

El Covid-19 cambió, entre tantas otras cosas, el modo de disfrutar los espectáculos. La presencialidad, el vivo, la comunión con el público se pusieron entre paréntesis creando nuevos problemas que requieren nuevas respuestas. Acerca de la reinención de los rituales, los desafíos que vienen y el papel del área de Gestión de Públicos del TNC para crear puentes entre antes y ahora, habla esta nota en la que nuestra cronista, una Joven Periodista, no deja afuera la mirada de amigos y vecinos.

Por **Paloma Sofía Alonso**

Espectadores pandémicos



Los teatros del mundo están cerrados. Pegadas a las heladeras, dentro de las agendas, archivadas en las profundidades de casillas de mails reposan las entradas de todas las obras que se cancelaron tras el azote de la pandemia. Ante el aumento de la curva de contagios por el Covid-19, las salas se vieron obligadas a reajustar sus dinámicas de funcionamiento, mientras sostienen los costos y puestos de trabajo. Asistir a una obra en el teatro no es lo mismo que verla desde tu casa. Pero este no es el espacio para continuar la discusión de si esto es teatro o no lo es. Quizás, a esta altura, ya no tenga demasiada importancia. **El centro de la discusión está en la cuestión de la presencialidad.**

La oferta virtual de contenidos culturales genera un nuevo tipo de acercamiento a las audiencias. La ampliación de las fronteras espacio temporales habilita el acceso de los espectadores sin el inconveniente del traslado a las salas teatrales. **Desde cualquier punto del país adonde llegue la conectividad, puede verse lo que antes, en vivo, era imposible.** Otro cambio es la posibilidad de contar con pausas en la reproducción. Los rituales cambiaron. Frente a la expansión de contenidos virtuales, el espectador pandémico se tiene que enfrentar en primera instancia a un prejuicio. Es cierto, falta la respiración conjunta del público, el sonido de los zapatos sobre el escenario, el brillo de



los ojos del artista colmando con su voz el espacio, el silencio abrumador de la sala. Esa condición está enfrentada a una nueva circunstancia: **la saturación de nuevo contenido digital**. De repente, se nos ofrece un gran volumen de obras, una sobreoferta que supera los niveles de demanda.

“El Perro”

Martín alias “El Perro” es músico, acuariano con 30 vueltas al sol y oriundo de Bernal. Habla acostado en el piso mientras fuma y sonríe a través de la pantalla. Invita con un *tour* por su casa con el celular. Vive en un viejo salón abandonado de fiestas para niños llamado “El castillo”, que heredó de su tío. Las paredes, repletas de personajes de Disney, se descascaran por el paso imbatible de la humedad y tiene solo un par de muebles, que ha restaurado él mismo. Le da el sol de frente y tiene un jardín enorme, un bien invaluable durante la cuarentena. El paso de una vida demasiado dura le ha dejado estragos en el cuerpo y la mirada. Su primer acercamiento al teatro fue en un taller de actuación que dictaba un profesor en el centro de rehabilitación estatal en el que se estaba recuperando de su adicción. “El teatro me importaba poco y nada, pero antes que seguir con los juegos de mesa hacía cualquier cosa”, cuenta entre risas. Interpretaron *Máquina Hamlet*: él fue Hamlet. Nunca volvió atrás. Todavía hoy, muchos años después, recita las líneas de memoria. Ahora, más inclinado hacia el costado musical, recuerda sus épocas de actor con cierta nostalgia. Con un suspiro, sentencia “el teatro y el psicoanálisis me salvaron la vida”. Sin embargo, ir al teatro siempre le resultó tortuoso. Con una altura de un metro noventa y una ansiedad galopante, estar sentado dos horas en una butaca ínfima sin poder moverse, sin poder salir a fumar y, encima, rodeado de personas bien vestidas de clase media alta a las que, en épocas menos felices, les habría robado, resultaba pesadillesco.

“Está bien que el teatro online no es ‘EL TEATRO’ -dice poniendo comillas con sus manos enormes- pero para personas como yo, significó la oportunidad de poder ver obras que jamás hubiera visto. No sólo por cuestiones económicas, sino porque es un espacio que requiere ciertas leyes de exclusividad a las que no todos nos podemos ajustar. Dale, poder ver una obra del Cervantes cuando quieras, desde tu cama en pantuflas...¿Decime si no es genial?”

