísticos, las exposiciones plásticas, los museos, los festivales, los carnavales.*



# y creación

*Sobre las industrias culturales y la sociedad creadora*

**Por: Sergio González León\***

La contradicción principal de la época, entre arte y mecancia, entre el espíritu y su bizarro, se expresa en el debate sobre las llamadas industrias culturales o creativas, incidiendo en las reconocidas políticas públicas en el campo del arte, a la vez que se refleja en las conductas de los nombrados como artistas y finalmente en las formas del arte, al menos en sus intenciones conscientes.

Ha hecho carrera en la actualidad este concepto de industrias culturales, ya introducido en las primeras décadas del siglo 20, pero hoy traducido directamente al ámbito de las políticas, los planes y los programas, a los procedimientos del fomento y al tratamiento en general de las prácticas artísticas. Pese a las diferencias en algunos discursos se han señalado como industrias culturales o creativas a las diversas cadenas productivas que devienen de las diversas artes. Las más visibles serían las industrias discográficas, editoriales, cinematográficas y televisivas, que se derivan de la música, la literatura, el cine y el video. Todo mezclado, pues en lo discográfico (la música en disco) cobra fuerza la imagen, el video. En lo editorial se imprime literatura y ensayo, pero también todo tipo de manuales, información técnica y propaganda de todo tipo, además de los visuales de la fotografía y la reproducción pictórica. En la televisión

se mezclan las novelas y los seriales con noticieros, magazines, concursos etc. Todo esto a su vez tiende a canalizarse por la tecnología de punta representada por la cibernética del computador, la internet y el celular, por ahí se van la música de las disqueras, los libros digitales, el cine, la televisión, la animación, los comics y hasta los periódicos y las revistas. Un ejemplo de esta canalización unidimensional es que si el internet servía para conectar a la gente con el periódico, cada vez más es al revés, el periódico físico sirve para visualizar su versión en internet, es allí donde están las entrevistas completas, los textos completos. Ya sabemos que el periódico y el libro físicos desaparecerán, y a pesar de la nostalgia que nos da los arbolitos tendrán otra oportunidad. Así es esta vida, el libro desplazó al papiro y el digital desplazará al libro de papel. Si comenzamos a sentir la nostalgia del olor a la tinta, la textura del impreso, las cartulinas de las carátulas, de los dedos pasando las hojas, así pasó con la nostalgia de tomar en las manos el rollo, deshacer la cuerda que lo ataba y con las dos manos abrir el texto que los monjes habían escrito con su propia mano y pluma. Algún día vendrán, como en ciertas películas y el preaviso que representa el telepronter, los espectros de luz que flotarán en el espacio con los textos para leer, o ya no habrá texto



y todo se escuchará o nos llegará directamente a la mente en forma de laser telepático. Todo puede ser.

Pero también se presentan como industrias culturales los espectáculos vivos, los conciertos, las comedias musicales, las obras de teatro, las danzas, la ópera, los shows humorísticos, las exposiciones plásticas, los museos, los festivales, los carnavales, las ferias, particularmente las formas masivas de todas estas modalidades, pues ya sabemos, entre mas repetición mas industria, incluida la repetición del espectador, que ya no se le incluye como individuo, como persona, es masa, es serie.

Todo esto tiene un componente técnico o vehicular, los soportes, formatos o medios en que se expresan procesos artísticos o creativos, pero a la vez estos están mirados o conducidos desde la óptica del pensamiento dominante, de la cultura dominante, la de la mercancía, la del capital y el mercado, la del modo de producción generalizado de mercancías, que ordena, articula y cohesionan este componente técnico o vehicular.

Aún en el marco de esta cultura predominante y global de la mercancía, habría que diferenciar dos estadios o momentos. Uno, el creativo u original, artístico, y otro, el reproductivo, serial y distributivo. Precisamente el concepto de lo industrial recae en el segundo estadio o momento, el de la producción en serie y su distribución, que es el que permite mayor acumulación de ganancia y capital, sobre la base del primer estadio o momento, el artístico, sujetándolo y exprimiéndolo, además de acomodarlo, adecuarlo, acondicionarlo y determinarlo. Es el embudo. Lo que no exige que la inteligencia artística se filtre por estos sedasos y de alguna manera

logre llegar a la otra orilla, pero a su vez hay que reconocer las múltiples formas del arte que simplemente no caben por allí, that is the great problem, digámoslo en este sánscrito decadente de la época, al tiempo que hermoso. Qué lengua puede no ser hermosa, podrá ser extraña, claro, las distancias, pero nunca no hermosa, los procesos de formación de las lenguas, su naturaleza, solo pueden llegar a la hermosura. Pero retomando el modo en que procede la industrialización del material artístico, lo que está en juego primero, es la pluralidad de formas y sentidos ante la unidimensionalidad de formas que procura el esquema del mercado.

Ya en las últimas conversaciones que sostuvimos con Enrique Buenaventura, controvirtiendo sobre el socialismo, que él defendía, frente a la Sociedad Plural, que yo argumentaba, me decía Enrique que ya el mercado era plural. Pues si, le respondía yo, pero es la pluralidad dentro de un marco unidimensional, la pluralidad que permite la dimensión del mercado, la variedad de las apetencias manipuladas por el consumo, en esa superficie de destellos de vitrinas, donde la pulsión de comer es tragar para cagar, la máquina que devora monedas, nada que ver con la digestión meditativa de las cuatro vueltas de la vaca sagrada, masticar el pasto verde como masticando la vida, para ser con ella, para convertir el verde en la blancura de la leche primordial. Una cosa es la compulsión mecánica y otra la asimilación. Una cosa es matar el tiempo y otra vivirlo. Una cosa es ver pasar y otra percibir. Una cosa es consumir y otra estar y ser, habitar, intercambiar vidas, vivir de verdad. Así que el pluralismo que defendemos no es el de

la variedad dentro de un mismo plano, el planísimo del consumo mercantil, compulsivo y mecánico, de necesidades predispuestas en la mercancía, ese fruto manipulado por la ganancia y la acumulación, fin del poder dominante. No, la pluralidad conveniente, necesaria históricamente, interesante, es la que representa las diversas formas de vida existentes, pasadas, presentes o potenciadas, los diversos rituales de vida, con su pensamiento, palabra y obra, las diversas miradas, visiones y percepciones, las diversas culturas, que deberán convivir e intercambiar desde la libertad y la horizontalidad, es la posibilidad de la vida y de la no-violencia. De la vida como arte, de la no-violencia como el armónico del arte. La utopía, pero para eso estamos.

El tema de aceptar el cuento de las industrias culturales es sucumbir a los propósitos de la mercancía, a su unidimensionalidad y esterilidad, y con ello embarcar los proyectos artísticos no en el navío de los locos o en el submarino amarillo, sino en la flota mercante, lo que se traduce en las famosas políticas de emprendimiento, cantos de sirenas convertidos en el mutismo de sardinas enlatadas.

Frente a las industrias culturales seguiremos promoviendo la sociedad creadora, el arte como medio del despertar creador, mas cercano a la educación, la salud y al tejido social humano, que a los negocios, pese a la conversión de la salud y la educación, precisamente en negocios y al hacer del tejido social una estrategia mas de mercadeo o demagogia de funcionarios.

Ahora, es cierto que en la cuadrícula en que nos quieren meter, donde en lugar de obra artística o de teatro (el caso nuestro), hay es espectáculo o producto, en lugar





de creación, catarsis, conocimiento, percepción, diálogo o comunión, hay es entretenimiento y consumo, en lugar de proyección, hay venta y circulación, en lugar de visibilización, hay vitrina, en lugar de sentido y exploración espiritual, hay rueda de negocios y ganancia, es cierto decimos, en tales coordenadas, que las industrias culturales participan del producto interno bruto PIB de un modo creciente, que algunos calculan en 3%, otros en 5% y hasta en 10%, dependiendo de la consideración que se tenga de industria cultural y su frontera, alegando entonces su importancia económica y sosteniendo así que el Estado debe ocuparse mas en ellas, que aunque practicara la vieja recomendación de la ONU-UNESCO del 1% del PIB para la cultura, esto no se compadecería con lo que aporta a la economía etc.

Otra vez no, las consideraciones no pueden ser las que impone la dictadura de la mercancía, en su visión de la economía y su concepto de bien. Existen otras miradas para una nueva economía o para otra economía, donde el concepto de bien abarca todo un espectro hoy invisibilizado o intangible para las miradas predominantes, como el bien espiritual, el bien psicológico, el ecológico, el afectivo, el curativo, el de la convivencia, el estético, el artístico, el simbólico, en fin, que en el esquema vigente no es fácil medir o cuantificar. Las pastillas que se venden para una enfermedad son cuantificables y medibles en tal esquema, pero no las sensaciones de bienestar. Se cuentan el número de presentaciones de una obra de teatro, pero no las percepciones que propiciaron. Se cuentan los kilovatios de la energía eléctrica, pero no las ricas lecturas nocturnas de un libro interesante que permitieron o los amores que se cruzaron en su contraluz. Del mismo libro se cuentan los ejemplares que se vendieron, pero no las ensoñaciones que permitieron. No se cuentan las veces que salió el sol porque eso no se vende, menos los paisajes o el azul del cielo que nos permitió ver, las respiraciones que terminan con sentimiento de plenitud o la manera grata en que podemos caminar las calles, los ojos luminosos de una niña, en fin. Estamos hablando de algo serio y crucial, de otros modos de ver, sentir y percibir, eso que el arte otorga.

Decir que la opción es que el trabajo ordinario imite el trabajo artístico y no a la inversa, que la mercancía siga al arte hasta disolverse en bien y no a la inversa, es el signo de la revolución contemporánea que proponemos. Finalmente esa es la propuesta alterna a las industrias culturales, la sociedad creadora, su despertar creativo. •

\* Director de Acto Latino y miembro de la Junta Directiva de la Asociación de Salas Concertadas







[dossier]

*Algunas  
consideraciones  
alrededor de las teorías  
sobre consumo cultural  
y su relación con la  
formación de públicos  
para el teatro.*

Por: Hernando Parra\*



LEJOS DE LA REPRODUCCIÓN EN SERIE Y DE UNA COMERCIALIZACIÓN MASIFICADA, ¿DEBE EL TEATRO RESIGNARSE A SER UN ESPECTÁCULO SOLO PARA UN PÚBLICO MINORITARIO? ¿EXISTE OTRA OPCIÓN VÁLIDA? LA EXPERIENCIA DEL AUTOR DE ESTE ARTÍCULO, COMO GESTOR Y DIRECTOR DEL TEATRO R 101, ES UN PUNTO DE REFERENCIA IMPRESCINDIBLE PARA ADENTRARSE CON RIGOR EN ESTE DEBATE.

**P**ara nadie es un secreto que en todas partes del mundo, el público de teatro es cada vez más escaso. Pareciera que es un arte terco que se niega a admitir que no tiene cabida en la sociedad postindustrial debido a la imposibilidad de su reproducción en serie y de una comercialización masificada.

En nuestro contexto social, la subsistencia del teatro -al entrar en contacto con la sociedad industrial- empieza a depender de la existencia de una demanda previa, la cual -aparentemente- solo puede surgir si se imita la relación que el cine o la televisión mantienen con su público, es decir, una relación estandarizada creada a partir de la utilización de los medios masivos de comunicación. En este sentido, el teatro entra en una absurda competencia, una lucha perdida, ya que los logros de la tecnología teatral nunca podrán superar los de la tecnología del entretenimiento a gran escala. Ante esta competencia, los creadores oscilan entre optar por manifestaciones puramente comerciales o por ser un grupo marginal de artistas el cual -haciendo caso omiso de las exigencias de la sociedad actual, aislados- se conforman con tener como público a una muy selecta y amistosa minoría.

Por otra parte, las grandes industrias del ocio han acaparado

el tiempo libre de los ciudadanos haciendo que ya no sea tan libre. Los mecanismos publicitarios que impactan de manera directa y contundente a los ciudadanos son demasiado costosos para los productores de teatro independiente los cuales, debido a las características específicas de su producto -único e irrepetible-, no están en capacidad de competir con el presupuesto de las industrias del entretenimiento que se dedican a reproducir y a difundir masivamente productos de consumo cultural. Esto hace que los ciudadanos no tengan acceso a una oferta de bienes y servicios artísticos y culturales reales sino a una oferta global y monopolizada.

Frente a esta situación, las salas de teatro, como ofertantes de bienes y servicios artísticos y culturales, se preguntan ¿Qué estrategias se deben implementar para conformar y educar a un público que le sea fiel a las manifestaciones de arte vivo? ¿Cómo crear en el ciudadano la necesidad de incorporar el teatro -como espacio y como arte- dentro de sus opciones de entretenimiento durante su tiempo libre?

