



UNIVERSIDAD DE LAS ARTES

Escuela de Posgrados

Proyecto de titulación

Propuesta de una ordenanza que implemente un programa de formación de públicos escénicos como política pública en la ciudad de Cuenca - Ecuador

Previo a la obtención del título de:

Magíster en Políticas Culturales y Gestión de las Artes

Autora:

María Belén Ochoa Argüello

Guayaquil – Ecuador

Año 2021



Declaración de autoría y cesión de derechos de publicación del trabajo de titulación

Yo, María Belén Ochoa Argüello, declaro que el desarrollo de la presente obra es de mi exclusiva autoría y que ha sido elaborada para la obtención del título de Magíster en Políticas Culturales y Gestión de las Artes. Declaro además conocer que el Reglamento de Titulación de Posgrado de la Universidad de las Artes, en su artículo 30, menciona como falta muy grave el plagio total o parcial de obras intelectuales y que su sanción se realizará acorde al Código de Ética de la Universidad de las Artes. De acuerdo con el art. 114 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación* cedo a la Universidad de las Artes los derechos de reproducción, comunicación pública, distribución y divulgación, para que la universidad la publique en su repositorio institucional, siempre y cuando su uso sea con fines académicos.

María Belén Ochoa Argüello.

*CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN (Registro Oficial n. 899 - Dic./2016) Artículo 114.- De los titulares de derechos de obras creadas en las instituciones de educación superior y centros educativos.- En el caso de las obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores, e institutos públicos de investigación como resultado de su actividad académica o de investigación tales como trabajos de titulación, proyectos de investigación o innovación, artículos académicos, u otros análogos, sin perjuicio de que pueda existir relación de dependencia, la titularidad de los derechos patrimoniales corresponderá a los autores. Sin embargo, el establecimiento tendrá una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines académicos.

Miembros del tribunal de defensa

Dra. Paula González Rodríguez

Tutora del Proyecto de Titulación

Dr. Benjamín Cortés Tapia

Miembro del tribunal de defensa

Dra. Paola de la Vega

Miembro del tribunal de defensa

Agradecimientos

A Paula y demás maestros, que, con sus clases, me afirmaba, contradecía y deconstruía en el camino.

A los amigos de tablas, de vida y compañeros por las constantes conversaciones y discusiones sobre cómo se puede mejorar la escena cuencana

Andrés Z., Pablo E., Diego O., Francisco O., Andrés U., Javier H.

Dedicatoria

A Francisco, Diana y Ameli.

Resumen

Este estudio plantea la creación de una ordenanza pública como normativa municipal que impulse un programa de formación de públicos escénicos en la ciudad de Cuenca. Para ello, se realiza un análisis previo de diferentes conceptos que clarifiquen y delimiten el estudio para dicha propuesta, estos conceptos son: artes escénicas, políticas culturales, ordenanzas, prácticas culturales, consumo cultural, públicos, formación de públicos.

Este trabajo de titulación propone un diagnóstico y, como consecuencia, una propuesta de ordenanza pública a ser evaluada, aprobada e implementada. Esto se enmarca en la normativa constitucional y se relaciona con la Ley Orgánica de Cultura, en coherencia con las necesidades y realidades de las dinámicas culturales, integrando a todas y todos los ciudadanos de la ciudad de Cuenca.

Palabras Clave: Consumo Cultural, Formación de Públicos, Políticas Culturales, Ordenanza Cultural.

Abstract

The study poses the creation of an Ordinance as a Municipal Order to create a theatre audience formation program in the city of Cuenca. To achieve this, an analysis of concepts to clarify and define the reach of this proposal was made, the concepts were: Performing Arts, cultural policies, ordinances, cultural practices and consumption, audiences and audience formation.

This degree work proposes a diagnose and, as a consequence, a proposal of an Ordinance to be evaluated, approved and implemented. It is inside the frame of Constitutional Regulations and it relates to the Cultural Law (Ley Orgánica de Cultura), in coherence with the necessities and reality of the cultural dynamics, it integrates all the citizens of the city of Cuenca.

Key Words: Cultural Consumption, Audience Formation, Cultural Policies, Cultural Ordinances

Índice General

Introducción.....	10
Planteamiento del problema.....	10
Capítulo I	13
Prácticas Culturales.....	13
Consumo Cultural	15
Públicos	19
Formación de públicos	21
Políticas Culturales	29
Capítulo II.....	33
Estudio de Casos Latinoamericanos	33
Centro Gabriela Mistral. 2011 - 2014.....	36
Teatro Nacional Argentino TNA y Gestión de Públicos GDP 2017 - 2019.....	46
Capítulo III.....	54
Justificación y propuesta de una Ordenanza Pública	54
ORDENANZA.....	63
ORDENANZA PARA INSTAURAR UN PROGRAMA DE FORMACIÓN DE PÚBLICOS ESCÉNICOS EN LA CIUDAD DE CUENCA	65
CONCLUSIÓN.....	70
Bibliografía	73
Referencias Web.....	75
Referencias	76

Índice de Ilustraciones

Ilustración 1 Ciclo de la construcción de Capital Cultural	15
Ilustración 2 Sistema de Desarrollo de Públicos	23
Ilustración 3 Dimensiones de un plan de desarrollo de audiencias	24
Ilustración 4. Edad ideal para las primeras experiencias artísticas. Según estudio de T. Kamphorst.....	27
Ilustración 5 Total de visitas entre 2011 – 2014	37
Ilustración 6 Porcentual de Total de visitas entre 2010 - 2013.....	37
Ilustración 7 Participación en la oferta artística.....	38
Ilustración 8 Actividades de formación de audiencias 2011	40
Ilustración 9 Total de visitas entre 2011 – 2012	41
Ilustración 10 Actividades de formación de audiencias 2012	41
Ilustración 11 Total de visitas entre 2011 – 2012 – 2013	42
Ilustración 12 Actividades de formación de audiencias 2013	43
Ilustración13. Total de visitas entre 2011 – 2012 – 2013 – 2014.....	44
Ilustración 14 Actividades de formación de audiencias 2014	46
Ilustración 15 Aporte del Área de Gestión de Públicos entre 2017 y 2019	48
Ilustración 16 Categorías pertenecientes a los públicos que asisten al teatro a través del área de Gestión de Públicos 2019.....	49
Ilustración 17 Sistema de Desarrollo de Públicos	53
Ilustración 18. Ciclo de planteamiento de ordenanza.	64

Introducción

Planteamiento del problema

La formación de públicos en artes escénicas es una de las principales preocupaciones actuales en la actividad artística de la ciudad de Cuenca. Se entiende por artes escénicas al campo¹ que comprende principalmente al teatro, la danza, la ópera, la performance, las artes circenses, los(as) titiriteros(as) y los(as) narradores(as) orales. Las artes escénicas tienen un carácter principalmente comunicativo y constituye una práctica cultural interdisciplinaria en el que se integran otras artes como literatura, artes plásticas, musicales, artes visuales, entre otras.