Datos del contexto

En 2017, el informe de la Encuesta Nacional de Consumos Culturales y Entorno Digital (SINCA) evidenció que la asistencia al teatro había bajado un 40 % en cuanto a su medición anterior. Según el estudio de Caracterización de Público 2019, realizado por el área de Gestión de Públicos del Teatro Nacional Cervantes, el perfil de asistente al teatro es el de “una mujer trabajadora, de unos cuarenta y cinco años, con estudios universitarios o de posgrado. Esta espectadora es muy activa y además de venir al TNC participa de otros eventos culturales con frecuencia mensual”. En cuanto a la procedencia, el 73 % de sus espectadores vive en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y un 17 % en el Conurbano. El 61 % vive en los barrios de la zona centro. Ahora, las dos entidades realizaron un estudio de Caracterización sobre los Nuevos Públicos que concluye que estos grupos son más jóvenes, con una mayor participación del Gran Buenos Aires y de diversas provincias del país y con más presencia de personas con discapacidad. De hecho, quienes asisten con discapacidades provienen mayoritariamente del Conurbano y se desplazan hasta el teatro en CABA, gracias al trabajo de mediación del área. Dentro de la totalidad de asistentes al TNC en 2019, 95 mil espectadores, el área de Gestión de Públicos aportó un 34 % (26.027 espectadores). **¿Cuáles son las conclusiones que arrojan estos datos? Que frente a un contexto de decaimiento de la**

asistencia de espectadores, la introducción de un trabajo de mediación y de formación logra resultados concretos y positivos.

Para muchos jóvenes, como Martín, y una gran parte de los sectores populares, el teatro se presenta como un espacio vedado. Creen que no es para ellos y opinan que es un lugar elitista al que sólo concurren señoras elegantes con plata y tiempo suficiente de ocio. Esto demuestra que, si bien hay circuitos artísticos que provienen de las altas esferas de la élite, también existe el arte popular, cuya vinculación con la ciudadanía es un derecho que debe facilitar el Estado. Para eso, es necesario conocer a los públicos que asisten y los que no, para desarrollar estrategias desde el interior del campo artístico.

Desde la trinchera del Cervantes

Sonia Jaroslavsky, coordinadora del Área de Gestión de Públicos del TNC, le pone el cuerpo a este objetivo desde hace quince años: “La participación activa la vemos, por ejemplo, en los estudios de caracterización que responden habitualmente más de 1500 personas. La gente quiere decir, quiere participar. En los espacios de gestión de públicos y programación, se convoca a los espectadores fidelizados con participación más activa, lo que influye en la curaduría de proyectos. Es de suma importancia tener un corpus de espectadores que conocen mucho el teatro y que tengan la posibilidad de continuar involucrándose”.

La figura del espectador está en el centro del debate, aunque investigadores y especialistas coinciden en que todavía queda un largo camino por recorrer. Aimé Pansera, investigadora, docente y mediadora cultural en el TNC, considera que “se tienen que implementar políticas concretas para que la gente concurra nuevamente a las salas. El interrogante sobre cómo llegan los públicos es ahora algo urgente



e indispensable”. Jaroslavsky agrega que “esta cuestión del trabajo con el otro es una reflexión que desarrollamos hace quince años. Ahora, toma una dimensión importante. Por un lado, por el tema de la pandemia y de la salud. Por otro, por una necesidad extrema del otro como consumidor, porque si yo no logro sacarle los miedos para que venga a mi espacio, no tengo forma de sustentar los gastos. El cuidado hacia los espectadores, desde los dueños de sala y los artistas, es algo que va a tener que mantenerse de cajón. Entonces, bienvenido sea el registro del otro como comunidad, del otro diferente y del que no es tan diferente”.