Las preguntas enunciadas anteriormente no son novedosas y no cabe duda que, tanto hacedores como gestores del arte teatral hemos tratado de resolverlas en la práctica. Sin embargo, el reto de

que el teatro, en todas sus dimensiones, siga existiendo implica tanto una reflexión de tipo cualitativo, en lo que se refiere a la oferta y a la selección de los productos artísticos en circulación, como una reflexión desde el punto de vista social y económico, en cuanto a la necesidad de consolidar plataformas administrativas solidarias y sostenibles por medio de una gestión planeada y organizada de recursos, orientada hacia la formación de unos públicos para las artes escénicas.

De esta manera, a partir de mi experiencia de gestión del Teatro R101 como grupo y como sala, desarrollaré los temas de reflexión anteriormente expuestos con el fin de aproximarnos a la práctica de la gestión de proyectos escénicos y a una de sus principales problemáticas: la formación de públicos y la creación de plataformas administrativas como bases para su auto-sostenibilidad.

## I.

Partiendo del hecho de que *la calidad de los bienes y servicios artísticos y culturales* ofrecidos por una entidad puede influir en la decisión del ciudadano por optar y seguir optando por acudir - en su tiempo libre- a las manifestaciones de un arte vivo como el teatro, debemos interrogarnos sobre otros aspectos que determinan la





El soldado que vuelve de la guerra / Ensamblaje Teatro / Dirección Misael Torres / Archivo particular

apropiación del hecho artístico por parte de los ciudadanos. Me refiero a la necesidad de organizar plataformas administrativas desde las cuales se puedan trazar estrategias y buscar herramientas para la formación de un público que consuma los bienes y servicios producidos por las salas y por los grupos de teatro.

En primer lugar quiero llamar la atención sobre el hecho de que no contamos con investigaciones que estudien la recepción, el público y el consumo de productos culturales en América Latina, tal como lo expone Néstor García Canclini en su artículo "El Consumo Cultural: una propuesta teórica". García explica que este tipo de estudios es necesario para satisfacer las necesidades y demandas de la población y evaluar las acciones del Estado y de las instituciones privadas en el sector cultural.

### **No contamos con investigaciones que estudien la recepción, el público y el consumo de productos culturales en América Latina**

Desafortunadamente, hay que anotar que existen dificultades teóricas e ideológicas que impiden avanzar en el estudio del consumo cultural, como lo afirma García. Se confunde continuamente los términos consumo y consumismo. Los especialistas, por ejemplo, se niegan a aceptar la organización masiva de la comunicación del arte por temor a que éste pierda su valor y su alto nivel de cultura. Por otro lado, las

clases medias y populares identifican el consumo cultural con gastos suntuarios y dispendio.

Ahora, García nos dice que el consumo es inicialmente "el con-

junto de procesos socioculturales en que se realizan la apropiación y los usos de los productos". Con el fin de aclarar qué se entiende por consumo y qué consume la gente, el autor plantea seis modelos: el consumo como lugar de reproducción de la

fuerza de trabajo y de expansión del capital; el consumo como el lugar donde las clases y los grupos compiten por la apropiación del producto social; el consumo como lugar de diferenciación social y distinción simbólica entre los grupos; el consumo como sistema de integración y comunicación; el consumo como escenario de objetivación de los deseos; y, el consumo como proceso ritual.

A partir de estos seis modelos de consumo, García deduce que "la apropiación de cualquier objeto es un acto que distingue simbólicamente, integra y comunica, objetiva los deseos y ritualiza su satisfacción". Así es que el consumo cultural reúne igualmente estos aspectos y agrega otros. Dado que los campos artísticos e intelectuales han alcanzado cierta independencia en la modernidad, el consumo de sus productos es entonces diferente al consumo de objetos utilitarios. Aunque los objetos denominados culturales también tienen valores de uso y de



cambio, contribuyen a la reproducción de la sociedad y a la expansión del capital. García señala que en ellos los valores simbólicos prevalecen sobre los utilitarios y mercantiles.

El análisis de García sobre una teoría del consumo cultural nos deja entrever que el reto como gestores de las artes escénicas es el de conocer más a profundidad nuestras audiencias, el contexto en las que se insertan y se desarrollan, apropiándonos de las herramientas y de los conocimientos que nos ofrecen las ciencias sociales y económicas, con el fin de desarrollar y profesionalizar el campo cultural, y específicamente aquel de las artes escénicas.

## II.

Luego de haber dado un pequeño paneo por las teorías del consumo cultural, volvamos al caso del Teatro R101.

Su punto de partida para trazar las estrategias que conduzcan al conocimiento y a la formación de públicos es el de ofrecer un tipo de entretenimiento no masivo, pues creemos que los ciudadanos tienen derecho a un tiempo libre con un sentido cualitativo más que cuantitativo, ya que en él se modifica nuestro estilo de vida y las estructuras sociales en las que nos insertamos, así como los valores y los principios que incorporamos a nuestra existencia. El tiempo libre es visto por el Teatro R101 como un vehículo que facilita el desarrollo integral de las personas y no como un simple mecanismo de alienación.

Por lo tanto, partimos de la premisa de que debemos cautivar el público generando y/o buscando en ellos una voluntad por utilizar su tiempo libre de una manera instructiva, por fomentar el desarrollo de su conocimiento, de sus relaciones interpersonales y del sentido de pertenencia a un grupo o comunidad, por medio de la vivencia del fenómeno teatral como una opción de entretenimiento inteligente.

Es claro que estamos hablando de un ciudadano con un nivel de percepción y de interpretación de la realidad que no se logra espontáneamente, sino que es producto de un aprendizaje cotidiano de reflexión, de búsqueda, de apertura intelectual y lúdica. Sin embargo no por esto debemos excluir al ciudadano que mantiene “una inserción periférica en la ciudad, quien se debate entre imaginarios culturales, tanto rurales como urbanos y tiene dificultades para entender a la ciudad misma como una construcción cultural”<sup>1</sup>. Esto nos remite a otra problemática que es la de poder generar un arte incluyente y sostenible a la vez, tema

que merece ser tratado en otra ocasión, partiendo del análisis de la función del Estado y de los diferentes sectores de la empresa privada para lograr tal fin.

Ahora, partiendo del análisis que hace Marisa de León sobre el fenómeno de los públicos, el cual habla de grupos de consumo tales como el público cautivo, el público potencial, el público disponible y el público alcanzado, el reto de crear una audiencia consiste entonces en organizar -desde la pluriculturalidad de nuestra sociedad- la captación de públicos heterogéneos a partir de los grupos de consumo mencionados y en función de los aspectos que determinan su demanda tales como el nivel de cultural general, el nivel educativo, la edad y el género, al igual que desde los factores que determinan su asistencia tales como el transporte, los precios, la distancia, la seguridad y el gusto.<sup>2</sup>

Podemos entonces decir que, en teoría, en la medida en que conozcamos los públicos y sus prácticas de consumo cultural, lograremos trazar las estrategias adecuadas para crear nuestros propios públicos y lograr que estos compren nuestros servicios. Pero debemos pensar, además, en que la construcción de públicos también implica poner en práctica una serie de iniciativas de sensibilización artística que les permita a los públicos aprender a apreciar críticamente los oficios relacionados con las artes escénicas.

---

<sup>1</sup> Tomado de Cuadernos de investigación – Estudios monográficos, CONSUMO CULTURAL EN BOGOTÁ, Corporación Centro de Estudios, Investigación y Comunicación Social CEICOS. Ed. Observatorio de Cultura Urbana, IDCT, 1998.

<sup>2</sup> En este ejercicio, el Teatro R101 ha alcanzado un público compuesto por hombres y mujeres entre 20 y 30 años de edad, que tienen un nivel educativo universitario y que se encuentran realizando sus estudios o que se han vinculado recientemente al mercado laboral. Por otra parte, los grupos de consumo identificados y que constituyen su público potencial son gerentes de pequeñas y medianas empresas, vecinos de la localidad, coordinadores académicos, docentes, actores y actrices, universidades, colegios, cajas de compensación familiar, fondos y cooperativas de empleados, entre otros. Por otra parte, para lograr un desarrollo exitoso en la formación de estos públicos, debemos hacer grandes esfuerzos para acercarlo a la naturaleza de nuestro oficio. En este sentido, el Teatro R101 ha venido trabajando en el rol pedagógico del equipo logístico, el cual debe estar en capacidad de preparar al espectador hacia una apreciación plena de la propuesta creativa. Por otra parte, hemos pensado en desarrollar una estrategia denominada “Entre tablas y Letras”, cuyo propósito fundamental es el de promover la lectura en el público asistente, poniendo a su disposición textos cuyos temas giren en torno al teatro, la literatura, la música, las artes plásticas, la gestión cultural, las políticas culturales, entre otros.



## [dossier]

Por otra parte, todo proyecto escénico necesita de una plataforma administrativa desde la cual pueda hacer viable su misión. Es decir que para poder desarrollar un proyecto escénico en todas sus dimensiones, debemos plasmar su estructura de funcionamiento que se convierta en una fuente de información y en una herramienta de reflexión, control y seguimiento continuo. Me refiero a la elaboración de un plan estratégico que nos invite a pensarnos como emprendedores de un sueño que necesita una plataforma sólida desde la cual podamos proyectar objetivos y estrategias que materialicen nuestra idea original.

### III.

En conclusión, en la medida en que el teatro es un bien y un servicio portador de identidad, de valores y de sentido, merece una atención particular dentro del sistema económico y social en el cual se desarrolla. En este sentido, la gestión cultural en las artes escénicas debe buscar que esta atención particular exista y venga tanto del Estado, como de la empresa privada, de los diferentes sectores sociales y económicos, de los mismos ciudadanos y, por supuesto, de los que conformamos el sector de las artes escénicas. Recordemos entonces que uno de nuestros retos como gestores es el de proporcionarnos herramientas sólidas tales como el análisis de los consumos para poder crear y formar públicos. Pues como lo afirma García, "conocer lo que ocurre en los consumos es interrogarse sobre la eficacia de las políticas, sobre el destino de lo que producimos entre todos, sobre las maneras y las proporciones en que participamos en la construcción social del sentido". •

\* Director Artístico del Teatro R101





LA PERMANENCIA DEL TEATRO EN EL SENO DE LA SOCIEDAD NO DEPENDE DE LAS TURBULENCIAS QUE, DE CUANDO EN CUANDO, AZOTAN A LA SOCIEDAD CAPITALISTA, TIENE SU LUGAR ASEGURADO EN LA VIDA DEL HOMBRE MIENTRAS ÉSTE EXISTA. ENTRE EL TEATRO Y LAS INDUSTRIAS CULTURALES EL AUTOR VE MÁS HOSTILIDAD QUE POSIBILIDAD DE ASOCIACIÓN.



## EL EUFEMISMO DE LA TURBULENCIA

*O por qué el teatro no puede ser una industria cultural*

Por: JUAN CARLOS GRISALES CASTAÑO\*

A l parecer la inclemente venganza que viene tomando la naturaleza con la especie causante del desastre ecológico actual se traslada a los discursos establecidos por los entes internacionales que rigen la aparente libertad del mercado. Eso que Rossana Reguillio Cruz ha denominado la era de la turbulencia, relacionando el desasosiego general con la instalación ideológica en una inestabilidad natural permanente. Asumir que el

caos es una consecuencia natural del desastre ecológico. Dado que la evidente crisis económica mundial tiende a distorsionarse en las múltiples catástrofes naturales que azotan al planeta. Y es la inestabilidad ambiental, esa expresión natural del desastre consecuente del *paradigma conquista* asumido por la cultura imperante de occidente, el argumento actual para la consolidación del precepto relativo de la posmodernidad. Acabada la pugna ideológica con estados socialistas,

es necesario acabar el rezago de los ideales siempre expresados en la obra de arte. Que mejor forma de hacerlo sino convenciendo a los artistas de que son *productivos*, y si no lo fueren deben intentarlo, hacer su mejor esfuerzo, esforzarse por *dignificar* su arte asumiéndose como mercancía. Para ello hacer uso de la posmoderna metodología popular del “*Todo Vale*” es la ruta más conveniente. Qué tal ilustrarlo con el coro incólume de la afamada canción: “*yo solo quiero pegar en la radio para tener mi primer millón*”.

El apocalíptico panorama de la nueva era ha dado pie para la perdida de los discursos políticos como fundamento de las prácticas artísticas. Y que mejor para el establecimiento, sino la asunción del artista como productor de objetos vendibles y consumibles, alejado de la motivación mayor de sus obras: el ser humano y sus conflictos, ne-





*El Fatalista y su Patrón / Teatro Quinta Picota / Dirección Iván Carvajal / Fotografía Camille Mazoyer*

cesidades y motivaciones. Acudir a la inocua discusión de los creadores sobre preguntas fundamentales, ¿Y ahora que se vienen las industrias culturales qué? O, ¿Cómo hacemos para ser industrias culturales? O, ¿Somos industrias culturales? O a todas estas, ¿Qué son las industrias culturales?