El desarrollo escénico en Ecuador, durante el siglo XXI, ha estado orientado a la gestación de nuevos intérpretes quienes realizan producciones escénicas. Estas producciones, por su propia naturaleza convivial², caracterizada por su presencialidad, constituyen una dinámica de encuentros en la que su participación, consumo y apreciación está condicionada a una actividad donde el individuo está presente en un determinado espacio y tiempo.

Sin embargo, esa presencialidad no se ha desarrollado en su potencial en la ciudad de Cuenca. En una entrevista realizada a Andrés Zambrano, director escénico, gestor cultural y propietario del centro cultural “La Guarida”, afirma que, en la ciudad, “el consumo de actividades escénicas es reducido y, en la mayoría de los casos, los proyectos culminan con la temporada de estreno, no permitiendo así un desarrollo sustentable y sostenible de las diferentes propuestas escénicas”³. Este panorama no solo perjudica al desarrollo de las producciones artísticas, ya que ha generado que la circulación de los montajes escénicos sea corta, sino también no facilita fortalecer las relaciones público-artistas y la creación de significados que procuran las actividades culturales.

¹ Entendiendo campo según el concepto que desarrolla Bourdieu. Bourdieu, Pierre. *Raisons pratiques*. París: Seuil, coll. Points, 1996, p. 21

² Concepto desarrollado por Dubatti en su libro “El convivio Teatral” Editora Atuel, Buenos Aires. 2003.

³ Entrevista realizada en la ciudad de Cuenca, el 20 de febrero 2021, en las instalaciones del Centro Cultural “La Guarida”, al Gestor Andrés Zambrano.

Esta escasez de consumo lleva a plantearse preguntas en torno a las estrategias, planes o programas que se podrían desarrollar en función de solucionar esta deficiencia de público escénico. Estas estrategias pueden surgir tanto de los colectivos independientes como de las diferentes instituciones públicas a cargo del desarrollo de las artes y cultura, entre ellas, el Ministerio de Cultura, Casas de Cultura o Direcciones Municipales de Cultura. Por ejemplo, desde la gestión pública se debería fomentar la construcción de políticas que impulsen procesos de formación de públicos.

Los tratados internacionales firmados por el estado de Ecuador, sumado a la creciente conciencia de que "toda persona tiene derecho a tomar parte libremente en la vida cultural de la comunidad, a gozar de las artes y a participar en el progreso científico y en los beneficios que de él resulten",⁴ ha dado protagonismo a la necesidad de implementación de políticas culturales en el campo de las artes y la cultura. Del mismo modo, estas preocupaciones están presentes en los discursos oficiales, tanto gubernamentales, como en colectivos independientes, pero sin mayor impacto de ejecución.

Si bien en el caso ecuatoriano la constitución consagra claramente dichos derechos, esta investigación ha evidenciado la falta de las herramientas o normativas necesarias para llevar a cabo un proyecto, programas o actividades en general que ayuden a la formación de públicos.

Por ejemplo, en la ciudad de Cuenca, según un oficio⁵ emitido por la Dirección de Cultura al actual alcalde Pedro Palacios, los cuerpos normativos (ordenanzas, resoluciones y demás) vigentes, estrictamente relacionados a la Dirección General de Cultura, Recreación y Conocimiento de la Municipalidad son solo tres:

1. Ordenanza que instituye el apoyo a la celebración de las Festividades de Fin de Año y de los Santos Inocentes, del treinta y uno de diciembre y seis de enero, respectivamente.
2. Ordenanza que norma la elección y gestión de la Chola Cuenca.

⁴ Declaración Universal de Derechos Humanos. artículo 27

⁵ Oficio Nro. DGCRC-0949-2020 Emitido por la Dirección de Cultura del Municipio de Cuenca

3. Ordenanza que instauro el mes de mayo como el mes Oficial del Circuito Internacional de las Cruces de Cuenca organizado por el "Círculo Cruz del Vado S.D."⁶

Estas ordenanzas demuestran la falta de visión e incumplimiento de la ley y tratados internacionales, lo que limita a la hora de plantear políticas culturales orientadas a un desarrollo integral de todas las artes, socavando, de este modo, el fortalecimiento artístico-cultural. No solo es preocupante la escasa normativa que existe en torno a las actividades culturales, sino que estas no dialogan con las realidades y necesidades de la ciudad. Por ejemplo, podríamos aquí indicar la deficiencia de público escénico antes mencionado. Con el fin de subsanar esta deficiencia se necesita desarrollar estrategias que aborden políticas culturales aplicables, que no solo estén enfocadas en la productividad, sino en la formación de públicos para el consumo cultural.

El presente estudio propone, a partir de un diagnóstico y estudios de casos, desarrollar una ordenanza como política cultural que norme y facilite el aparataje necesario con la finalidad de impulsar procesos de formación de públicos. Sin embargo, para poder proponer dicha ordenanza, es necesario comprender los mecanismos, aristas y contextos que estructuran las diferentes prácticas culturales y su consumo, así como las diferencias operacionales de los públicos. Es necesario, por lo tanto, generar un estudio de procesos de formación de públicos que develen información que se pueda contextualizar a las dinámicas culturales y necesidades de la comunidad en la ciudad de Cuenca.

De esta forma, esperamos que, mediante un análisis de las leyes, políticas u ordenanzas existentes en el país y la ciudad, se pueda construir, de manera más coherente, una ordenanza que dialogue con la realidad e identifique los condicionantes que influyen en la construcción de hábitos en las diferentes estructuras sociales.

⁶ Ídem

Capítulo I

Marco Teórico

Prácticas Culturales

Cuando hablamos de **prácticas culturales** podemos entenderlas en tanto experiencias y acciones realizadas por los individuos, con las cuales forman procesos de simbolización y significado en contextos espacio-temporales. Sin embargo, muchos de estos procesos no son racionalizados. La simbolización no se produce de manera consciente en los practicantes. El conocimiento generado por la práctica “no se conoce”, como lo menciona Michel de Certeau: “De una y otra parte, se trata de un conocimiento que los sujetos no reflexionan. Lo presencian sin poder apropiárselo. Son finalmente los inquilinos y no los propietarios de su propia habilidad práctica.”⁷

A pesar de que los individuos no ejerzan el papel de “propietario” de los diferentes bienes y servicios culturales en los cuales participa, si son dueños de todo lo que fabrican y los usos que hacen de la experiencia. De esta forma estas prácticas funcionan como ejes de construcción y reconstrucción de las identidades que se desarrollan en el compartir de las sociedades a través de “conversaciones portadoras de un sentido [...]”,⁸ que permiten la comunicación de las colectividades.

Aunque las prácticas son compartidas, las apreciaciones y las significaciones de las experiencias pueden variar. El autor Néstor García Canclini nos recuerda las palabras del sociólogo Pierre Bourdieu, quien desde hace varias décadas había clarificado este problema de las prácticas culturales, sustentando que las prácticas estéticas-culturales “[...] no surgen de gustos desinteresados sino de la acumulación combinada del capital económico y capital cultural”⁹. Estos capitales que poseen los individuos no solo sirven para inclinarse a una u otra práctica, sino también proporcionan herramientas para la decodificación de los servicios

⁷ Michel de Certeau. *La invención de lo cotidiano*. (México D.F: Universidad Iberoamericana, 2000), 81.