En cuanto a los estudios de públicos en proceso durante la pandemia, Pansera comenta que los resultados muestran que los espectadores del canal Cervantes Online, entre septiembre y octubre de este año, no son muy distintos a los espectadores que asisten, sin mediación, al teatro previo al Covid-19. De hecho, tienen una franja etaria un poco mayor a la indicada en estudios anteriores: “Creo que se tendieron a reforzar comunidades ya existentes, es decir, por ejemplo, que las propuestas del teatro independiente las vio gente que ya estaba cercana a ese circuito”.

Florencia y Coca

Florencia tiene 25 años, vive en Colegiales, es estudiante y locutora nacional. Se presenta como una “ferviente amante del teatro” y cuenta que vio varias obras online. “Mi experiencia al principio fue muy buena porque me ponía los auriculares y generaba un clima en mi habitación para poder concentrarme. Logré disfrutarlo hasta un punto. Me pasó que me faltaba ver la expresión de los actores y las actrices, algo que mediante la computadora se pierde totalmente, porque no es cine...el teatro es el ‘estar ahí’ presencial, es verse las caras en vivo y en directo. Al sentir esa distancia con varias obras, generó que vaya dejando de ver teatro filmado”.

Coca no dice su edad. De vez en cuando, le toco el timbre o la saludo desde el balcón para preguntarle si necesita algo pero se niega de inmediato con un gruñido inentendible. Cuando me mudé al edificio donde ambas vivimos, en Nuñez, pensé que me odiaba. Hasta que una noche, al salir de mi casa, la encontré de buen humor. “¿A dónde vas tan arreglada? Qué rico perfume”, dijo. En cualquier otro momento, la habría considerado una pregunta desubicada pero esa noche, respondí: “Voy al teatro”. En ese instante, se reveló el comienzo de una relación fraternal. Fanática de pocas cosas en la vida más allá del cuidado obsesivo de los malvones y el odio al peronismo, Coca es una fanática espectadora teatral. Suele ir acompañada por sus amigas -“cuando me hacen la gamba”, previene- o por su única hija -“una capricorniana que estudia Administración de empresas, te imaginarás”, dice mientras alza su ceja rubia y fina, revelando un impensado costado esotérico. Resulta que el sueño de Coca había sido ser actriz, e incluso había hecho algún que otro papel secundario en cine cuando era joven. Para mi sorpresa, comenta que estuvo viendo teatro online “Yo que sé, nena, es lo que hay... Tenés que ver el *Rey Lear* de Lavelli, ¡con Urdapilleta!”, sentencia antes de bajarse en el séptimo piso, con el changuito de lunares a cuestas.

La jungla virtual

Si la “teatralidad” ya estaba presente en el mundo de las redes (en la forma en que se comunican los influencers, en la disposición de los contenidos, en las estrategias de marketing, etc.), **¿cómo se inserta el universo del teatro en esta nueva selva virtual?** Una de las nuevas vertientes que logran mayor llegada son **las experiencias interactivas por streaming y las obras filmadas con una duración más corta.** Son públicos hambrientos de nuevas experiencias, que buscan ser sorprendidos y mantienen un nivel de exigencia alto respecto a la calidad de los contenidos. Según Jaroslavsky, “como punto de partida, para reflexionar sobre las audiencias online, hay que diferenciar entre los espectadores digitales y los de la pandemia. No significan lo mismo ya que estamos hablando de espectadores en situación de confinamiento, con todo lo que eso implica”. **Las audiencias digitales en pandemia resultan erráticas.** Se han involucrado a partir de experiencias previas, recomendaciones externas o a través de algoritmos inmanejables.

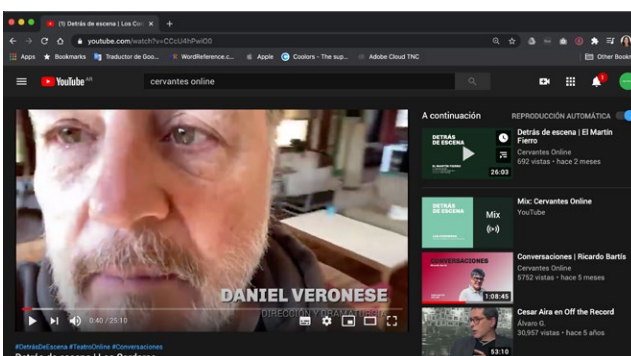


Por otro lado, desde el canal Cervantes Online, se vislumbró un hallazgo interesante: contenidos que introducen al espectador en el interior del mundo tras bambalinas, a la cocina del hecho teatral, como los ciclos *Conversaciones* y *Detrás de escena*, que se encuentran entre lo más visto del canal. Como explica Pansera,

“en la introducción de otros formatos, ante la necesidad de salir a emitir contenido, se encontró una vuelta bastante interesante, como son los contenidos meta teatrales que visibilizan el trabajo escénico. Es un insumo muy valioso para el ámbito de la educación artística y de la divulgación”.