Por supuesto las modas políticas correlativas a los enfoques económicos globales atraviesan todos los sectores de la producción, uno de los cuales, ahora muy conveniente ante la hecatombe de subempleo y desempleo, es el sector cultura. Esa preocupación de los entes internacionales, como Naciones Unidas, por los asuntos culturales y las prácticas artísticas está más relacionada con la necesidad del Estado de mejorar su estadística de inversión social que con el entendimiento de los derechos humanos como fundamento del estado social de derecho. La

preocupación por estas temáticas busca formalizar las prácticas artísticas al máximo, de tal manera que se consoliden como profesiones para alimentar el mercado.

Sin embargo, las prácticas artísticas pueden ubicarse mejor en las actividades humanas fundamentales y connaturales al pensamiento, antes que en el desarrollo escolástico del conocimiento cuya máxima instancia son las profesiones, la educación superior. El desarrollo de las profesiones, proveniente del escolasticismo medieval, corresponde a la necesidad de la sociedad industrial de especializar los conocimientos para alimentar el progreso social desde la división cada vez más específica

## **El apocalíptico panorama de la nueva era ha dado pie para la pérdida de los discursos políticos como fundamento de las prácticas artísticas.**

del trabajo. Cada profesión procede de una necesidad específica de conocimiento, ya suplida desde antes, pero organizada en la escuela según cada área en la investigación y nutrición de *Facultades*. Este desarrollo de las profesiones se da en la sociedad industrial, entiéndase Inglaterra, Francia, Alemania, Estados Unidos y en general el *Primer Mundo* en llegar a ese desarrollo económico dado entre el siglo XIX y principios del XX. En nuestros contextos es posible equipararse a ese momento histórico de las profesiones apenas entre las décadas del 70 y 80. Y en lo que se refiere a la práctica teatral recientemente entre los 90 y la década que termina. Hace menos de



una década la ASAB fue oficialmente asumida por la Universidad Distrital Francisco José de Caldas y la escuela del Teatro Libre acreditada por la Universidad Central de Bogotá. De tal forma que en nuestro país la práctica teatral, proveniente de los movimientos estudiantiles de los 50 y 60, ha tenido que ver mucho con la investigación al interior de los grupos y los procesos de formación no formal que estos adelantan con sus actores, antes que con la formación profesional. Aun más, las facultades de Arte Dramático indudablemente se alimentan de las prácticas promovidas por los grupos teatrales del país.

### **El Contra Sentido de la Industria Cultural Respeto al Teatro**

El traslado de la sensación de la turbulencia al ámbito cultural se expresa en la venta de enfoques de gestión relacionados con procesos productivos irreconciliables con las prácticas artísticas. La postulación de conceptos como industria cultural y más recientemente industria creativa es fundamentalmente un contrasentido que tiende a sumergir el arte en la búsqueda del carácter mercantil objetualizado en la industria.

El término cultura se refiere al conjunto de bienes materiales e inmateriales producidos por el hombre en su acción transformadora de la naturaleza. En ese sentido la cultura corresponde a toda creación humana con relación a la naturaleza. De tal forma la productividad humana está más allá de la visión economicista impuesta por el paradigma Neoliberal imperante, dado que el neoliberalismo re impone el mercado como escenario natural de las relaciones humanas. La observación de la cultura en

cambio, permite entender que la trascendencia humana tiene mucha relación con el ser creativo, en tanto que esa transformación de la naturaleza es constitución de nuevos espacios sociales y simbólicos. Es evidente que la economía nos sirve para organizar la relación de gastos con lo producido; pero esa es solo una dimensión de lo humano, su lógica organización para sacar el mayor provecho a lo que hace. La cultura es indiscutiblemente superlativa a la Economía, aún más la Economía forma parte de la cultura y no al revés.

Por otra parte el concepto de Industria corresponde a la denominación del proceso fabril proveniente del desarrollo de la máquina de vapor, cuando la creación del motor permitió reorganizar la producción artesanal en fábricas. La industria se refiere a esa organización de las formas de hacer algo. En el caso de la fábrica, primer peldaño de la producción industrial, consiste en la concentración de un proceso productivo al interior del edificio donde se cumplen todos los momentos del mismo, con el fin de hacer objetos o insumos para la vida humana. Es decir que la industria está directamente relacionada con el sector económico, en tanto que provee bienes necesarios para el desarrollo social en lo objetual específicamente. La industria produce cosas, mercancías para la venta. Provee satisfactores materiales para las necesidades básicas. Se circunscribe a la materia prima y su transformación para el consumo humano. Obsérvese que también

la industria es cultura y esta última igualmente superlativa.

Por supuesto la industria provee empleo y necesita mano de obra no calificada para acciones poco meritorias que sumen al ser en el que hacer, antes que en su desarrollo individual y social. El arte en cambio reivindica al ser lo analiza y propone como inequal, como ser individual y social, no como ente. El concepto industrial divide en partes y evita el ser integral que implica la práctica artística. Esa cosificación que la industria ha logrado del mundo antes que dar cabida al arte, es oposición real, un postulado contradictorio que no permite conciliación. La perspectiva industrial de la producción se ubica al otro lado de la línea, dado que en ciertos casos específicos promueve la distribución del producto artístico, por ejemplo en el caso de las industrias musical y editorial, pero eso no es el arte, es la forma en que se distribuye una mercancía.

### **Se ha buscado formalizar las prácticas artísticas al máximo, de tal manera que se consoliden como profesiones para alimentar el mercado.**

Qué tal si explicamos el contra sentido. Siendo el arte la expresión humana más sublime y relativa a la actitud creadora del hombre; implica substancialmente al sujeto que crea, que logra hacer de la nada algo. Ese algo es la obra, que en el caso de las *Bellas Artes* puede ser un objeto, es decir, una escultura, una pintura o una partitura, pero aunque sea un objeto, es una obra. La obra, irreplicable y, en la medida que se replique, deja de ser arte para distribuirse como artesanía. La interpretación musical por ejemplo es el encuentro de dos artistas: el compositor y el interprete; ambos proveen su creación para que se





*Blackout / Esta Negrura Mía / Dirección Ramsés Ramos y Hernando Parra / Fotografía Camille Mazoyer*

haga la obra musical. Igualmente el arte es la manifestación máxima de la cultura. Siendo la cultura un superlativo social, la promoción de industrias culturales implica darle prevalencia al proceso industrial sobre la cultura. Beneficiar los entes para evadir al ser, es un absurdo para enfocar el mundo solo desde la economía.

Ahora bien, asumamos la industria cultural como un beneficio para la distribución del producto dado en ciertas prácticas artísticas, susceptibles de masificación. Pero siendo el teatro el arte del actor cómo pretender esa asociación con el proceso fabril. Dónde cabe la posibilidad de que la obra de teatro se vuelva una industria cultural. Ese tipo de industria no existe en Colombia, aún más, son contados los casos en que empresas culturales logran distribuirse industrialmente. Buscar relaciones del teatro con la industria cultural es una pérdida

de tiempo, salvo el caso en que se lograra una masiva reproducción y distribución de la dramaturgia nacional. Sin embargo en lo que atañe a la obra de teatro es imposible el vínculo. Hablemos de otras cosas. Evitemos incursionar en campos que además de hostiles no nos corresponden. El teatro puede fortalecerse como empresa cultural, pero aún eso dependerá de que sea un objetivo colectivo de las personas que conforman los grupos. Los temas relevantes son otros. Evitar los distractores permitirá logros en legislación, implementación de la ley del teatro asignación de mejores presupuestos. El teatro no es mercancía, su naturaleza se opone a la cosificación fabril y ante todo reivindica al ser.

Como colofón enunciemos la pregunta. Si la anterior es una posible explicación del contrasentido implicado en la postulación de

industrias culturales con relación al arte y especialmente al teatro, ¿Será posible aventurar conceptos como el de industria creativa? O ¿Será ese otro concepto absurdo y surgido de la moda política de la turbulencia? Interesante pensarlo. Mientras tanto como diría Tadeusz Kantor el teatro seguirá siendo. Seguirá siendo esta bella expresión que a diario sucede en los múltiples escenarios de nuestra ciudad y que aunque se intente, es imposible cosificar.

\*Narrador Oral, Actor y Trabajador Social.



[ensayo]

# ¡MEMORIA PERENNE AL CAMARADA EURÍPIDES! O LA POLÍTICA DEL TEATRO Y EL TEATRO DE LA POLÍTICA\*

\*Leído el 4 de abril de 2010 en el marco del conversatorio del  
11° Festival de Teatro Alternativo de Bogotá.



Por César Badillo Pérez\*\*

## *“Estar vivo es perder la imparcialidad”*

*Guilles Deleuze*

LA CUESTIÓN DE LO POLÍTICO EN EL ARTE LE ES CONSUBSTANCIAL, PERO LA MANERA COMO ESTE TÉRMINO SE INTERPRETE HACE QUE LOS ENFOQUES DIVERJAN EN SU CONTENIDO PROGRAMÁTICO. EL AUTOR REVISIA POSICIONES DIVERSAS Y SITÚA AL TEATRO COMO METÁFORA DE UN QUEHACER DE SU PROPIA CONDICIÓN: LA POLÍTICA.

**H**ubo en mi juventud, como en la de muchos otros, imaginarios dados por el azar, relacionados con lo social, la política y el teatro, que alimentaron mi subjetividad. Luego de estudiar en la Escuela Nacional de Arte Dramático, en Bogotá, entré al Teatro La Candelaria que, se supone, es el más político de nuestro país. Más adelante veremos por qué no es exactamente así.

Milité en la Juventud Comunista, JUCO, hasta 1984. Después, se cayó el muro y me ví obligado a pensar por cuenta propia. Me dediqué, entonces, a la artesanía de la actuación con la intensidad de la creación colectiva. Adelanté

estudios de estética, historia, teoría del teatro, filosofía, técnica, metafísica, esoterismo y religión. Gran parte de ellos iniciaron en el Taller Permanente de Investigación que tuvo la Corporación Colombiana de Teatro y que dirigía Santiago García. Me liberé para pensar lo que quisiera, destruyendo de esta manera, cerrojos en mente y corazón. Volví al manifiesto comunista y encontré en él odio y amor al capitalismo, porque parece creer que este ha traído, a la par, daños y beneficios. Su primera y gran propuesta para acabar con la pobreza es el desarrollo, y en esto no veo una salida. Me estremeció, por el contrario, la tesis de Walter



Benjamin acerca del maridaje entre progreso y fascismo, idea que él defendió en su momento y que es acertada para un análisis de la actualidad.

Pero, ¿Qué pasa hoy con este asunto entre política y teatro? Su relación ha variado a través de la historia. Los antagonismos sociales son milenarios, igual que los conflictos por el poder. Esta interacción se modifica de acuerdo al mundo que se viva. En Santander, en mi época de adolescencia teatral, un compañero de la JUCO, con quien compartí una exposición sobre Grecia y sus dramaturgos, nos acaloró con sus hipótesis. Decía que estos autores eran comunistas sin conciencia de serlo. Intentamos explicarle su desatino pues, si el partido no existía en aquella época, ¿Cómo podía creerse que ellos eran comunistas? Afirmaba que el más camarada era Aristófanes, porque sus comedias tenían planteamientos políticos. “Puede ser, pero no era comunista. Usted está más despistado que Adán el día de la madre”, le decíamos, intentando mostrarle su error, su falta de rigor histórico.

Este es un buen ejemplo de las corrientes esquemáticas que circulaban en la cultura revolucionaria de aquella época, en la cual marchaban en pareja las vanguardias del arte y la política. Se creía, a priori, como lo hizo aquel personaje de Santander, que el teatro era lo que hasta ese momento no había sido nunca en la historia: políticamente de izquierda. Como también en la idea, un poco forzada, de interpretar a los antiguos a partir de la lucha de clases, como lo pretendió Bertold Brecht. Acá me apoyo en Teodoro Adorno<sup>1</sup>. En aquel momento, muchos pensaron que dicha tesis servía para impulsar la creatividad, y debió servir. Sin embargo, muchas veces, los artistas, para ejercer su creatividad, tienen que asumir una posición, llamémosla, monoteísta, es decir, mantener una firme voluntad expresiva, para no perder así el carácter necesario para la construcción de su mundo poético, como en el arte religioso, en el cual, sin atender a nuestra posición frente a sus dogmas, debemos reconocer que se han producido grandes obras.