⁸ Patricia Román Reyes. *ESTRUCTURA Y TENDENCIA DEL CONSUMO CULTURAL EN EL ESTADO DE COLIMA*. (México DF: Universidad Nacional Autónoma De México, 2010), 89.

⁹ Néstor García Canclini. *La sociedad sin relato*. (Madrid: Katz, 2010), 214.

culturales que otorgan al individuo códigos que serán utilizados en la interacción y pertenencia social.

Así, en palabras del mismo Bourdieu, “leer” una manifestación artística es un proceso de comunicación donde interviene artista-emisor, obra-mensaje y espectador-receptor, y que según sus saberes-capital cultural, podrá interpretar la obra:

El consumo es, [...], un momento de un proceso de comunicación, es decir, un acto de desciframiento, de decodificación, que supone el dominio práctico o explícito de una cifra o de un código. En un sentido, se puede decir que la capacidad de ver es la capacidad del saber o, si se quiere, de los conceptos, es decir, de las *palabras* que se tienen para nombrar las cosas visibles y que son como programas de percepción¹⁰.

Este capital cultural otorga ventajas a la hora de ejercer una apreciación, comprensión o aprendizaje, y no solamente hacia un arte “legítimo”, sino a todas las manifestaciones artístico-culturales, estén o no reconocidas por la “Academia”. También es importante considerar que estas apreciaciones definidas como valores éticos y valores estéticos pueden variar y transformarse según el territorio, pero no solo nos referimos a un territorio geográfico, sino a todo un ecosistema simbólico supeditado a las acciones que los sujetos hacen en sus prácticas.

Nos encontramos en un círculo: no existe prácticas sin representación simbólica, a la vez que no existe representación simbólica sin práctica.

¹⁰ Pierre Bourdieu. *El sentido social del gusto*. (Buenos Aires: Siglo Veintiuno, 2010), 232.

Ciclo de la construcción de Capital Cultural

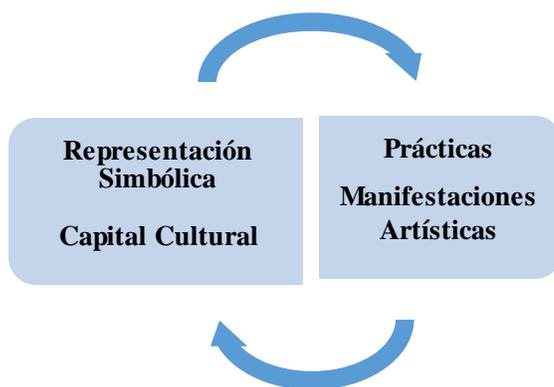


Ilustración 1.¹¹

En relación a este círculo, entendiéndolo desde la construcción del capital cultural, se puede indicar lo siguiente: a) que un acercamiento a manifestaciones artísticas ayuda a incrementar este capital, a la vez que permite entender estas manifestaciones, volverlas más accesibles a través del aprendizaje de reglas y códigos que estructuran a las expresiones artísticas; y b) depende del capital comprendido como herramienta indispensable para la decodificación y lectura de una experiencia estética devenida en juicio estético.

Sin embargo, habrá significados que estarán fuera del control del sujeto, o de los mediadores que influyen a la hora de facilitar la decodificación de una práctica. En palabras de Bourdieu “[...] leer un ritual, algo equiparable a una danza, como si se tratara de un discurso, como algo de lo que puede darse una formulación algebraica, es hacerle sufrir una alteración esencial.”¹² Entonces no todo puede ser dicho. Hay apreciaciones que quedarán en el interior del espectador, para él solo.

Consumo Cultural

Al **consumo cultural** lo entendemos como una práctica cultural que se diferencia de lo que comúnmente conocemos de este concepto en su uso coloquial (acto de consumir

¹¹ Autoría Propia

¹² Pierre Bourdieu. *El sentido social del gusto*. (Buenos Aires: Siglo Veintiuno, 2010), 254.

productos, que en economía se le plantea como la última fase del proceso de producción), en función de que cuando adquirimos un bien o presenciamos un servicio, su valor simbólico prevalece a su valor material.

El consumo, al igual que las demás prácticas culturales, constituye el centro de la construcción de identidades, pues los individuos nos afirmamos como nos vemos y también cómo queremos ser vistos y la forma en que vemos lo que vemos. En esa medida, el consumo cultural nos incluye a la vez que nos excluye. Ya que nos diferencia entre miembros de una sociedad, tal como lo menciona Canclini:

Aun en los casos en que el consumo se presenta como recurso de diferenciación, constituye, al mismo tiempo, un sistema de significados comprensibles tanto para los incluidos como para los excluidos. Si los miembros de una sociedad no compartieran los sentidos asignados a los bienes, su posición no serviría para distinguirlos; un diploma universitario o la vivienda en cierto barrio diferenciado a los poseedores si su valor es admitido por quienes no lo tienen. Consumir es también, por tanto, intercambiar significados.¹³

Podemos trasladar esta relación de poseer o no un bien, a la capacidad de apreciar o no un servicio cultural. ¿Qué pasa cuando ciertos grupos pueden acceder y disfrutar de un hecho artístico, y otros no? ¿aquellos están excluidos?

Las acciones políticas culturales han fracasado en la democratización, al considerar que cuando se lleva una expresión artística a un grupo “excluido” o se lleva a este grupo “excluido” a la expresión artística, el problema mágicamente está solucionado, sin tomar en cuenta que el ejercicio del consumo cultural es un proceso de representación simbólica, definido por ecosistemas culturales; y esta representación debe ser enriquecida a través de procesos educacionales. Sobre la democratización de espectáculos teatrales Desgranges se inspira en una reflexión de Brecht:

¹³ Néstor García Canclini. *El consumo cultural una propuesta retórica. En El consumo Cultural en América Latina*. (Bogotá: Convenio Andrés Bello, 2006), 38.