Nuestro Teatro

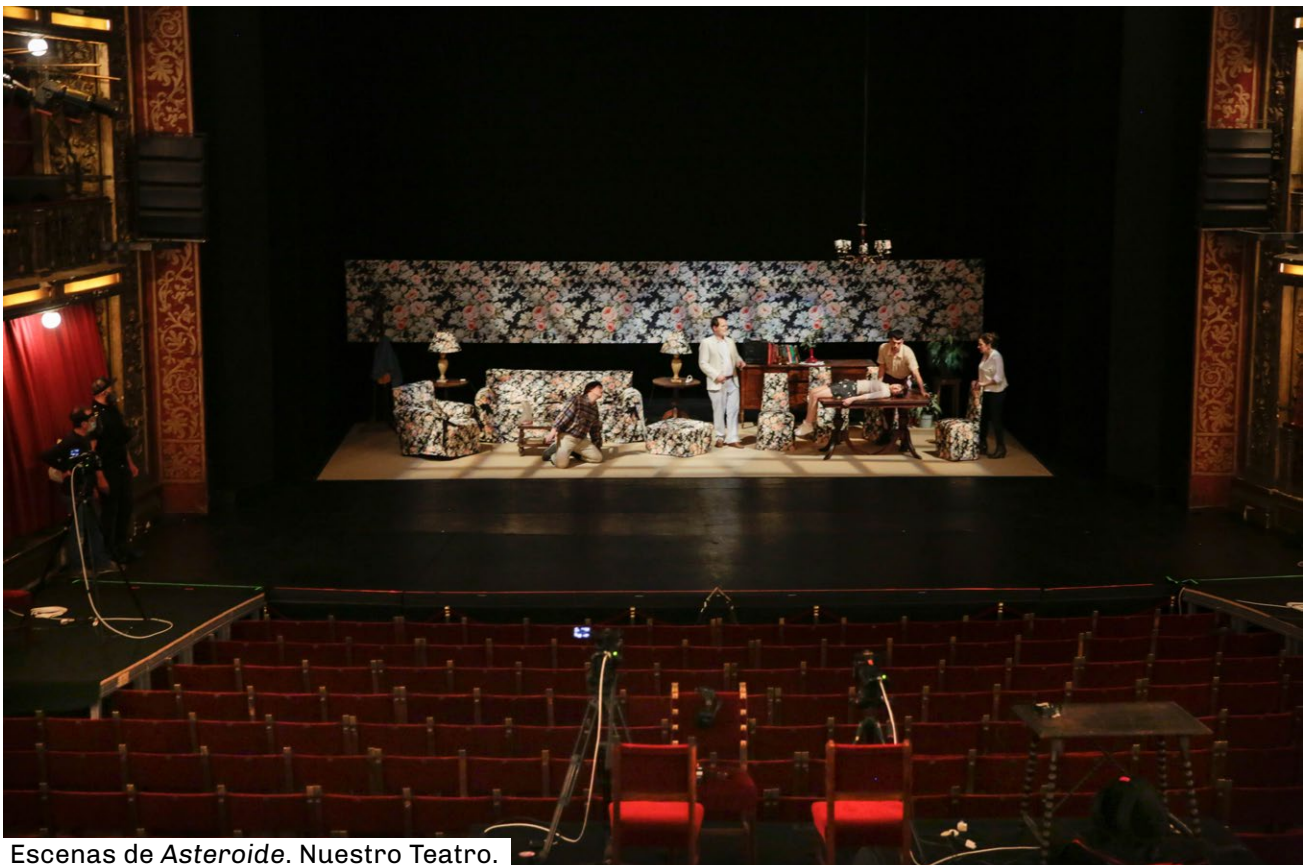
En los comienzos de la cuarentena, el Teatro Nacional Cervantes sacó a la luz el registro audiovisual de sus obras. La importancia de la existencia de una biblioteca teatral, con recursos de calidad, cobró una dimensión esencial. Según Coca, “quizás el teatro por computadora no es teatro, pero a mí me salvó la cuarentena. Yo del zoom y todo eso no entiendo nada, pero me gusta ver el registro de las obras que antes pude ver personalmente, como *La Terquedad* en el Cervantes. Hay algo interesante en poder repetir la experiencia, como en el cine, porque podés ver elementos que antes no habías notado. Las personas mayores a veces somos muy testarudas, creemos que las cosas solo se pueden hacer de una manera. La verdad es que ya se venía notando que el teatro necesitaba renovarse. Y, quizás, los jóvenes nos puedan ayudar a adaptarnos a estas nuevas modalidades. Creo que es lo que se viene”. Pero más allá del teatro filmado, surgieron nuevas experiencias. Los escenarios están clausurados pero la creatividad sigue intacta. Es un momento de experimentación de formatos, quizás sumamente necesario debido a la instalación de la tecnología en nuestras vidas. De esta manera, la pandemia aceleró el advenimiento de nuevas propuestas: radioteatro, instalaciones interactivas, obras filmadas en vivo, compartidas vía *streaming* a través de diversas plataformas como zoom, whatsapp, o incluso llamados telefónicos. La territorialidad del hecho teatral se pone en crisis mientras se difuminan los límites respecto a quién puede o no hacer teatro, desde la pantallita que lo acompaña.