### La Indiferencia ante lo político

Es políticamente como el hombre habita el mundo. El accionar de todo sujeto consiste en reunirse para la

discusión y planteamiento de posibles soluciones a los problemas de la sociedad. De esta manera se ejerce la política como un arte para ella. Pero, ¿Por qué existe la actual actitud evasiva de mucha gente frente a la política? Es claro que la palabra política se ha desfigurado y caído en descrédito debido a la corrupción y las traiciones llevadas a cabo por ciertos individuos que la han ejercido y la ejercen. Con frecuencia se estigmatiza o se mata a quien habla sin tapujos. Recordemos al humorista Jaime Garzón, un ejemplo entre miles. En los tres últimos decenios, hemos vivido los años más sangrientos de mi generación masacre tras masacre. Existió un partido político de izquierda, la Unión Patriótica, que fue borrado físicamente del mapa. Fueron asesinados sistemáticamente 4.000 miembros de dicho movimiento. Por otro lado, en los últimos datos oficiales de la ley de justicia y paz, se reconocen 150.000

asesinatos de los paramilitares<sup>2</sup>. Una verdadera vergüenza y una inmensa derrota para el país y para la democracia. Tal vez esto sea lo que quiere el sistema, pues le conviene que seamos indiferentes y nos autocensuremos frente a lo político. Hace unos días, un amigo me expresó: “estoy contra el teatro político, como el que ustedes hacen. Me gusta ir al teatro para olvidar las miserias del país”. Esto refleja desinformación y confusión, nada gratuitas, por lo demás, aunque reside en ello cierta razón. Existe un teatro que cumple funciones sociales que pueden llamarse edificantes. Los curas, como decía Enrique Buenaventura, lo pueden usar para señalar los males del demonio y la urgencia de ser católico, como lo hicieron en la época de la llamada conquista con los indígenas. Otros, para que la gente se vuelva revolucionaria; otros, para explicar que el mundo está lleno de injusticias, de dictadores, de asesinos. Pero esto no es teatro, son usos del teatro. El teatro es el descubrimiento de realidades distintas a las cotidianas.

¿Puede el teatro entonces mostrar literalmente los conflictos sociales y políticos? Puede, pero, ¿Qué gana con esto, si los muestran más eficazmente la televisión, la radio, el periodismo, el cine documental y el ensayo sociológico, y al hacerlo producen cambios en las costumbres sociales? ¿Hablar en el teatro de lo social o lo político es desacertado? No. El teatro acierta si habla de

## Lo político es “rizomático” o sea que involucra principios de conexión, de heterogeneidad y multiplicidad.

1 ADORNO, Teodoro. Teoría estética. España. Ed. Bortis. 1975.

2 El Espectador, domingo, 17 de enero de 2010.



lo social, de la realidad o, quizá, de la coyuntura por tres aspectos: 1°. Porque le presta la palabra a quienes no la tienen, pues la sociedad y el estado no los escuchan. Este es el caso de la obra *'En la Raya'*<sup>3</sup> creación colectiva del Teatro La Candelaria sobre la gente de la calle. 2°. Porque distingue cómo la macropolítica manipula sucesos de la historia. Como en la obra *'La Siempreviva'*<sup>4</sup> de Miguel Torres, del grupo El Local de Bogotá, que trata los hechos del Palacio de Justicia durante 1985. O como lo hace el grupo Varasanta, con su reciente obra *'Fragmentos de libertad'*<sup>5</sup>, sobre el bicentenario. 3°. Porque explora el inconsciente de la sociedad, las tendencias reprimidas, aquello que no queremos ver, como en *'Nayra, La memoria'*, del Teatro La Candelaria.

Pero estos, más que testimonios, usos o denuncias, son teatro. El mejor acto político del teatro reside en su cualidad y en su calidad poética, en su elaboración artística que genera un pensamiento político, puesto que "la metáfora artística, es uno de los catalizadores más potentes de la dimensión política de la vida", según analiza Jorge Dubatti.<sup>6</sup> Con relación a los conflictos sociales, esto se verifica de manera indirecta. "El arte, dice Ovidio, consiste en que uno no lo perciba", y "en cuanto más escondidas estén las intenciones del autor, tanto mejor para el arte", concluye Engels. Además, éste se concibe con sus armas propias: el juego y la intuición.

### La política del teatro y el teatro de la política

Los términos teatro y política son algo más que dos polos irreconciliables. Existe entre ellos tensión, grandes transiciones y ricas relaciones de interdependencia. Debido a la imposición de una dualidad simplista y de ciertas formas de expresión del lenguaje, sólo vemos lo blanco y lo negro, y nuestras posiciones son en contra o a favor. "Estoy contra el teatro apolítico, o contra Aristóteles o Brecht, o contra la representación o la presentación", se oye decir. Estar contra algo significa funcionar en la misma esfera de lo combatido, estar dentro de su aparato conceptual. Es no hallar caminos distintos para desarrollar otras miradas, otra política del teatro. "En toda lógica estar en contra de algo, no

solo equivale a seguir dando lugar a este algo, también limita la actividad a una actividad referida a ese algo"<sup>7</sup>. Vemos sólo el principio y el final de lo dialéctico, de los contrastes, y no vemos posibles innovaciones, no vemos lo que se mueve y pasa en medio. A partir de una idea tomada del libro *Sobre Políticas Estéticas*<sup>8</sup> de Ranciere, donde se habla de la estética de la política y la política de la estética, y en esa misma dirección, jugaré con los términos política del teatro y teatro de la política.

### La Política del teatro

Primero están el punto de vista y el propósito que implican una configuración de cómo, con, para qué y quiénes inventan un objeto artístico. Aquí caben, por ejemplo, método y técnicas. Es decir, cuál es la idea estética para la búsqueda y el encuentro del mundo poético. Después, una vez inventada la obra, ya sea de creación colectiva o de autor, ésta tendrá en sí misma unos propósitos que van más allá de sus autores. La obra se defiende sola o cae. En tercera instancia está el público quien, con su cultura y percepción, crea su propia lectura.

¿Entonces, por qué es político el teatro? ¿Por los mensajes y sentimientos que transmite? No. Tampoco lo es porque represente las estructuras de la sociedad y sus conflictos. Es político por la distancia y el acercamiento, es decir, por la tensión que guardan entre sí el teatro y la política, y por el manejo de lo inherente al teatro. Pero, ¿Qué es lo inherente al teatro? Lo son sus formas narrativas tradicionales. Estas formas, al ser centradas, crean un contexto de dominación que moldea un orden expresivo de acuerdo con los imperativos del mensaje, de la historia, de la acción, del sentido. Veamos un poco esto del sentido. "El sentido tiene un aspecto religioso de la vida. Y por religioso no entiendo ni cristianismo ni hinduismo, por religión entiendo la creencia de que la vida significa algo y vale la pena ser vivida. La creencia que el mundo tiene un sentido", observa Henri Moore<sup>9</sup>.

3 Creación Colectiva del teatro La Candelaria. En la Raya, 1993. Dirigida por Santiago García.

4 Torres Miguel, La Siempreviva, estrenada por el teatro el Local De Bogotá

5 Creación del Teatro Varasanta, Fragmentos de libertad, dirección, Fernando Montes, estrenada en marzo de 2010. Bogotá  
6 DUBATTI, Jorge. Filosofía del Teatro I. Argentina. Ed. Atuel.

7 Creación Colectiva del teatro La Candelaria. En la Raya, 1993. Dirigida por Santiago García.

8 Torres Miguel, La Siempreviva, estrenada por el teatro el Local De Bogotá

9 Creación del Teatro Varasanta, Fragmentos de libertad, dirección, Fernando Montes, estrenada en marzo de 2010. Bogotá





Por lo tanto, y según experiencias con obras descentradas, no Aristotélicas, el sentido se puede trasladar no a un mas allá sino a un mas acá, al cuerpo que experimenta con la obra, con lo que vió, escuchó y sintió como espectador. Es el momento del acontecimiento presente: "no hay sentidos si no se despiertan los sentidos"<sup>10</sup>. Por lo demás, un sentido muchas veces inaprensible e inefable. Él es un concepto metafísico, religioso, culminante, dentro del cosmos centrado, el de Aristóteles, donde se ordena y se da forma al mundo, donde se siente ante una evidencia trascendente que sobrepasa la experiencia individual. Esta experiencia especial es, justamente, un acontecer político. En el mundo descentrado, con significados para el cuerpo que no se pueden reducir a procesos racionales, de explicación. La obra no se puede convertir en un dato, una muestra, una evidencia, a través de la cual es posible desentrañar los universales que la subyacen. Esta actitud deslegitima la experiencia del observador desprevenido, dice Susan Sontag<sup>11</sup>, quien propone que "en lugar de una hermenéutica necesitamos una erótica del arte"<sup>12</sup>. Sontag reivindica la potencia de la experiencia.

Ahora, ¿Cómo contagiar al espectador de esta erótica del arte? Se necesita un lenguaje que escape de las formas tradicionales, de las estructuras conocidas en la construcción del relato, "construcción, nos dice el antropólogo Jaime Montaña, plagada de elementos de control y de una serie de for-

mas que descarnan la experiencia individual". Si la experiencia de una obra se reduce al lenguaje, a la explicación, le negamos la posibilidad al cuerpo de aquella vivencia inaprensible e intransferible que es el acontecimiento de la obra. Y esto tiene que ver con una profunda política del teatro.

Por lo tanto, una mirada menos ligera que la de mi amigo, el abanderado del teatro apolítico, hace ver que todo teatro es un acto político. Esa crítica que dice, tal o cual hace teatro político o apolítico, "como si fuera una categoría inherente de descripción del arte poético, no es válida"<sup>13</sup>. Lo político es rizomático<sup>14</sup>, o sea que involucra principios de conexión, de heterogeneidad y multiplicidad de la sociedad y abarca toda la vida del teatro. Cualquier clase de teatro afirma o desmiente valores del sistema. El teatro comercial, por ejemplo, es también un pensamiento vinculado a una ideología. Nos narra una visión del mundo, una manera de hacer teatro, de transmitir unos valores determinados.

### El teatro de la política

La política establece intenciones y propósitos en una comunidad-país, decide e incide sobre ella. Para ello elabora su puesta en escena, interviene en espacios, llama la atención de la comunidad, inventa rituales y usa formas de representación que constituyen una "estética de lo político"<sup>15</sup>. Pero hay un teatro

de la política, de los mentirosos, los farsantes. Es la forma de representación que vemos plasmada en campañas electorales y en estamentos macropolíticos como el congreso y los ministerios, por ejemplo, con sus imágenes y frases manidas, incluso con la farandulización.

El teatro de la política y la política del teatro tienen sus propios escenarios y sus mutuas irradiaciones, el uno del otro. Existe una maquinaria teatral de la política que fácilmente puede observarse y, de igual manera, una intromisión de la politiquería en el teatro. Los políticos, con sus comedias de enredos en el congreso, con sus farsas en la casa presidencial y demás dramas de la corrupción, casi que han desplazado a los actores. Se han vuelto "políticos stanislavskianos, catárticos, y que se identifican con la mentira", como lo habla Bartís Ricardo<sup>16</sup>. Vociferan contra la corrupción y por la paz cuando es sabido que son corruptos guerrilleros quienes, teniendo sus mesas llenas, hablan de pobreza mientras propician desplazamientos. El culmen lo constituyen los cínicos discursos de los paramilitares en el congreso. Socialmente se les acepta, aunque no se les crea, como una imagen de ficción, una ficción del terror muchas veces. Este teatro de la política lo ha invadido todo, hasta el lenguaje con expresiones tales como: teatro de operaciones, actores del conflicto, protagonistas del congreso, antagonistas del presidente. El fuego y el juego de la mentira del teatro fueron robados por estos falsos y psicóticos dioses. Frente a este

10 A Título Personal, Creación colectiva, del Teatro la Candelaria, dirigida por S. García. Estrenada en marzo de 2009.

11 SONTAG, Susan. *Contra la interpretación*. España. Ed. Debolsillo. 2007

12 *Ibidem*

13 DUBATTI, Jorge. *Filosofía del teatro I*. Argentina. Ed. Atuel.

14 DELEUZE, Guilles, GUATARI, Félix. *Mil mesetas, capitalismo y esquizofrenia*. Valencia. Ed. Pretextos. 1988.

15 RANCIERE, Jacques. *Sobre políticas Estéticas*. Barcelona. Edición del museo de Arte contemporáneo. 2005.

16 BARTÍS, Ricardo. *Cancha con Niebla*. Buenos Aires. Ed. Atuel.



panorama, ¿Qué podemos hacer? Tal vez necesitamos una política del teatro que ayude a recuperar la dimensión sutil de la mentira artística como elemento básico del teatro, la mentira como punto de conexión metafísico y reflexivo de esa verdad perversa y falsa que nos exhiben. Dicha política podría fracturar ese concepto de realidad y hallar, con toda la potencia de la actuación, una visión poética.