Todas las personas pueden entender y sentir placer con una obra de arte porque todas tienen algo artístico dentro de sí [...]. Existen muchos artistas dispuestos a no hacer arte sólo para un pequeño círculo de iniciados, que quieren crear para el pueblo. Esto suena democrático, pero, en mi opinión, no es totalmente democrático. Democrático es transformar el pequeño círculo de iniciados en un gran círculo de iniciados.¹⁴

Por lo tanto, la simple observación no es suficiente para que un consumo cultural se consolide como una *disposición duradera*, un *habitus*: esta *estructura estructurante* que define las prácticas culturales a la vez que las construye y organiza. Como lo define Bourdieu:

Sistemas de disposiciones duraderas y transferibles, estructuras estructuradas predispuestas a funcionar como estructuras estructurantes, es decir como principios generadores y organizadores de prácticas y de representaciones que pueden estar objetivamente adaptadas a su fin sin suponer la búsqueda consciente de fines ni el dominio expreso de las operaciones necesarias para alcanzarlos, objetivamente “regladas” y “regulares” sin ser en nada el producto de la obediencia a reglas y siendo todo esto, colectivamente orquestadas sin ser el producto de la acción organizadora de un director de orquesta.¹⁵

Si la intención es formar el *hábitus* de participar y valorar las diferentes expresiones escénicas, se deberá apuntar a acciones que faciliten la construcción de este “esquema generador y organizador”¹⁶, el cual no será una acción independiente, sino que está atravesada y condicionada por fenómenos sociales culturales, educativos, políticos, económicos, tecnológicos, a la vez que se relaciona con una o varias prácticas. Por esta razón, muchos son los mediadores que intervienen a la hora de fortalecer el consumo cultural. Este no es solo labor de las instituciones culturales, artísticas y de los gestores, sino también de las escuelas, los entes políticos, así como de la participación de la ciudadanía en la toma de decisiones de políticas culturales.

¹⁴ Flávio Desgranges. *Pedagogía del espectador*. (Sao Paulo: Hucitec, 2016)

¹⁵ Pierre Bourdieu. *El sentido social del gusto*. (Buenos Aires: Siglo Veintiuno, 2010), 14, 15.

¹⁶ Ídem.

Es una práctica común, por ejemplo, llevar a estudiantes de educación básica y bachillerato a presenciar obras, sin embargo, no basta con esta acción si no existe una interiorización. Si el consumo cultural depende de la capacidad de representación simbólica, por decirlo de otra manera, de la instrucción, se necesitará reforzar esta instrucción mediante el acompañamiento de educadores artístico-culturales que proporcionen las herramientas necesarias para que los individuos tengan experiencias satisfactorias. Para Jaume Cólomer, consultor cultural español, se requiere de mediadores (educadores artísticos) que acompañen y faciliten los procesos de aprendizaje para experiencias enriquecedoras durante el consumo de las manifestaciones artísticas. Él sostiene:

En la teoría del aprendizaje está claro que la experiencia y la emotividad son condiciones imprescindibles para el aprendizaje pero que éste no se produce si no hay una interiorización de la experiencia que consiste en un contraste entre la experiencia significativa reciente y la experiencia remota sistematizada en nuestra memoria, que lleva a una nueva y continua jerarquización de valores e intereses. Si las experiencias no son significativas no trascienden y, por lo tanto, no pueden ser interiorizadas. [...] En el caso de niños y adolescentes la interiorización de experiencias significativas depende mucho de los mediadores que intervienen en ellas.¹⁷

Por lo tanto, el consumo no se puede reducir en cifras o números de taquilla. Se debe prever al público como parte fundamental del hecho artístico. Para Jaume Colomer, en el hecho cultural, como experiencia humana, interactúan dos agentes:

- **Unos creadores** que invitan a otros ciudadanos a compartir sus reflexiones sobre la realidad personal o social a través de prácticas presenciales o del consumo no presencial de sus producciones.
- **Otras personas que participan** en las propuestas presenciales de los creadores o que consumen sus producciones. A estas personas las consideramos públicos, usuarios o participantes (en las políticas de democratización cultural), y

¹⁷Jaume Colomer Vallicrosa, *Estrategias para el desarrollo de públicos culturales*, Manual Atalaya Apoyo a la Gestión Cultural, Sitio Web, acceso el 30 de septiembre de 2020.

<http://atalayagestioncultural.es/capitulo/estrategias-desarrollo-publicos-culturales>.

consumidores o clientes (desde la perspectiva económica o de mercado). Y según la actividad que realizan las denominamos espectadores, telespectadores, visitantes, lectores, audiencias, etc.¹⁸

Públicos

En el marco de esta investigación entenderemos a los públicos como agentes fundamentales del acto escénico. Colomer define a los públicos como personas interesadas en participar en determinada práctica cultural, “[...] por lo que el significante "públicos culturales" es un concepto abstracto que hace referencia al universo de personas interesadas en las distintas prácticas culturales de una realidad social”¹⁹. A pesar de que ejerzan un mismo interés a este no se le puede comprender como un grupo homogéneo. Este puede ser cambiante y dinámico, responden a diferentes realidades y generan comportamientos de consumo propios. Para enmarcarlos un poco más, nos guiaremos de las diferenciaciones que hace Javier Ibacache²⁰ entre públicos, audiencias y comunidades de espectadores:

- **Públicos**, los define como un grupo de personas que realizan consumos culturales presenciales, los cuales se caracterizan por su diversidad, heterogeneidad y presencialidad. Otra característica propia es el anonimato, es decir, no necesariamente se conocen entre sí, sin embargo, se encuentran en un lugar común para compartir una experiencia.
- **Audiencias**, los considera como un grupo de personas que realizan consumos culturales no presenciales o a distancia, por ejemplo, en plataformas de streaming y de distintas disciplinas propias de las industrias creativas que estarán caracterizadas por su masividad y multiplicidad de motivaciones o intereses.
- **Comunidades de espectadores**, los presenta como grupos de personas que comparten un interés, un estilo de vida, una condición o problemática, y a partir de allí se involucran con la oferta artística. Están caracterizadas por la

¹⁸ Idem.

¹⁹ Idem

²⁰ Sistema de Desarrollo de Públicos fue sustentado por Javier Ibacache en una ponencia desarrollada en las clases de la Maestría de Políticas Culturales y Gestión de las Artes.

heterogeneidad, la participación y el contexto o territorio. La vinculación que ellas establecen con las organizaciones no solo se canaliza a través de la participación en actividades y propuestas artísticas. Al identificarlas e integrarlas, pueden también enriquecer a los espacios con sus intereses y propuestas y constituirse en un canal de vinculación entre sus miembros o grupos asociados.

Comprenderemos a los públicos de artes escénicas como un grupo de personas, heterogéneas, reunidas en un determinado tiempo y espacio, en donde su presencia es necesaria y determinante para completar el acto escénico, sobre el cual expresan sus juicios y le dan valor según su capital cultural.

De igual forma, se puede dividir a los públicos en función a los hábitos de consumo frente a las propuestas artísticas, para lo cual plantearemos las diferenciaciones de Colomer²¹ y las definiremos en el contexto de las artes escénicas.

- **Públicos con demanda inexistente o negativa.** Son públicos que no han tenido ningún acercamiento con las artes escénicas, o que las experiencias no han sido significativas o satisfactorias, por lo mismo no hay ningún interés. Incluso se da que estos públicos consideran ir al teatro como una actividad *aburrida*.
- **Públicos con demanda latente.** Existe el interés de participar en alguna actividad escénica, por lo general este interés es causado por comentarios de terceros, sin embargo, existen barreras que no les permite acceder. Estas pueden ser **barreras físicas** determinadas por el territorio, se encuentra lejos de los teatros; **barreras económicas**, lo interesados no cuentan con el capital económico para poder costear una entrada o poder movilizarse al espacio cultural; **barrera intelectual** conectada directamente con el capital cultural, sin el cual es difícil poder decodificar o interpretar, para que surja una apropiación del hecho escénico²².
- **Públicos primerizos.** Estos ya han tenido una o varias experiencias, pero aún no las han interiorizado al punto en el que se puedan convertir en un hábito. En el contexto local, por lo general, estas experiencias se dan en las escuelas, cuando

²¹ Jaume Colomer Vallicrosa, *Estrategias para el desarrollo de públicos culturales*, Manual Atalaya Apoyo a la Gestión Cultural, Sitio Web, acceso el 30 de septiembre de 2020.