En este marco, el TNC comienza una nueva etapa mediante el **lanzamiento del ciclo *Nuestro Teatro***. Un conjunto de 21 obras cortas, seleccionadas a través de un concurso nacional y grabadas en la sala María Guerrero -con las precauciones del protocolo- para ser reproducidas vía *streaming*. **La idea es poder expandir la oferta teatral y ofrecer contenidos realizados especialmente para ser visualizados desde estas nuevas modalidades, a diferencia de las obras ya filmadas que se estuvieron ofreciendo en el canal de Cervantes Online.** Para esto hay que tener nuevas consideraciones: la calidad de la filmación, el ritmo de las obras, la cantidad de cámaras utilizadas, la perspectiva de la escenografía, la voz de los intérpretes, la

accesibilidad, entre otras. Con el objetivo de desarrollar nuevos sistemas que incorporen estas exigencias, resultó esencial perfeccionar la coordinación entre las diferentes áreas del teatro, sobre el escenario y detrás.

Por supuesto, más allá de la innovación artística, el concurso fue pensado como una alternativa para generar puestos de trabajo en esta situación crítica. Sin embargo, es una iniciativa que impulsa dos objetivos fundamentales de la nueva Dirección del Teatro: **la federalización de contenidos y la posibilidad de generar un material accesible para nuevos públicos.** Jaroslavsky agrega que, dentro del programa de Cervantes Educación, “la idea es trabajar con un corpus de obras de Nuestro Teatro con escuelas medias, terciarios



Escenas de *Asteroide*. Nuestro Teatro.

y universitarios. Todavía estamos en el proceso de selección. A su vez, **diez de esas obras van a estar en lengua de señas y con subtítulos, para que se puedan utilizar como material para trabajar con niños o jóvenes sordos.** Luego, el objetivo es proponer encuentros virtuales y elaborar materiales complementarios, además de encuentros de formación docente sobre las obras seleccionadas". Pansera agrega que "muchas veces lo que llega como demanda, desde el sector educativo, son obras de una duración más corta, ya que es muy difícil sostener la atención sobre un registro de teatro filmado de una hora y cuarto. Un formato más breve podría ser más convocante para públicos escolarizados".