### Lo micro y lo macropolítico

En la capacidad metafórica del teatro reside su gran fuerza política. Si el teatro es bueno artísticamente, genera una ilimitada elaboración de pensamiento, incluso político. "Y en este nuevo orden mundial y nacional, con una derecha globalizadora para sus intereses, hegemónica y militarista, hay que hallarle (al teatro) un carácter y sentido artísticos con nuevas miradas"<sup>17</sup>. Pero, por otro lado, hay que tener en cuenta que el teatro no arregla ni soluciona los problemas de la sociedad. El teatro es poca cosa. No cambia el mundo. No sirve para nada en el sentido que no sirve para saciar el hambre o parar una guerra. Sirve, tal vez, para que el espectador viva una experiencia, se conmueva, se estremezca, alcance un mayor sentimiento de asombro, de placer, de excitación. El teatro no está dentro de la macropolítica, no es una de las formas del gran poder, salvo cuando cesa de ser arte y comienza a transformarse en demagogia. Como lo analiza, Deleuze<sup>18</sup>. No obstante estar some-

tido a muchas presiones es como lo ve Nietzsche, una voluntad de poder creativo y liberador. Por su esencia, tiende a lo micropolítico. Estos términos los tomo de Gilles Deleuze.

Por macropolítica, o gran poder, entiendo el Estado, los partidos con sus estructuras, la constitución, el ejército, las leyes, el poder ejecutivo y el judicial. Lo micropolítico son las válvulas de escape, las líneas de fuga que se inventan para crear otros territorios de relaciones sociales y existenciales, que no puedan ser agarradas por lo macropolítico. Lo micropolítico es difícil de manosear y produce subjetividades nuevas. Es un fenómeno de resistencia ante lo avasallante de la macropolítica. No es la práctica de un individualismo a ultranza, porque este es destructivo, disgregante.

Lo micropolítico no aspira volverse macropolítico, pues "cuando los medios de expresión que utiliza el pintor son asimilados por la moda, por los grandes almacenes, pierden enseguida su significado. Ya no ejercen ningún poder sobre el espíritu"<sup>19</sup>, lo dice el gran Matisse. Lo micropolítico es el trabajo de equipo fuera del orden establecido, y en esto la creación colectiva ahonda bastante porque puede escuchar al que disiente y crea acontecimientos fuera de lo macro.

Y como no quiero hacerme más largo que insulto de tartamudo, con lo siguiente termino. Es una idea sobre la democracia y el teatro que retomo de Savater<sup>20</sup>. En el escucharse unos a otros se basaba el

ideal de la democracia en la Grecia antigua. Y esta idea, en un plano de igualdad, es en el fondo el ideal de la creación colectiva y del teatro. Digo de la creación colectiva, porque ella es un umbral donde se pone en tensión el asunto de la democracia, de los diversos discursos de quienes participan en ella. El teatro parte del hecho que los seres humanos son interesantes e importantes los unos para los otros, y no tenemos que ser desconocidos por nadie. Esta es una función política del teatro. Escuchar lo que dice, sentir lo que hace el otro, entrelazados en una interacción poética. Los autores griegos, dice Savater, nos hablan de las pasiones, los caprichos, las injusticias de los dioses y los hombres, que surgen en una democracia. De manera que el teatro tiene una compleja función en la sociedad, no directa, sino que está vinculada también al ejercicio de la democracia.

Quizá lo único que podamos hacer sea crear con libertad, un teatro de alianzas aquí y allá, dentro o fuera del teatro. Y es, posiblemente, desde lo micropolítico que pueden surgir funciones políticas profundas y nada presumidas, que hablen a la intuición y hagan consciente el subconsciente de los individuos. •

\*\*Actor del Teatro la Candelaria desde hace 30 años. Autor de los libros 'El Actor y sus Otros', 'La Aclaración' y de diversos artículos publicados en revistas y periódicos.

17 DUBATTI, Jorge, *Filosofía del teatro I, convivio, experiencia, subjetividad*. Buenos Aires. Ed. Atuel.

18 BENE Carmelo, DELEUZE, Guilles, *Un manifiesto menos, SUPERPOSICIONES-ED.*

19 CABALLERO, Antonio. *Paisaje con Figuras*. Ed. Malpensante. 2009.

20 SAVATER, Fernando y MONLEÓN, José, y otros. *Teatro y Cultura Política en Teatro y democracia I*. Ed. Asociación de Autores de Teatro, 2001. Madrid.





“Los títeres son un sueño que uno ve o vive despierto.”



## CONVERSACIÓN CON EL GRUPO DE TÍTERES EL CHONCHÓN

Por Iván Darío Álvarez\*

**H**ace ya un buen tiempo los maravillosos titiriteros de Binefar de España, nos comentaban en su paso por La Libélula Dorada, que existía en Argentina un dúo de titiriteros asombrosos. Uno chileno, Miguel, y el otro Carlos, el Cordobés, y ambos autodenominados: “El Chonchón”. Al ir trasegando en los avatares del oficio, los ecos de ese sonoro y enigmático nombre siguieron proyectando su misteriosa luz.



**PRIMERO FUE UN RUMOR. LUEGO SE SUPO DE LA EXCELENCIA DEL DÚO. BÚSQUEDA TRAS BÚSQUEDA FALLIDA, POR FIN EL CARNAVAL DE LAS ARTES DE BARRANQUILLA HIZO POSIBLE SU ENCUENTRO. ADEMÁS ESTARÁN EN LA SÉPTIMA VERSIÓN DEL FESTIVAL INTERNACIONAL DE TÍTERES MANUELUCHO. AQUÍ ESTA SU HISTORIA Y OTRAS HISTORIAS.**

Estando en Caleta Olivia en un pequeño y acogedor festival en la Patagonia, los colegas titiriteros gauchos volvían a referirse con calidez a este fulgurante grupo que a todos cautivaba sin remilgos. Supimos luego que habían estado en el festival de títeres de Cali organizado por Gerardo Potes y los rumores que llegaban eran igualmente halagadores. Entre tanto, en La Libélula abrigábamos la esperanza de poder traerlos al festival de títeres Manuelucho, pero el escaso y precario presupuesto fue aplazando tan deseada intención.

De repente fuimos invitados a Barranquilla al Carnaval de las artes organizado por los escritores Heriberto Fiorillo y Efraím Medina, ellos también querían que les sugiriéramos convidar a otro grupo de títeres que viniera de afuera y mi hermano César, sin pensarlo dos veces, los propuso a ellos. Fue así como en medio de esa multifacética fanfarria de escritores, periodistas, músicos, el enmascarado de plata El santo, Blue Demon y el travestí español La prohibida, dichosamente nos conocimos. De inmediato, nuestro mutuo quehacer y la amistad, se selló con la ayuda de ese majestuoso sol Caribeño y el compromiso ineludible de tenerlos como invitados especiales de la séptima versión del festival internacional de títeres Manuelucho. El sueño se hizo realidad y gracias a este feliz reencuentro en Bogotá, se me ocurrió aprovechar para compartir este libre intercambio de palabras con Miguel, uno de sus fundadores, sin más pretensiones que las de dar cuenta de su rica y valiosa experiencia.

**Iván:** Empecemos por una pregunta recurrente y clásica, pero al fin y al cabo necesaria. ¿Cómo surge la idea de llamarse El Chonchón y de qué historias provienen los actuales integrantes del grupo en el contexto del teatro de muñecos Argentino?



## [entrevista]

**Miguel:** En 1989 nos volvimos a Chile, Roberto Oyarzun (mi hermano) y Laura Rodríguez (la mamá de Rocío, mi hija mayor) el grupo se llamaba Pirulinpirulero, nombre puesto con mi amigo Rudy López, cuando a finales de los 70 recorríamos plazas, trabajos sociales con ONG, cumpleaños y lo que viniera.

De regreso decidimos cambiar el nombre al grupo. Hicimos una larga lista y nada gustaba, no nos sentíamos identificados. Un día nos invito a cenar un señor que se hizo amigo nuestro, ya que nos consiguió muchas funciones. Era amante del teatro, la poesía... Un artista que ocupaba un cargo público: don Enrique Ávila. Mientras hablábamos de política, como postre, él dijo una frase de reflexión: "en este apagón cultural chileno ustedes necesitan un buen Chonchón para alumbrar el camino". Nos miramos con Roberto, y ya nos llamábamos "El Chonchón". Cuando éramos pequeños jugábamos con nuestros amiguitos del barrio a fabricar ese candil que lleva como nombre Chonchón, las noches azules de verano se teñían del color del fuego, inventábamos juegos de adivinanzas, teníamos que descubrir quién era quien, cada uno de nosotros solo alumbrábamos el propio rostro.

El significado de Chonchón obedece al nombre designado a los brujos Mapuches de la mitología sureña, éste desprendía su cabeza del cuerpo y salía por las noches volando augurando muertes y pérdidas de cosechas. De ahí le pusieron al candil "Chonchón".

**Iván:** Miguel, creo que ya nos vamos montando en el barco de

la memoria, enrumbémonos hacia alta mar. Entonces de un nombre lúdico saltaron a una metáfora de resistencia poética, todo ello en medio de la mordaza política. Recordemos que estamos en la noche ya espesa y totalitaria, donde a la dictadura pinochetista le ha crecido de sobra su podrida nariz, pero, ¿Cuando dices de un retorno a Chile, te refieres a que ya te encontrabas con tus familiares en

con los títeres no encajo con la estrechez de algunos funcionarios chilenos, Roberto se quedó trabajando en la Tv, Laura Rodríguez, Rocío (mi hija) y yo regresamos a Córdoba, desarmamos las maletas para siempre...Una gran decisión, Argentina sería el país indicado para vivir de los títeres.

**Iván:** Por lo visto los caminos con tu hermano se bifurcan y cada uno elige ciudades y maestros argentinos con opciones bien distintas. ¿Por qué prefieres Córdoba y qué significaba en ese instante para ti como titiritero Héctor Di Mauro?

**Miguel:** Nos fuimos con Laura Rodríguez a trabajar a la gorra. Elegimos Córdoba para conocer, pero nos hicimos amigos de muchas personas, entre

ellos los Di Mauro, gente que aun siguen siendo mis amigos, como Carlos, por ejemplo. No quisimos volver a Buenos Aires, además teníamos un desalojo y había que buscarla en Córdoba. Héctor nos invitó a participar en la puesta 'El retablillo de don Cristóbal' de Federico García Lorca. Mi hermano prefirió quedarse en Baires, al año siguiente es aceptado a integrar el elenco estable de titiriteros del teatro San Martín que dirigía Ariel Búfano. Ya instalado en Córdoba le pedí a Héctor que me dirigiera unas pantomimas. Eso significó



Argentina, y desde allí emprendiste el camino de los títeres para luego decidir otear el horizonte de nuestro oficio siguiendo la luz mágica del Chonchón?

**Miguel:** En 1984 llegamos a Argentina, por primera vez con mi hermano y dos amigos más, laburábamos en la calle y plazas de Buenos Aires. Roberto pasa a integrar el grupo de titiriteros de Ariel Búfano y yo me fui a vivir a Córdoba a trabajar con Héctor Di Mauro. En 1989 volvimos a Chile, volvía la "democracia", pero no resultaron las cosas como queríamos. Nuestro aprendizaje y crecimiento







aprender el lenguaje mímico en los títeres, complementamos muy bien con Héctor. De hecho hicimos una gira juntos cada uno con su espectáculo. Lo mejor que me paso en Córdoba, artísticamente, fue haber trabajado con Héctor y lo mejor que me paso en Argentina es haberme venido a vivir a Córdoba.

**Iván:** ¿Cómo se llamaban esas pantomimas? ¿Qué te proponías con ellas y cómo las evaluas con el tiempo- ahora que el viejo emprendió el largo adiós - la relación y la dirección escénica de Héctor Di Mauro?

**Miguel:** El primer trabajo que hicimos de pantomimas fue 'Carlitos pescador', un cuento de Otto Freitas, que adaptamos con Laura Rodríguez. Cuando quería ir a Europa más exactamente a Francia y como no hablábamos francés, de alguna manera había que comunicarse con el espectador. Se me ocurría poner subtítulos como en el cine, conseguir un relator que hablara idiomas, pero nada de eso se hizo. En una oportunidad surgió la idea para trabajar con sordo mudos. Yo había tenido la oportunidad de ver a Héctor y sus

pantomimas, era lo ideal para que los niños con problemas auditivos pudieran entender por medio del lenguaje gestual la trama de cualquier historia. Entonces le pedí a Di Mauro que me enseñara y él me dijo "te voy a dirigir". La hicimos con Laura y es la pantomima más bonita que he animado.