<http://atalayagestioncultural.es/capitulo/estrategias-desarrollo-publicos-culturales..>

²² Algunos teóricos los plantean como **accesos**: físico, económico e intelectual.

estudiantes son llevados a presenciar teatro, ópera o danza, generalmente. Sin embargo, estas experiencias son escasas, y no hay un proceso de educación artística previa o posterior que ayude a aprender y entender estas prácticas.

- **Públicos ocasionales.** Estos son públicos con un cierto grado de consumo cultural. Deciden ir a los teatros por influencia de terceros, por publicidad, información en las redes sociales, entre otros factores. También tienen un carácter selectivo a la hora de decidirse a asistir. Se da el caso que existen públicos que solamente asisten a festivales u obras de ciertos artistas. Este tipo de consumo puede irse consolidando y transformarse en público regular.
- **Público regular.** Tienen cierto patrón. Su asistencia puede tener distintas intensidades. En ciudades como Cuenca, donde la oferta es esporádica y no existe aún una dinámica de temporadas regulares o centros culturales que cuenten con programación permanente, es muy difícil consolidar públicos ocasionales en públicos regulares.
- **Públicos amigos o colaboradores.** Son públicos dispuestos a colaborar con el desarrollo de una propuesta escénica, porque se sienten identificados con sus valores, objetivos o estéticas. Las colaboraciones pueden ser de distinta naturaleza: tiempo, dinero, difusión o prescripción.

Entender a los públicos desde su diversidad y heterogeneidad, a la vez que reconocer que su presencia depende de una diversidad de factores que se deberán identificar, nos ayudará a establecer estrategias que puedan garantizar la presencia de públicos como públicos regulares o incluso colaboradores.

Formación de públicos

En el marco de esta investigación para referirnos a la **formación de públicos**, nos orientamos hacia las categorizaciones operacionales que distingue Javier Ibacache,²³ quien plantea un Sistema de Desarrollo de Públicos que tenga una visión sinóptica de estrategias y

²³ Sistema de Desarrollo de Públicos fue sustentado por Javier Ibacache en una ponencia desarrollada en las clases de la Maestría de Políticas Culturales y Gestión de las Artes.

acciones basadas en las necesidades y características particulares según la naturaleza de la carencia que se identifica en el sector. A través de esta identificación, propone líneas de acción utilizadas y potencialmente utilizables por organizaciones públicas o privadas y espacios culturales. Ibacache distingue cuatro líneas de acción:

- **Creación de públicos:** implica estrategias de mediación cultural, animación cultural, extensión artística, orientados hacia los llamados “no públicos”.²⁴
- **Ampliación de públicos:** se trabaja con *marketing* cultural, *marketing* relacional y *marketing* digital. El objetivo es ampliar el interés y consumo cultural de asistentes ocasionales.
- **Fidelización de públicos:** sus estrategias se enfocan en públicos habituales y se busca profundizar en el compromiso de estos públicos a las actividades artísticas. Sus herramientas pasan por gestión de comunidades, redes y voluntariado, sistemas de promoción o *ticketing*.
- **Formación de públicos:** su eje de acción son mediación y educación artísticas desarrollados a través de iniciativas, proyectos o programas. Enfocados principalmente hacia públicos potenciales, se busca trabajar en las distintas dimensiones del capital cultural.

Además, el Sistema de Desarrollo de Públicos vincula estas acciones y estrategias con los lineamientos de acceso (Formación de públicos), participación (Fidelización de públicos) y diversificación (Creación de públicos y Ampliación de públicos) que pueden ser impulsados por políticas culturales, que sirvan como herramienta para facilitar la labor de un diseño de programas.²⁵

²⁴ Personas que tienen bajo capital cultural e interés por las expresiones artísticas, principalmente por situación de vulnerabilidad, marginalidad y distancia territorial.

²⁵ Sistema de Desarrollo de Públicos fue sustentado por Javier Ibacache en una ponencia desarrollada en las clases de la Maestría de Políticas Culturales y Gestión de las Artes.

Sistema de Desarrollo de Públicos

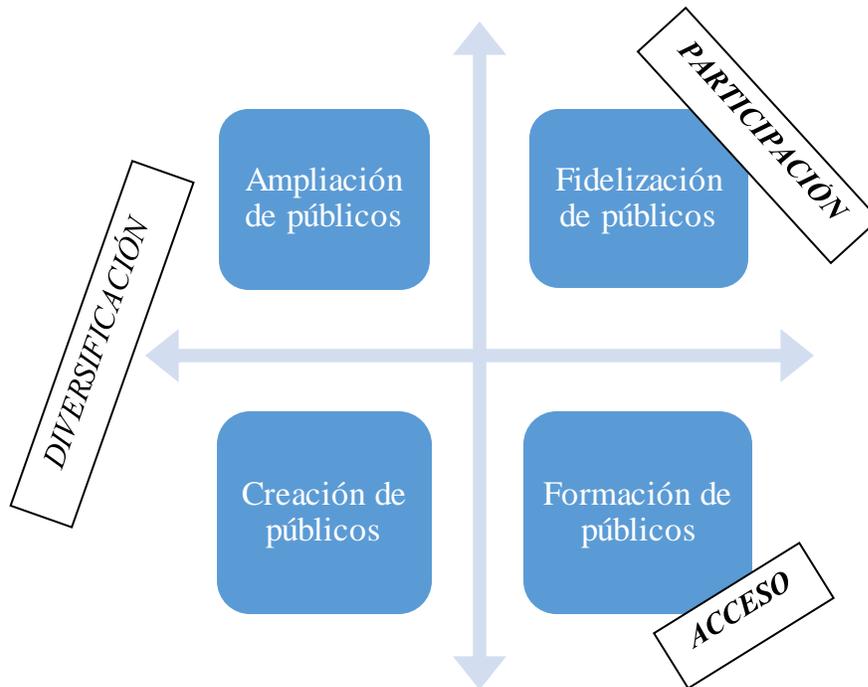


Ilustración 2.²⁶

El trabajo de Ibacache nos da un panorama más acertado sobre las líneas de acción cuando se habla de desarrollo de públicos. Por otro lado, el planteamiento de estas estrategias variará dependiendo de los agentes e instituciones, así como los intereses y la capacidad de gestión administrativa y económica, de dichos agentes e instituciones.