Martín -El Perro-, bostezo de por medio, comenta que "si bien está buenísimo poder ver teatro online, es cierto que para muchas personas que recién se están involucrando con todo esto, puede resultar tedioso. Algunas obras tienen una duración muy larga y muchas veces se nota que los registros se hicieron con cámaras de baja calidad. La verdad que no me imagino a los niños o adolescentes viendo una obra de hora y media por computadora, ¡para eso se ven una película! Por eso, **creo que está bueno que hagan obras con formatos más cortos, para captar la atención de ansiosos como yo o de personas más jóvenes.** Ya estamos cansados de ver los teatros colmados de la misma gente. El teatro tiene que salir de su nicho e ir hacia el mundo".

¿Quién hubiera dicho que el Cervantes, cerca de su centenario, iba a impulsar un concurso nacional de obras vía *streaming*? Seguramente María Guerrero no lo podría creer. Sin embargo, el público abraza la apertura hacia nuevos horizontes y la posibilidad de poder continuar apoyando a sus artistas. Si estos formatos llegaron para quedarse o no, solo lo dirá el tiempo. Coca también opina: "La verdad que estoy ansiosa por ver esas obras porque participan artistas muy reconocidos. Es cierto, no es 'lo ideal', pero lo ideal ya no existe. Entonces bienvenido el cambio, si la propuesta es buena, va a trascender igual. Sea como sea, con mis amigas estamos ansiosas

de ver a Luis Machín, ya que no llegamos a verlo en la obra que iba a estrenar con (Ricardo) Bartís. **Más que nunca, tenemos que salir a defender nuestro teatro, valga la redundancia".**

Cervantes Educación

En los párrafos anteriores se habló del programa Cervantes Educación, programa del área de Gestión de Públicos que realiza un trabajo de mediación con escuelas y que tomó varios giros durante la pandemia. "Para fines de junio -cuenta Jaroslavsky- se solicitó a la Dirección del Teatro un corpus de materiales para poder trabajar con las escuelas hasta fin de año. Armamos un kit educativo para cada obra, compuesto por el canal de contenido audiovisual (Cervantes Educación), el cuadernillo pedagógico y las listas de reproducción, para guiarlos hacia la repetición de la experiencia. También armamos material de las obras en audios, con el objetivo de diversificar los formatos. Y, en paralelo, nosotros ya realizábamos los debates con el equipo artístico de cada obra. Entonces impulsamos que se realicen dos veces por semana encuentros virtuales sincrónicos, sobre todo con grupos de cuarto y quinto de secundaria, terciarios y universitarios".

El programa fue un éxito: se inscribieron más de 1500 instituciones educativas de 19 provincias para trabajar con los contenidos del teatro entre el 3 de agosto y el 8 de diciembre, con un corpus de nueve obras. La extensión del programa pretende alcanzar a más de 120.000 estudiantes de todos los niveles y con diferentes posibilidades de conectividad.

"Fue maravilloso porque se pudieron realizar los encuentros con provincias que no habían tenido la oportunidad de ver esas obras en el teatro ni de forma online porque ya se habían bajado. Fue una experiencia hiperpositiva y enriquecedora, junto con la participación de los artistas. Y esto llegó para quedarse, ahora existe



esta opción que no existía. Además, se le facilitó el link a grupos de geriátricos y muchos niños que armaban los rituales para ver la obra en la tele y formar diversas actividades alrededor de eso. Por eso es muy importante direccionar las acciones: **no alcanza con que sea gratuito**", dice entusiasmada.

La brecha en el acceso a la cultura

Aparte de estos aspectos positivos, la expansión de contenidos culturales a través de Internet lleva al interrogante respecto a si se agranda o no la brecha de desigualdad en el acceso a la cultura. La Asociación Enfoque Consumos Culturales realizó una encuesta en noviembre del año pasado sobre el Consumo Audiovisual Streaming en Argentina. En términos de conectividad, el sondeo informa que el 92 %

de los argentinos accede a Internet y que la telefonía celular tiene una penetración del 72 %. El 78 % de los usuarios de celulares miran videos (Observatorio de Internet en Argentina, 2019) y más de la mitad de los televisores son Smart TV (54 %, Sinca 2017). Los que más tienden hacia los consumos digitales son los jóvenes, ya que el 72 % de los encuestados sigue recurriendo a las películas y series de canales en cable. Se introducen las nociones de los atracones y maratones de contenidos que se consumen con voracidad, promovidos por las estrategias de marketing y los algoritmos de las diversas plataformas. La mitad de los encuestados mira series en *streaming* al menos cuatro veces por semana y un 23 % ve contenidos durante más de siete horas durante el fin de semana. Frente a esto, Pansera reflexiona: **"Hasta que Internet no sea un servicio público, la brecha se va a agrandar**. Somos los usuarios los que tenemos que pagar el servicio si tenemos un peso en el bolsillo y, además, estamos sujetos