Esto de los títeres me ha apasionado desde muy temprana edad, conocer a Héctor fue muy positivo, estar bajo sus órdenes y captar toda esa carga, absorber cada sugerencia, sentir como progresaba fue muy importante. Ver al Héctor de igual a igual, maestro y alumno, como "escape" de su molde para correr solo, eso no le hizo gracia a mi maestro. Tal vez creía que yo me iba a olvidar de todo lo que me dio. Suele pasar pero no fue así, y él entendió. Un día nos encontramos en España, me regalo su libro y un abrazo reconciliador. Héctor fue un director excelente, de un calor humano como pocos. Te daba confianza, te respetaba, te marcaba con ternura, te enseñaba en el diario vivir el abc de los títeres; nunca mentía, si no te salía un movimiento adecuado, con toda la paciencia te hacía reflexionar sobre el error. Nadie era mejor o peor en un grupo, al menos te hacía creer que así era.

**Iván:** Hablar de los hermanos Di Mauro es referirse a dos eslabones fundacionales del teatro de títeres de guante, al igual que el ya mítico Javier Villafañe. Ellos sin duda le dieron a Argentina y Latinoamérica, una presencia vital. Es bien sabido que el legendario títere de guante forma parte de una larga tradición popular que se resiste a desaparecer. Frente a otras técnicas del oficio ¿Cual crees tú que sean sus mayores virtudes expresivas, sus recursos, sus ventajas?

¿Qué es lo que te ha hecho a ti en particular ser un cultor privilegiado de ese legado?

**Miguel:** El títere de guante es uno de los menos parecidos al hombre, pero sí el más cercano. El sólo hecho de ponerlo en tu mano produce una comunicación diría casi directa con su animador. Cuando éste quiere salir al mundo lo puede hacer en cualquier retablo improvisado y nada será impedimento para burlarse de nosotros. El guante produce un encantamiento muy propio, cuando sus escasos movimientos nos sorprenden hasta emocionarnos. El espectador ha sido el más agradecido porque no lo espera, ya que el guante es un títere fácil de manipular pero difícil de animar, es un ser poético, el más libre.

El guante fue lo primero que vi y me encantó desde esa primera función. Mas grande pensé cambiar de técnica (mesa), pero descubrí que el títere de guante tenía más posibilidades de movimiento. Los hombres lo dejaron olvidado como un trasto viejo, limitado en sus acciones, pero hoy quiero más esta técnica, siempre aparece algo que te da que hablar de él, además son hijos de las estrellas, los otros los inventó el hombre.

**Iván:** ¿En el curso de tu trayectoria como titiritero de guante, aparte de “Carlitos pescador,” qué otras obras has montado y qué, o cuáles, han sido tus puntos de partida, tus motivaciones? ¿El texto, una obsesión, una necesidad personal?

**Miguel:** La primera obra de títeres estaba basada en una historia que le vimos a un viejo titiritero chileno, don René Mallorga. No recuerdo el nombre, nosotros le pusimos ‘La bruja buena para los chocolates’. Para adultos hicimos ‘El casamiento’, especie de sainete, de mi hermano Manuel y mía. ‘El zapatero ambicioso’ no sé de quién, ‘El Vampiro Casimiro’ de creación colectiva; ‘Don Quijote y los molinos’ de creación colectiva; tan solo un fragmento. ‘El payaso Fufa’ de Manuel y mía; ‘Pedro Urdemales’ adaptación de Manuel y mía, para adultos. Lo más destacable que hicimos en Chile. En Argentina hicimos el ‘Súper Héroe’ (mía), ‘Carlitos Pescador’ de Otto Freitas, ‘El Fasusto’ de Villafañe, ‘El Fantasma’ también de Villafañe, las dos para adultos. ‘El novio que espera a la novia’ de Héctor y Eduardo Di Mauro, ‘Los bufos de la matine’ de El Chonchón, ‘El Caso del Queso’, nuestra, estas dos infantiles. ‘JuanRomeo y JulietaMaria’ de El Chonchón; ‘La Ce-

lestina del Retablo’ de El Chonchón; ‘Tresespina’ de Roberto Espina, su nombre original es ‘La república del caballo muerto’. Estas tres últimas para adultos. Hicimos con otros compañeros, dirigidos por Héctor ‘El retablillo de don Cristóbal’ de Lorca, dos versiones. La última fue más chonchoniana, fue sugerencia de Héctor reponer nuevamente esta pieza teatral. Las pantomimas tuvieron un objetivo claro, hacer títeres para niños con problemas auditivos como Romeo y Julieta; hacer títeres para adolescentes y Tresespinas para trabajar con Roberto Espina y que mejor que hacer sus propias obras, idea de él, por lo demás.

La primera vez que vi una función de títeres, tenía apenas 11 años de edad. Recuerdo que me dije a mí mismo “esto es, si, si, esto quiero hacer”. Me fui a mi casa y comencé a fabricar títeres con calcetines y cabezas de cartón. No paré, tenía interrupciones debido a las edades que iba viviendo, pero los títeres estaban presentes. Los reparaba, pintaba, y aprendía a fabricar con la ayuda de mi hermano Manuel textos. Yo diría que era mi sino, mi profesión que se rebeló ante mí a esa escasa edad.

**Iván:** A propósito del trabajo de títeres con niños, jóvenes o adultos ¿Qué diferencias ves entre ellos? ¿Con cuál de estos públicos te gusta relacionarte más y por qué?

**Miguel:** Siempre es grato trabajar con los títeres en donde sea y para quien sea. Indudablemente los niños exigen una demanda que no exterioriza el adulto. Si ante ellos tienen un espectáculo que no cubre sus expectativas, se levantan, hablan, se comportan normalmente. Nosotros somos cuidadosos con lo que queremos mostrarles a los niños, y tal vez sea por eso que tenemos pocos espectáculos dedicados plenamente a ellos. De pequeño, personalmente, siempre me gustó animar los títeres a público adulto porque me escuchaban y podía hacer sutilezas de movimientos y sus risas confirmaban una acción que quería mostrar, eso me hacía sentir bien como neófito en el tema. El público adulto es tolerante, está “entregado” siempre, no se distrae, se emociona, a veces te dicen “gocé como un niño” y no es verdad, gozaron como adultos. Se liberaron del monótono que hacer de sus trabajos, eso es bueno. Ahora que estoy más viejo me canso más trabajando cuando los espectáculos son los mas jovencitos. Nuestro laburo está dedicado a los mayores porque están más atentos.

## El significado de Chonchón obedece al nombre designado a los brujos Mapuches de la mitología sureña



[entrevista]



**Iván:** En Colombia de hecho sus trabajos en diversas oportunidades, tanto en Cali, como en Barranquilla y en Bogotá, tuvieron una gran acogida con todos los públicos. En 'Los Bufos de la Matiné' la risa de los niños se confundía con la de los adultos. En ese espectáculo me cautivó como espectador y como titiritero, su delicioso homenaje a Chaplin y al gordo y el flaco, cómicos de primera línea. ¿Además de hacerle un homenaje al cine mudo, pretendieron de antemano liberar de la palabra al títere? ¿Qué hallazgos han encontrado en esta forma que sugiere una dramaturgia de la imagen a través de los muñecos de guante?

**Miguel:** Bueno, lo de hacer pantomimas esta contado anteriormente. Esto surgió de la necesidad de que las personas con facultades auditivas o pararse en cualquier país de lengua extraña. Nos fuimos dando cuenta que entre menos hablas con la palabra y animas un títere con gestos o lenguaje corporal cualquier representación se enriquece enormemente. Yo creo que primero tenemos que aprender a animar un títere desde lo gestual, es decir, lograr comunicarnos por medio de la pantomima, para luego, mas adelante montar una obra de texto.

Cuando elegimos las pantomimas elegimos a los maestros del cine mudo. Nuestros hijos, ahora ya grandes, conocieron a Chaplin, al Gordo y el Flaco, o Buster Keaton por nuestros títeres. Podríamos haber inventado personaje nuevos, creo que hemos hecho un pequeño aporte al arte de los títeres. Como han hecho otros titiriteros también, rescatando a esos artistas del celuloide, con los títeres se puede hacer cualquier cosa. Los títeres son un sueño que uno ve o vive despierto.

**Iván:** En su obra para adultos 'Juan romeo y María Julieta' sin duda hay un doble guiño de guiño al celestial Shakespeare y al sin igual vinícola andariego Javier Villafañe. ¿Cómo se vivió en la puesta en escena esa conjugación de los personajes de Javier y el texto de Neruda, en su versión libre de Romeo y Julieta? ¿Crees que es propio del lenguaje del teatro con muñecos iconoclasta por naturaleza, parodiar y desacralizar de tan singular manera una tragedia?

**Miguel:** Hablábamos de la idea de que un set de títeres puede ser una trup de actores capaces de representar lo que sea. Nosotros mantuvimos a

Juan y María, esos personajes creados por Javier, más los abuelos. Estos cuatro abordaron la idea de montar Romeo y Julieta, con la ayuda nuestra, claro, y salió lo que tenía que salir: títeres representando a Shakespeare. Ironía, desparpajo, poesía, risas y emoción, con un texto tan rico, dicho por títeres que van "mordiéndolo" e improvisando a cada instante. Fue gracioso, los primeros ensayos eran desbordantes, intuíamos un final feliz. Los títeres tienen que ser así, deben romper las estructuras, la cuarta pared. Primer piso y sub suelo, hacer lo que jamás un actor de carne y hueso hará. Ese es el lenguaje de los títeres. Sí señor.

**Iván:** ¿Cree usted querido colega que valió la pena haber ya vivido tantos años y abrazar tan bello oficio, para finalmente haber tenido la oportunidad de realizar esta entrevista?

**Miguel:** Es cuestión de mirar hacia alrededor, para agradecer lo que me toco vivir. Hacer títeres desde tan pequeño e ir progresando lentamente sin prisa, haber sabido aprender de los maestros, me salvó de haber sufrido otras clases de trabajos humillantes. De hecho los viví, pero sabía que eran momentos. Me acuerdo con ternura de ellos porque conocí gente buena que estaba obligada a seguir ese camino duro que no era el mío. ¡Gracias a las estrellas doy!... No se que hubiera sido de mi vida si no existiera este arte maravilloso. Hablar del trabajo que uno ama es sentir orgullo, agradezco vuestra gentileza de haberme preguntado por los títeres, sobre todo si el que pregunta, como usted, es un titiritero de verdad que sabe de lo que hablo y sabe hacer buenas preguntas. •

## El títere de guante es uno de los menos parecidos al hombre, pero sí el más cercano.

\*Codirector de la Libélula Dorada



[análisis]

# El tratamiento del cuerpo en el teatro contemporáneo





**El espacio escénico en el teatro colombiano, interesados en los temas de marginalidad y violencia, también ha servido para echar sombras sobre la representación del cuerpo, poniendo de manifiesto la crisis en la concepción del personaje.**

**Por Olga Montoya\***

*“...toda definición del cuerpo se inscribe en un contexto histórico y cultural”.<sup>1</sup>*

A través de esta reflexión, trataré de dar luz a los cuerpos fantasmagóricos que muchos de los autores del teatro colombiano contemporáneo, interesados en los temas de la marginalidad y de la violencia, nos presentan sumidos en la semi-oscuridad del espacio escénico. Esta manera particular de representar el cuerpo que da cuenta de un personaje desdibujado, evidencia la crisis que sufre la concepción del personaje en el teatro contemporáneo. Una crisis que corresponde al malestar de la cultura y que pasa evidentemente por la relación conflictiva que los seres humanos establecen con su cuerpo.

En las piezas de teatro que mencionaré, esta representación equívoca del cuerpo, como dice Artaud, corresponde a la crisis que produce una cultura escindida. Una cultura que concibe el cuerpo como separado del espíritu y los gestos como separados del lenguaje, desprovistos de su poder efectivo sobre el mundo y sobre las cosas. Una cultura del goce en donde el cuerpo se vuelve un objeto de consumo como cualquiera otra mercancía.

De esta forma el cuerpo se encuentra simultáneamente al centro del malestar de la cultura y de la creación artística contemporánea *“Solo falta para convencerse, destacar el número creciente de ensayos, de trabajos en ciencias humanas, de magazines y exposiciones consagradas al cuerpo...”*.<sup>2</sup> En todos los campos, el cuerpo aparece como un *cuerpo limitado*, lleno de fallas y desarticulaciones que transmiten ese malestar. En la dramaturgia que inspira esta reflexión,

1 ROQUES, Sylvie. “La représentation du corps chez Philippe Minyana et Valère Novarina” *Scènes Anatomiques du Théâtre contemporain*. Théâtre/Public No 183. Editions CNRS, p. 14

2 ROQUES, Sylvie. op. cit, p.14



## [análisis]

esto va aún más lejos. Al situar el *cuerpo* en una geografía y en un país que como Colombia carece de los medios (con relación a Europa) para satisfacer las demandas de la cultura de goce y de consumo, y además, al situarlo en las “márgenes” donde existen condiciones fuera de la cultura y de lo social, esta dramaturgia nos presenta un cuerpo “al límite”, sufriende de todos los lados y de todos los ángulos.