Andrea H. Hanna, en su trabajo de final de maestría en la Universidad de Buenos Aires, titulado: “Análisis de las políticas públicas vinculadas a la formación de públicos”, nos permite visualizar un gráfico de Cristian Antoine, que demuestra las distintas dimensiones que intervienen a la hora de elaborar un plan de desarrollo de audiencias:

²⁶ Referencia: Sistema de Desarrollo de Públicos, sustentado por Javier Ibacache

Dimensiones de un plan de desarrollo de audiencias

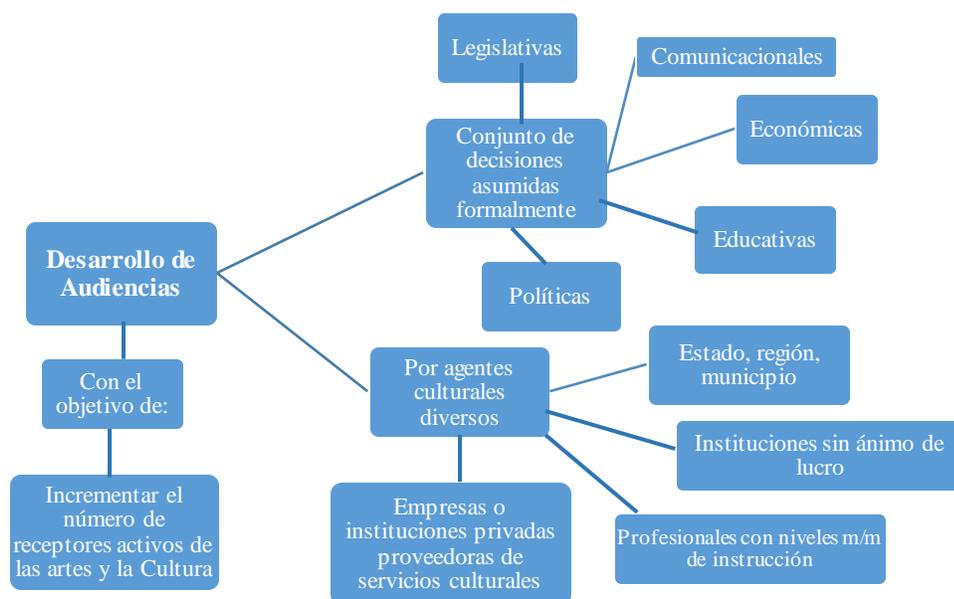


Ilustración 3.²⁷

Como podemos observar, el trabajo de planes estratégicos, así como las políticas que puedan impulsarlos, deben ser pensadas de manera integradora considerando a los diferentes entes que construyen una sociedad.

Por otro lado, las investigadoras en desarrollo de audiencias Macarena Cuenca-Amigo y Amaia Makua, en su artículo publicado en *El Deusto Social Impact Briefings* (DSIB)²⁸ plantean el carácter de largo plazo que debe tener cualquier acción de desarrollo de públicos o audiencias.

²⁷ Referencia: Andrea H Hanna, *Análisis de las políticas públicas vinculadas a la formación de públicos*, Maestría en Administración de Organizaciones del Sector Cultural y Creativo orientación Artes Escénicas. (Universidad de Buenos Aires, Facultad de Ciencias Económicas, 2017), 78.

²⁸ Revista que recopila investigaciones llevadas a cabo por la Universidad de Deusto en Bilbao.

El desarrollo de audiencias debe ser una estrategia organizacional dirigida a crear y mantener relaciones a largo plazo con públicos actuales y potenciales.

1. Debe considerarse en un horizonte de largo plazo
2. Debe trascender el ámbito de una función específica (por ej. *marketing*) para centrarse en la organización en su conjunto.²⁹

Entre las políticas y estrategias que se pueden generar para la formación de públicos, las que más exigen un esfuerzo a largo plazo, son las acciones dirigidas a públicos en edades tempranas, para los cuales se deben pensar en propuestas didácticas y transversales entre diferentes campos, en donde la estrategia no es suficiente con campañas de *marketing*. Se debe pensar en el público escénico como un sujeto que incorpora un gusto al cuerpo, como una práctica que ocupa y crea mediante la percepción del espectáculo, y no como un ente pasivo o en un número para satisfacer las estadísticas, como el espectador televisivo, como ese *consumidor-esfinge*, que podemos encontrar en las reflexiones de Michel de Certeau:

Enigma del consumidor-esfinge. Sus fabricaciones se diseminan en la cuadrícula de la producción televisada, urbanística y comercial. [...] Proteiformes entonces, o grises, desaparecen en las organizaciones colonizadoras cuyos productos ya no dejan el sitio en el cual los consumidores pudiesen identificar su actividad. El niño garrapatea todavía y mancha su libro escolar; aun cuando sea castigado por este crimen, se hace un espacio, firma su existencia como autor. El televidente ya no escribe nada sobre la pantalla del receptor. Resulta despojado del producto, excluido de la manifestación. Pierde sus derechos de autor, para volverse, pareciera, un mero receptor, el espejo de un actor multiforme y narcisista.³⁰

Entender al público como este niño que quiere plasmar su firma de existencia, nos permite trabajar estrategias más profundas, proyectadas a facilitar las herramientas, que enriquezcan el hecho escénico como un espacio para el diálogo; una conversación tanto

²⁹ Macarena Cuenca-Amigo, Amaia Makua, *Cómo situar al público en el centro de tu gestión. Guía para implantar un enfoque de desarrollo de audiencias en las organizaciones culturales*, N° 3, (2002), 14.

³⁰ Michel de Certeau. *La invención de lo cotidiano*. (México D.F: Universidad Iberoamericana, 2000), 37.

interna como externa con la obra, no necesariamente con los autores, sino consigo mismos y con los demás individuos con lo que se ha compartido la experiencia.

Cuando se habla de formación de públicos es importante identificar factores que influyen en la construcción de un capital cultural, llevando en cuenta el nicho étéreo de los individuos, que los hace estar más predispuestos para la construcción de diferentes prácticas. Por ejemplo, diferentes estudios han demostrado que entre más tempranas edades un sujeto entra en contacto con una manifestación, más interesados se mostrarán a lo largo de su vida. En “Pedagogía del espectador”, de Flávio Desgranges³¹, este menciona un estudio del sociólogo holandés T. Kamphorst, quien investigó la manera por la cual el público adulto había sido sensibilizado la primera vez para diversos eventos. Y cómo esto influía en sus hábitos:

Él calculó, en seguida, las posibilidades de un adulto ir “x” veces a conciertos o al teatro, en función de la edad en que él había sido socializado para este evento. Los resultados son bastante interesantes. Tratándose de un concierto, él muestra que, si nosotros no hubiéramos adquirido el hábito entre los cinco y los ocho años, tendremos mucha dificultad de ir a un concierto de música clásica más tarde. En lo que concierne a los museos, [el hábito se adquiere] entre los ocho y los doce años; en lo que se refiere al teatro, entre los doce y los quince años. [...] aunque sabiendo que no hay edad precisa para estar más abiertos, existen determinados períodos en que estamos más receptivos que otros. (Sáez, 1989, p. 33)³²

³¹ Profesor del Departamento de Artes Escénicas de la USP. Coordinador de iNerTE – Inestable Núcleo de Estudios de Recepción Teatral (www.eca.usp.br/inerte). Autor de los libros: *A Inversão da Olhadela: alterações no ato do espectador teatral*; *Teatro e Vida Pública: o fomento e os coletivos teatrais de São Paulo* (org.); *Pedagogia do Teatro: provocação e diálogo*; y *A Pedagogia do Espectador*.