a las condiciones de conectividad. Por más que nosotros estamos trabajando en un ámbito público, el soporte y la gestión de acceder a eso quedó en el ámbito privado. Ahí hay un trabajo muy profundo que hacer".

El ámbito educativo se hizo eco de estos reclamos al exigir el acceso a la conexión con la entrega de dispositivos o con conexiones aseguradas por el Estado. Por otro lado, los contenidos educativos batallan con las fuerzas invisibles del espacio digital que escapan completamente del control de las instituciones. "Si bien hay una ilusión de acceder a una infinidad de contenidos, hay opciones que nos habilitamos y otras que no. También el uso que le damos a las cosas puede ser muy variado y heterogéneo. La cantidad de vistas de las estadísticas del canal es muy interesante, pero también es *big data*, es el registro del paso de una persona por una página. Nos falta mucha información sobre esa relación con los contenidos durante la pandemia. La apropiación y el uso siempre son del orden de lo privado, es por eso que se requieren otras metodologías cualitativas para indagarlos", dice Pansera.

En efecto, según la encuesta mencionada, el 30 % de los encuestados visualiza los contenidos mientras realiza otras actividades en simultáneo, como chequear sus mails o redes sociales. Además, al momento de definir qué serie o película mirar en *streaming*, el 74 % no lo tiene resuelto con anterioridad y lo decide en función de las propuestas del algoritmo. **El desafío para la comunidad educativa es achicar la brecha** "para generar escuela por fuera de la escuela: en la habitación, en la cama, desde el sillón en pijama, como sea. En la medida que logramos trabajar con escuelas de todo el país, es un punto a favor para reducir los márgenes de desigualdad", explican desde Gestión y Públicos y apuntan a la diversificación de formatos (whatsapp, radio, televisión) y la facilitación de la conectividad para paliar el déficit y lograr que las obras lleguen a un volumen más grande de audiencias.

El regreso

Frente a la actual saturación del consumo digital que gobierna nuestras vidas, la pregunta por "la vuelta" al teatro es inevitable. Esta pausa obligatoria en el mundo impulsa un cuestionamiento sobre los modos de producción y comercialización en el campo artístico. **La educación, la salud y la cultura -según Pepe Zapata, experto sobre públicos de cultura en España y docente - comenzarán a contemplarse de forma unificada.**

En la post pandemia los públicos regulares cumplirán un rol participativo en la difusión y en la curaduría de las obras que, a partir de ahora, se desarrollarán a través de la experimentación con nuevos formatos híbridos. Nuevos interrogantes aparecerán: **¿cómo continuará el vínculo con las personas que están a distancia y con las que están cerca? ¿Cómo va a responder el teatro nacional, en términos de producción y programación, al plan federal?**

Me cruzo con Coca en el kiosco de al lado y, entre un poco de charla insulsa, saco nuestro único tema en común. Hablamos sobre la nueva habilitación de los teatros en la temporada de verano. "No sé si voy a poder ir, hasta que venga la vacuna. Mi hija se va a poner en contra", suspira, con aire de derrota. "Pero todos los que aman el teatro, como nosotras, tenemos que estar ahí, imagino que va a ser una reunión hermosa. Y nueva, no va a ser como antes. La astrología predijo que todo esto iba a pasar. Estos eclipses, nena, es el comienzo de un cambio mundial, ya vas a ver", agrega, con aire de pitonisa. Cierro los ojos e imagino la penumbra de la sala mientras desinfecto la compra semanal. Quizás, ya no haga falta apagar los dispositivos para viajar a otra dimensión. Ojalá en septiembre de 2021, en el mes del centenario de nuestro único teatro nacional, podamos volver a festejar juntas.