Un cuerpo *al límite* como receptáculo en el que vienen a inscribirse el desarreglo espiritual y social, el deterioro y toda la barbarie a la que puede llegar la cultura occidental. Porque como dice Artaud, “*Es en el organismo desordenado del hombre de hoy en donde se refleja el organismo desordenado del universo*”. Un malestar de la cultura producido por una sociedad arrivista basada en el éxito personal, la competición y el consumo y un cuerpo en donde se manifiestan los paradigmas que esta cultura inventa para protegerse del fracaso, del miedo y de la soledad.

Comenzando por los paradigmas, veamos la imagen del cuerpo que esta sociedad maniobra y anima. En la publicidad por ejemplo, y en la moda, el ideal es un cuerpo “delgado”. Sin embargo, este “cuerpo delgado” sin grasa y sin residuos, no hace referencia a un cuerpo sano. Por el contrario, este cuerpo ideal es delgado en todo el sentido del término y esta despojada de toda espiritualidad o vitalidad. Su delgadez nace de una lucha sin tregua. No es ni siquiera el cuerpo abandonado del estoico plasmado en la hermosa pintura del cuerpo herido de San Sebastián. En este “cuerpo delgado”, no existe como en el cuerpo estoico, un sujeto que conduce una lucha con la *carne* y que busca liberar el espíritu y el cuerpo mismo. En estos cuerpos “delgados” no existe ni siquiera la carne;

son casi asexuados y no son el resultado de una batalla cuerpo a cuerpo contra los dragones, ni tampoco de una lucha cualquiera. Es un cuerpo que sufre las consecuencias de la ausencia de estima de un individuo para consigo mismo, perseguido y esclavizado por los mensajes y por los criterios de belleza vehiculados por los medios de comunicación masivos, alienado por las drogas como la cocaína (que quita el hambre y por lo tanto hace adelgazar). En fin, un individuo que solo logra ver en el espejo una imagen deformada de su cuerpo. Un cuerpo sufriende y anoréxico, que camina hacia el cadáver.

Todo esto corresponde perfectamente a una sociedad paranoica, que quiere a como de lugar, erradicar el mal, lo feo, lo que perturba esta imagen positiva de la realidad que el mercado tiene interés en promulgar. Porque esta imagen del cuerpo se construye a partir de los mensajes televisivos y la manipulación de éstos, por las solas ventajas de una economía de mercado. De lo que se trata es de obligar y de empujar a comprar los productos para adelgazar y asimismo para desinfectar, para limpiar, para matar los microbios, los malos olores, las secreciones. Una sociedad que esclaviza al individuo porque como dice el filósofo Baudrillard “*Estamos abogados a una actividad blanca, a una sociedad blanca, al lavado del cuerpo como del dinero, del cerebro y de la memoria, a una asepsia total*”.<sup>3</sup> Esta alineación es la que sufre el personaje de Emily en *Tráfico Pesado*, de Fernando Peñuela:

“EMILY - (*Exaltada*) ¡No joven! ¡No! Yo no tolero la mugre.  
¿Comprende?

ALEXANDER - (*Angustiado*) No señora yo tampoco, pero...

EMILY - ¡No resisto el polvo, los malos olores y todas esas porquerías! Si hay algo que me obsesiona es la higiene”

Por otro lado, continuando la descripción de estos paradigmas de la sociedad actual, podemos pasar de este cuerpo “delgado” a otra imagen del cuerpo que también nos muestra otro síntoma de esta separación entre el individuo y el mundo, entre el cuerpo y el espíritu. Ciertamente, la tecnología cree poder ofrecer todas las respuestas a las imperfecciones de la naturaleza. Es con ella que esta sociedad aséptica quiere promulgar la perfección, borrando todas las diferencias, las discapaci-

3 MAGGIORI, Robert. A la Rencontre des philosophes. “BAUDRILLARD, Jean”. Paris. Bordas/Sejer, 2005, p. 822



ciudades, las tensiones. Lo que se sugiere es la imagen de un cuerpo "standard", hecho con las medidas de una estética dada por la silicona, las intervenciones quirúrgicas, las cremas químicas. Una belleza sin esfuerzo, sin espíritu y eterna.

Aunque todo el mundo se encuentra obsesionado por la necesidad de hacer ejercicio, no se tiene ni el tiempo ni la energía y esto se vuelve una nueva fuente de angustia. El trabajo con el cuerpo se vuelve una lucha obsesiva por los músculos y las formas sin tener en cuenta la respiración y el ritmo natural. Se asfixia el cuerpo dentro de gimnasios encerrados, sonorizados con una música alienante o estridente que no deja sentir ni oír los impulsos internos; gimnasios iluminados con una luz artificial que uniformiza todo y disimula las sombras. *"El mundo él mismo, calentado en blanco, no deja aparecer mas las asperezas. Como el rostro, la palabra o el sexo, éste esta sometido a una vasta empresa de cirugía plástica, que remodela la información, [...] de manera a volver todo liso, performante, aceptable, como una imagen de síntesis".*<sup>4</sup>

En definitiva, una imagen del cuerpo que quiere ignorar la falla, las contradicciones, la enfermedad. Una construcción que centra todo en el "yo" más que en el "otro". Una imagen que descarga en el cuerpo y solamente en él, la posibilidad de alcanzar el bienestar que todo ser humano busca. Solo este cuerpo artificial, este cuerpo "hecho" e inmunizado, es el encargado de colmar la vida. Encargo muy pesado para el cuerpo que en todo caso acaba por ser esclavo, porque se vuelve una cosa, un "objeto" que se debe proteger contra todo. Como lo dice Baudrillard

*"Lo que reina es la superprotección, la profilaxis, la desinfección, la puesta en escena de procedimientos inmunitarios artificiales. De allí nace una 'patología de tercer tipo'. Súper protegido y sobre enmarcado, el individuo pierde toda defensa natural, se vuelve virtualmente "inmuno-deficitario".*<sup>5</sup>

Ni la espiritualidad, ni el saber, pueden dar lo que este cuerpo liso y perfecto puede dar. Un cuerpo que además es necesario vestir a la moda, rodear con marcas y etiquetas. Solo de esa manera el cuerpo vuelve posible el éxito profesional, puede abrir todas las puertas, las del amor, las del respeto y las de la

---

5 Ibid., p. 823

---

4 MAGGIORI, Robert. op. cit., p. 823 (Chap. Baudrillard)



## [análisis]

admiración de los demás. Pero es necesario pagar, comprar y vender, porque todo esto cuesta caro. Y si no hay dinero, es necesario buscarlo hasta el final ya sea abandonando todo escrúpulo (y de esta manera matar, traficar, mentir, extorsionar), ya sea vendiéndose a quien pueda pagar a pesar de las consecuencias que esto implica, como lo constatamos en *Filialidades*, a través del personaje de Reinita, que casándose por interés, corre hacia su sacrificio:

*"Reinita se encuentra de espaldas, desnuda y sentada en un platón que está sobre el camastro. La luz que cae sobre ella deja ver de manera muy borrosa los rastros del vestimen. La chapa de la puerta suena y Reinita se estremece. Oscuridad. Silencio."*<sup>6</sup>

En consecuencia, una cadena que termina por encerrar el cuerpo en lugar de liberarlo. Cadena entre el dinero, la producción y la mercancía (del cuerpo-objeto) que no se detiene y que cada vez más, hace sufrir al cuerpo laceraciones profundas que amenazan la estabilidad física y psíquica de un individuo ya fragilizado. Una cadena que hace del cuerpo un fetiche, un mito, una piedra mágica que acaba por dar miedo o por volverse algo extraño y lejano de sí mismo. Cuerpo "perfecto", difícil de adquirir para la mayoría de la gente y que se vuelve por esto mismo fuente de angustia y ansiedad "El cuerpo es sinónimo de estafa, mentira o de peligro. En este sentido, es el objeto de una inquietud, de una pregunta perpetua"<sup>7</sup>.

Entonces, volviendo a la vivencia del cuerpo en las "márgenes de la ciudad" y a su representación por nuestros autores, observemos como todos estos paradigmas se encuentran dislocados y casi invertidos. Como lo he dicho antes, las "márgenes" llaman un cuerpo "al límite", fuera del cuerpo social y al mismo tiempo incrustado en él. Tomando como ejemplo una obra-límite como, *En la Raya*, que representa los "ñeros" que son los más marginales de la sociedad y los que van más lejos en la desposesión, vemos como ese "cuerpo ideal" se deshace, se bota, se desarticula, se pudre, huele mal, se ennegrece, se aleja del blanco. Es un cuerpo lleno de porosidades, de secreciones, de olores.

6 VIVAS, Carolina. *Filialidades*. op. cit.

7 ROQUES, Sylvie. op. cit., p. 18



"...toma un trago de aguardiente y cuando la va a levantar, un acceso de tos se lo impide. Tose sobre Maritza. Maritza se levanta disgustada y se limpia el vestido. Protesta). MA-RITZA - ¡No sea cochino!"<sup>8</sup>

Esto no quiere decir que este cuerpo carnal, lleno de humores y de agonías, es más libre que el otro cuerpo ideal, repleto de medicamentos y de cirugías. No. Es un cuerpo que también continúa a ser vivido en la pena, en la vergüenza o que sigue pidiendo sacrificios. "Sobretudo un cuerpo-limite, sin adentro ni afuera, que no es mostrado [...] Este cuerpo-limite falla a todo ensayo de categorización ; y se inscribe dentro de una problemática confusa salida de un fenómeno de porosidad inmediata tanto al nivel del lenguaje como a nivel del cuerpo"<sup>9</sup> Un cuerpo que continúa a estar inscrito en la anomalía. Asimismo, esta representación y esta imagen del cuerpo que son casi contrarias a las del cuerpo ideal, continúan a ser el resultado de un sujeto sin consciencia de si mismo ni de los demás, separado totalmente del mundo. Un individuo que se ha devuelto casi a un estadio animal, pero no a una animalidad en el sentido de vivo y audaz, sino por el contrario a un animal inquieto y perseguido, hambriento y por debajo de sus fuerzas. De esta manera en, *En la Raya*, vemos el aspecto más frágil de la animalidad que se nos muestra a través de la imagen de un personaje que como un gato se resiste con todas sus fuerzas a bañarse:

"BETO - Pero como este es un vestuario muy fino, tienen que bañarse en el chorro antes de repartirlo. (Protesta de todos). BETO - Silencio! Si señor à bañarse !. (Unos aceptan pero otros siguen protestando). BETO - Es una orden! A bañarse o no hay vestuario! (Conchita se arrima. Saca unos frascos y medicinas). CONCHITA - Mire Beto. Yo estoy con indisposiciones de salud. Vea los remedios. Tengo comienzos de asma. Mire los remedios"<sup>10</sup>

Miedo del agua que refiere al miedo de ponerse al desnudo, de verse o de dejarse ver. Y miedo a la sexualidad, de la cual no hemos hablado aún, pero que constituye otro gran paradigma de la sociedad contemporánea, que viene a subyugar aún más, este sujeto disperso y diseminado, en función de deseos cada vez más nuevos. En este cuerpo animal

encontraremos la expresión de un cuerpo sexuado a la diferencia del cuerpo asexuado y anoréxico o del cuerpo sensual pero aséptico de la top-modelo. Sin embargo, no es tampoco una sexualidad que podría reconstituir la mirada sobre si mismo, resultado de la mirada amorosa y deseosa de otro. Mas bien esa mirada del otro da miedo. Esa mirada pone al desnudo un cuerpo marcado por los trazos de la violencia como el personaje de *La Esquina*:

"UNO- Reboto. Caigo sobre el pavimento y reboto. Yo caigo. Yo intento pararme, una bota me golpea la cabeza. Rebota la cabeza en el pavimento. No, en el pavimento, no, en la greda. En la greda golpea el fémur, ¿el fémur?, no, el parietal, el parietal derecho, el derecho. ¿Y que pasa con el izquierdo? El izquierdo también recibe una pedrada. ¿Una pedrada o un puntapié? Una cuchillada, un navajazo en la barbilla, en el pómulo"<sup>11</sup>.

O el cuerpo ignorado, completamente encerrado en ideas preconcebidas, en los paradigmas de la asepsia, como lo enuncia el personaje de Emily en *Trafico Pesado*, quien cargando ya un pasado de decepciones amorosas ha llegado a la náusea o a referirse a la sexualidad con términos escatológicos:

"(En el paroxismo de su trance) ¡Mereces lo que sueñas!  
¡Como siempre hueles a licor, a tabaco y a mujeres, Alex!  
¡Como siempre hueles a mierda!"<sup>12</sup>.

O en ese cuerpo abandonado a su suerte que encontramos en los personajes de *En la Raya*. En esta obra, aunque creamos estar al frente de personajes que han dejado completamente de lado el cuerpo y la sexualidad, nos vamos dando cuenta que no es así. Cuando se trata de ponerlo al desnudo, este cuerpo toma consciencia del fracaso y de la vergüenza. La consciencia de estar excluido de la sociedad, y ese cuerpo deshecho como la prueba irrefutable de la condición marginal. Así pues, en todos los casos, la sexualidad es percibida como un peso. Es más una sexualidad que se ejerce para responder a una necesidad que incómoda. La evidencia de la existencia de un cuerpo sexuado problemático. Otra necesidad física, como el hambre o la droga, que es necesario satisfacer pero que en lugar de liberar esclaviza y expone al peligro.

8 Teatro La Candelaria. En la Raya. op. cit., p. 26.9 ROQUES, Sylvie. op. cit., p. 18

10 Teatro La Candelaria. En la Raya. op. cit., p. 46.

11 VIVIESCAS, Víctor. La Esquina. op. cit., p. 83.

12 PEÑUELA, Fernando. Trafico Pesado. Segundo fragmento: El Inquilino. op. cit., p. 150.



De esta forma en, *En la Raya*, están son las palabras del personaje con la más fuerte pulsión de muerte de todos los personajes:

*"ASDRUBAL- Ahí esta la mujer con su ostentoso nalgatorio y esta parte... (Señala la cabeza de Soraya) ...cumple la mera funciona de adorno o accesorio inútil, porque con la parte que ella, verdaderamente piensa, es con el sexo o pubis... parte esta que desprende un olor que no es el vaho característico de las vaginas en la época de ovulación (le coge el pubis a Maritza y luego la nariz de Wilfer) sino un fétido vapor hipnótico que nos obstruye la razón o el pensar..."*.<sup>13</sup>

Por otro lado, existe también una gran dificultad para definir el deseo ya que éste es dictado primero que todo por los demás o por el entorno y no por verdaderas motivaciones. Es un deseo dictado que no da lugar para una elección personal. Y esto produce aún más una sexualidad mal vivida y hecha de apremio o de negación. Así por ejemplo en *La Esquina*, el personaje principal debe ir hasta la muerte para poder descubrir y aceptar su homosexualidad. Ser homosexual entre jóvenes que deben hacer prueba de fuerza y masculinidad, es un signo de fragilidad y de cobardía y es por esto que al final de la obra éste es asesinado por sus amigos que ni siquiera están del todo convencidos de hacerlo. Una sexualidad percibida como el colmo de la marginalidad que aún, delante de los más marginales, debe ser escondida, si se quiere sobrevivir. Es por esto que cuando en, *En la Raya*, el personaje de Conchita revela que es travestí, este gesto es percibido como audaz por los demás:

*"Liria trata de ayudar a Conchita pero Toño también la empuja. Conchita se desprende de Toño y empieza a quitarse su vestido de mujer y aparece un hombre detrás de todos sus disfraces y afeitos. Se enfrenta a Toño"*.<sup>14</sup>

Finalmente, esta relación conflictiva con el cuerpo y con la sexualidad es un problema de identidad y de dificultad en definirla, en una sociedad que tiende a la masificación y en donde los medios de comunicación ejercen un gran poder sobre los individuos. A *"el hombre enfermo rodeado de conceptos"* denunciado por Artaud se le añade *el hombre alienado rodeado de imágenes*. La sociedad se hunde cada vez mas profundamente en la fragmentación y en la separación

de los planos de la realidad, y el cuerpo sufre también esta separación y sus consecuencias. *"Un mismo fenómeno de descentramiento concierne el cuerpo y la identidad. Este conduce los personajes a inscribirse en las márgenes, en un mundo de entre-dos, que los vuelve susceptibles de bascular ya en el centro, ya en los bordes. Como lo hemos mostrado anteriormente, el cara a cara con el cuerpo, incluye un sentimiento de extrañeza porque éste cuerpo es percibido a la vez como un engaño y como la encarnación de deseo de salida hacia otra parte. (...) En esta perspectiva, los personajes están confrontados a una inquietante rareza que los conduce a una confusión interior porque ellos no saben más quienes son"*<sup>15</sup>.

Además, esta proliferación de imágenes que envían los medios, produce un desconocimiento de sí, que conduce a la vulnerabilidad, a la angustia y a la desconfianza de cara a los sentidos y a la percepción de la realidad, del cuerpo y de sus límites y hasta de los otros. En *La Esquina*, es el sentido de la vista el que es puesto en duda. En efecto, la pregunta constante del personaje sobre sus ojos, no es otra que el miedo que él tiene de mirar de frente su sexualidad. Miedo de perder el poder sobre su cuerpo y de fragilizarse ante los demás al aceptarse tal y como es. Miedo de estar ciego pero también miedo de ver:

*"UNO- ¿Por qué no veo nada? KARIM- ¿Te daría más miedo encontrarte solo debajo de una frazada? UNO- ¿O es que tengo los ojos cerrados? KARIM- Encontrarte solo, ¿Te daría mas miedo? UNO- ¿O es que no los tengo? KARIM- ¿Estas solo, ahora? UNO- ¿Han saltado de su cuenca? KARIM- ¿Mis ojos? UNO- ¿Qué? KARIM- ¿Mis ojos? UNO- ¿Mis ojos? KARIM- ¿Que pasa con tus ojos? UNO- ¿Qué pasa? ¿Han saltado de sus cuencas?"*<sup>16</sup>.

Imposibilidad en todo caso para reconstituir el cuerpo, para aprehender las partes que lo componen, imposibilidad de encontrarse consigo mismo y con los demás, imposibilidad del amor como un alimento que el cuerpo pide a gritos, en una sociedad que termina por alejar los individuos los unos de los otros y los obliga a la marginalidad, a la muerte, a la desaparición o a la soledad como lo muestran la mayoría de obras que he mencionado.

13 Teatro La Candelaria. En la Raya. op. cit., p. 32.

14 Teatro La Candelaria. En la Raya. op. cit., p. 59.

15 ROQUES, Sylvie. op. cit., p.19

16 VIVIESCAS, Víctor. La Esquina. op. cit., p. 50.





La Copa Ratas / La Gata Teatro / Fotografía Melibea

*"ALEXANDER (Agotado y delirante) La señora transida de frío y cansada de todo. La señora no sabe navegar en las sombras. La señora lleva el cuchillo a la altura del pecho. La señora solloza pensando en su seno sangrante. Demasiadas lagrimas. Un seno, solamente un seno no puede vencer el cálculo de las probabilidades..."*<sup>17</sup>

Para terminar, veamos cómo esos cuerpos inscritos en las márgenes pueblan e inspiran el arte contemporáneo. Los personajes son la representación de las caparazones de un individuo fuera de sus límites, y no una totalidad definida y tranquilizadora *"El personaje teatral contemporáneo no cesa de caer en pedazos y de recomponerse: juego de construcción que nunca se termina, puzzle al cual siempre, desgraciadamente, faltaran las partes. Ya no hay forma acabada con contornos definidos, como lo quería la concepción clásica"*<sup>18</sup>

17 PEÑUELA, Fernando. Trafico Pesado. Segundo fragmento. El Inquilino. op. cit., p. 152.

18 DANAN, Joseph. "Des Nouvelles du Personnage". Paris. Théâtre-Public No 183. Théâtre de Gennevilliers, 4 Trimestre, 2006, p. 6

Un casi anti-personaje que sin embargo logra materializarse en la escena y logra provocar a pesar de su indefinición un efecto teatral y dramático:

*- ¿Cinco? Todos farsantes. Todos proyecciones. Todos prolongaciones. Todos espectros. Pero con piel, con cráneo, con miembros superiores, con tronco, con miembros inferiores. Por ese humero entra una bala, lo destroza. Por ese frontal también, por esa cuenca puede cruzar una que haga estallar la masa encefálica. No hay ninguno, solo el que se necesita. Y tiene piel. -Mientras tenga piel*<sup>19</sup>

Si, porque mientras tengan piel, existe todavía un cuerpo para ser encarnado, habitado aunque solo sea en las sombras del teatro. •

\* Actriz colombiana radicada en París, Francia.

19 VIVIESCAS, Víctor. La Esquina. op. cit., p. 53.



# *Directorio de Salas Concertadas en Bogotá*

CASA DEL TEATRO NACIONAL

Adela Donadio | Carrera 20 N°. 37-54 | Tel. 3230273/74/75

CASA TEATROVA

Carlos Parada | Calle 24 N°. 4A-16 | Tel. 336 2401 - 561 4582

CENTRO CULT. GABRIEL GARCÍA MARQUEZ

Hugo Afanador | Calle 13 N° 3 - 17 | Tel. 4825627

CORPORACIÓN COLOMBIANA DE TEATRO

Patricia Ariza | Calle 12 N° 2-65 | Tel. 3429621 - 2843051

DITIRAMBO TEATRO

Lucero Elizabeth Rodríguez | Calle 45A N°. 14-37 | Tel. 2326440 - 2870425

FUNDACIÓN CULTURAL CHIMINIGUAGUA

Yesid Ovalle | Carrera 16 A N° 1 - 57 | Tel. 7769287 - 7809216

FUNDACIÓN EL CONTRABAJO

Héctor E. Escamilla | Carrera 61 N° 62 - 05 Sur | Tel. 7280256

FUNDACIÓN ERNESTO ARONNA

Myriam de Aronna | Carrera 20 N° 46 - 19 | Tel. 2877540

FUNDACIÓN ESCENA COLOMBIA

Juan Ricardo Gómez | Calle 57 N° 17-13 | Tel. 2550592

FUNDACIÓN JAIME MANZUR

Jaime Manzur | Calle 61 A N° 14 - 48 | Tel. 2496283

SALA ACTORES

Mª Eugenia Penagos | Calle 46 N° 28 - .30 | Tel. 2442579 - 5434177

TEATRINO DON ELOY

Carlos Arturo Moreno | Calle 20 N° 10B -36 | Tel. 2391822

TEATRO ACTO LATINO

Sergio González | Carrera 16 N° 58A - 55 | Tel. 3450514

TEATRO BARAJAS

Jairo Barajas | Carrera 22 N° 56 - 40 | Tel. 3463582 - 2103639

TEATRO LA CANDELARIA

Santiago García | Calle 12 N° 2 - 59 | Tel. 2863745

TEATRO ESTUDIO CALARCÁ TICAL

Krípulo Torres | Calle. 13 N° 2-70 | Tel. 3341481

TEATRO EXPERIMENTAL LA MAMA

Eddy Armando Rodríguez | Calle 63 N° 9 -60 | Tel. 2112709



REVISTA TEATROS ABRE LAS PUERTAS A SUS COLABORADORES.

LOS INVITAMOS A HACER PARTE DE LA REVISTA. ENVÍENOS SUS TEXTOS (ARTÍCULOS, ENTREVISTAS, ENSAYOS, NOTAS, SEMBLANZAS) Y ESCRIBA CON NOSOTROS LA HISTORIA DEL TEATRO COLOMBIANO: REVISTEATROS@YAHOO.COM

TEATRO HILOS MÁGICOS

Ciro Gómez | Calle. 71 N°. 12-22 | Tel. 2101097 - 210 1092

TEATRO LA BARANDA

Guillermo Delgado | Carrera 6 N° 54 - 04 | Tel. 2485729

TEATRO LA CARRERA

Jaime Arturo Gómez | Carrera 13 N°. 61-24 Int. 6 | Tel. 2465746 - 2495157

TEATRO LIBRE CENTRO

Ricardo Camacho | Calle 13 N° 2 - 44 | Tel. 2813516

TEATRO LIBRE CHAPINERO

Ricardo Camacho | Carrera 11 N° 61 - 80 | Tel. 2171988

TEATRO NACIONAL

Miguel Durán | Calle 71 N°. 10-25 | Tel. 2174577

TEATRO NACIONAL DE LA CASTELLANA

Miguel Durán | Calle 95 N°. 30-13 | Tel. 2570893

TEATRO QUIMERA

Jorge Prada | Calle 70 N° 19 - 40 | Tel. 2179240

TEATRO R-101

Hernando Parra | Calle 70A N°. 11-29 | Tel. 3132249

TEATRO TALLER DE COLOMBIA

Jorge Vargas | Calle 10 N° 0 - 19 Este | Tel. 2835189

TEATRO VARASANTA

Norberto Villada | Carrera 15 bis N° 39-39 | Tel. 3382045

TEATRO Y TÍTERES LIBÉLULA DORADA

César Álvarez | Carrera 19 N° 51 - 69 | Tel. 2498658





**El artista: ¿de la subjetividad a la objetividad?**  
**Artistas e industrias creativas y su organización**  
**Industria y creación**  
**El eufemismo de la turbulencia**  
**¡Memoria perenne al camarada Eurípides!**

**15**