³² Flávio Desgranges. *Pedagogía del espectador*. (Sao Paulo: Hucitec, 2016)

Edad ideal para las primeras experiencias artísticas. Según estudio de T. Kamphorst

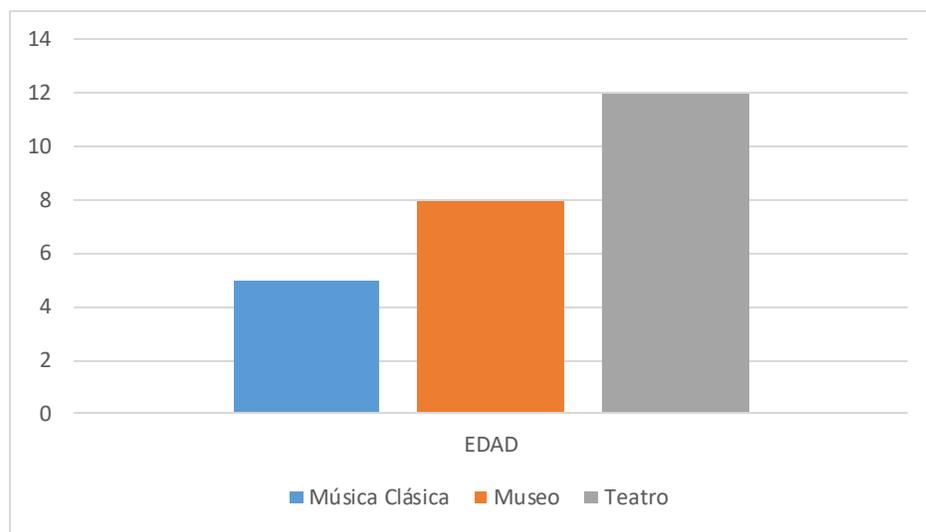


Ilustración 4.

Por ello, la formación de públicos debe estar estrechamente vinculada con procesos de educación. No obstante, existe una predisposición por parte de las instituciones estatales, principalmente, que arraigan a la educación artística como una actividad exclusiva de los artistas, sin pensar en la potencialidad que tiene esta para fomentar el interés de los niños, niñas y adolescentes hacia las artes, y su importancia en la generación de construcciones de carácter identitario y humano. Álvaro Marchesi, Secretario General de la OEI, plantea:

Lo cierto es que el avance de la investigación psicológica, la neurociencia, la educación y los valores ha subrayado la importancia de las artes como espacios que brindan la posibilidad de transformación de la dimensión humana, tanto en los ámbitos del conocimiento como en los afectivos sociales y espirituales.³³

Por lo tanto, la educación debe estar proyectada a la comprensión de códigos y lógicas, al igual que los procesos (históricos) de profesionalización y preparación de los diferentes productos artísticos, mas no a la discriminación de lenguajes y estéticas escénicas. En la

³³ Lucina Jiménez, Imanol Aguirre, Lucía G. Pimentel, *Educación artística, cultura y ciudadanía*. (Madrid: Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura (OEI)), 7.

decodificación habrá significaciones que pertenecerán solamente al individuo: las apreciaciones, sus lecturas y lo que se fabrique en las psiquis a partir de ello, son de uso exclusivo de los sujetos.

Flávio Desgranges en su libro, *La Pedagogía del Espectador* nos recuerda los planteamientos de Bertolt Brecht, donde sustenta que para consolidar la apreciación escénica es fundamental conocer las reglas que componen al acto teatral, apelando, de esta forma, no solo al valor intrínseco del acto de asistir a un espectáculo de artes escénicas, sino a la importancia de la educación artística que fomente una investigación y reconocimiento de los códigos teatrales y los procesos que conlleva la realización de un montaje escénico. De esta forma, ayudará a la construcción de un *espectador iniciado* del que nos hablaba:

Brecht soñaba con un público teatral constituido de iniciados, espectadores aptos para evaluar las propuestas mostradas en escena, listos para elaborar un juicio acerca de los significados presentes en los elementos escénicos. El autor alemán quería que los espectadores de teatro fuesen especializados como el público de un evento deportivo, que conoce las reglas del juego, su historia, sus enredos y fundamentos técnicos. El conocimiento táctico y técnico del juego permite que el espectador deportivo, aunque emocionalmente envuelto con el partido, identificado con los “héroes” en el campo, cuestione la actuación de los jugadores. En los partidos de fútbol, podemos percibir con claridad esta actitud del espectador iniciado en presencia de un espectáculo deportivo, actitud que reúne tanto el profundo compromiso emocional como la postura crítica acerca del evento.³⁴

En este sentido, la educación artística, sin que se ofrezca como fórmula garantizada, se convierte en un campo de reflexión y práctica educativa emergente, ante el cual, cada vez más, existe el reconocimiento de que sin las artes es difícil ensanchar la comprensión y la construcción del mundo, y de que, asumido como experiencia y práctica transformadora, estimula cambios individuales de percepción en el entorno personal, social y comunitario a partir de explorar y asumir diversas prácticas éticas y estéticas.

³⁴ Flávio Desgranges. *Pedagogía del espectador*. (Sao Paulo: Hucitec, 2016)

Políticas Culturales

Las políticas culturales son creadas para dar resolución a problemas públicos. Buscan dar respuesta desde el sistema institucional y administrativo a una situación de realidad social-cultural que es considerada como problemática. También deben ser pensadas desde la transversalidad de su impacto en una sociedad pues traspasan por varios principios, tal como sostiene el catedrático Joan Subirats:

Las políticas culturales han surgido y se han desarrollado, en la mayoría de países occidentales, a partir de cuatro grandes principios: en primer lugar por el valor estratégico de la cultura como difusor de estándares simbólicos y comunicativos; en segundo lugar como base en la que fundamentar las identidades colectivas, y por tanto las identidades de las naciones y de los estados; en tercer lugar, por tener efectos positivos, tanto económicos como sociales, al desarrollar la creatividad, la autoestima y una imagen positiva de las personas y los territorios; y finalmente por la necesidad de preservar el patrimonio colectivo de carácter cultural, histórico o natural.³⁵

A la vez, no se puede pensar en políticas culturales sin considerar o tener como punto de partida los derechos culturales. Sin embargo, para identificar estos derechos, es necesario ubicarnos en un concepto de cultura. Tomaremos como referencia el desarrollado en la ‘Conferencia Mundial sobre las Políticas Culturales’, evento organizado en 1982 por la UNESCO en la ciudad de México DF., en donde se denomina a la cultura como:

[...]el conjunto de los rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o un grupo social. Ella engloba, además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales al ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias y que la cultura da al hombre la capacidad de reflexionar sobre sí mismo. Es ella la que hace de nosotros seres específicamente humanos,

³⁵Joan Subirats, *Políticas Culturales*, Manual Atalaya Apoyo a la Gestión Cultural, Sitio Web, acceso el 30 de septiembre del 2020, <http://atalayagestioncultural.es/capitulo/politicas-sociales/>.

racionales, críticos y éticamente comprometidos. A través de ella discernimos los valores y efectuamos opciones. A través de ella el hombre se expresa, toma conciencia de sí mismo, se reconoce como un proyecto inacabado, pone en cuestión sus propias realizaciones, busca incansablemente nuevas significaciones, y crea obras que lo trascienden.³⁶

En función de este concepto, la Conferencia afirmó los siguientes principios que deberían servir para orientar las políticas culturales:

- Identidad Cultural
- Dimensión Cultural del Desarrollo
- Cultura y Democracia
- Patrimonio Cultural
- Creación Artística e Intelectual y Educación Artística
- Relaciones entre Cultura, Educación, Ciencia y Comunicación
- Planificación, Administración y Financiación de las Actividades Culturales
- Cooperación Cultural Internacional
- Las acciones y objetivos de la Unesco (Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura).³⁷

Estos principios han funcionado como eje para pensar las políticas culturales planteadas por las instituciones y agentes culturales, para construir una agenda política. Por ello, consideramos fundamental articular a la cultura con los diferentes procesos políticos y económicos. Para García Canclini las políticas culturales se definen como:

“el conjunto de intervenciones realizadas por el Estado, las instituciones civiles y los grupos comunitarios organizados a fin de orientar el desarrollo simbólico, satisfacer las necesidades culturales de la población y obtener consenso para un tipo de orden o transformación social”.³⁸

³⁶ DECLARACIÓN DE MÉXICO SOBRE LAS POLÍTICAS CULTURALES. Conferencia mundial sobre las políticas culturales. México D.F., 26 de julio - 6 de agosto de 1982. Versión pdf. 1

³⁷ Ídem.

³⁸ Néstor García Canclini. *Cultura y Comunicación: Entre lo global y lo local*. Ed. De Periodismo y Comunicación, Nº 9, (1997), 26.

En la contemporaneidad, las políticas culturales deben considerar dos ejes a la hora de plantearse: por un lado, la articulación con las demás políticas que organizan la vida de las personas en determinadas sociedades pues “[...] la libre participación en la vida cultural está ligada a las políticas de desarrollo, de educación permanente, científico-tecnológica, de progreso social, ambiental y de comunicación”³⁹. Y, por otro, los cambios sociales a velocidades nunca vistas, causados por las tecnologías y la digitalización de las formas de relación y construcción de identidades, como la cantidad y tipologías del consumo cultural.

En lo que respecta a políticas culturales orientadas a la formación de públicos, se comprende que los hábitos no se construyen con simples acciones publicitarias o con la circulación de bienes culturales sino, en palabras de García Canclini, “[...] a través de programas sistemáticos que intervengan en las causas estructurales de la desigualdad económica y cultural”⁴⁰. Una política democratizadora orientada a la formación de públicos necesariamente debe estar regida por el vínculo sociedad - educación – cultura – arte. Estas políticas deben ser integrales, donde no solo se limiten a distribuir las propuestas escénicas, sino suministren los recursos para el desarrollo de capacidades que faciliten la decodificación de las experiencias teatrales.

Al mismo tiempo, las políticas democratizadoras, deben articular programas regulares que intervengan en las barreras (físicas, económicas e intelectuales), las cuales general las desigualdades de acceso y desarrollo de los capitales.

El objetivo de esta investigación es proponer una ordenanza pública como política cultural que impulse procesos de formación de públicos, para lo cual es importante enmarcar el carácter legal de una ordenanza pública en Ecuador.

En Ecuador, se conoce como ordenanza municipal a toda normativa creada y emitida por el Concejo Municipal de un Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal y que está relacionada a temas de interés general para la población, cuya aplicación y cumplimiento es de carácter obligatorio para los ciudadanos de un cantón.

³⁹ Patricia Román Reyes. *ESTRUCTURA Y TENDENCIA DEL CONSUMO CULTURAL EN EL ESTADO DE COLIMA*. (México DF: Universidad Nacional Autónoma De México, 2010), 178.

⁴⁰ Néstor García Canclini. *Cultura y Comunicación: Entre lo global y lo local*. Ed. De Periodismo y Comunicación, N° 9, (1997)49.

Las ordenanzas municipales son dictadas por la máxima autoridad del cantón y aprobadas por los miembros del Concejo Municipal sujetándose a lo que disponen las leyes y el marco jurídico vigente.⁴¹

En la Constitución del Ecuador también podemos encontrar el orden jerárquico, lo que ayudará a poder ubicarnos legalmente y dentro del marco regulatorio

Art. 425.- El orden jerárquico de aplicación de las normas será el siguiente: La Constitución; los tratados y convenios internacionales; las leyes orgánicas; las leyes ordinarias; las normas regionales y las ordenanzas distritales; los decretos y reglamentos; las ordenanzas; los acuerdos y las resoluciones; y los demás actos y decisiones de los poderes públicos. ⁴²

⁴¹ Ordenanzas Municipales. Acceso 22 de enero del 2021, <https://guiaosc.org/que-es-una-ordenanza-municipal/#:~:text=En%20Ecuador%2C%20se%20conoce%20como,los%20ciudadanos%20de%20un%20cant%C3%B3n.>

⁴² Constitución de Ecuador, (2008), 127.

Capítulo II

Estudio de Casos Latinoamericanos

Las políticas culturales enfocadas en el desarrollo y formación de públicos han estado presentes en distintos casos a nivel latinoamericano, desde la empresa pública hasta entidades culturales más independientes. Si bien nuestro estudio se enfocó en el campo de las artes escénicas, en el caso de estas artes es necesario una comprensión interdisciplinar de sus prácticas, ya que, como desarrollamos en el capítulo anterior, el significado que se otorga a una representación artística no es un fenómeno intrínseco propiedad del autor. Para Canclini (2010):

“muchos factores influyen en el significado de las obras y en la delimitación de lo que se entiende por arte. El relativismo implícito no implica arbitrariedad. La configuración abierta del objeto no permite decir cualquier cosa sobre él: existen contextos y autores que intervienen en la construcción del sentido”⁴³

Desde esa perspectiva, los procesos de socialización primaria y secundaria que dirigen las conductas (y el uso de las normas) de los individuos representan la manera con que los miembros de una colectividad aprenden los modelos culturales de su sociedad, los asimilan y los convierten en sus propias reglas personales de vida. Para asegurar la formación de esos valores existen canales de divulgación que, según Durkheim, se traducen en hechos sociales a partir de los cuales se generan eventos exteriores al individuo y se definen como el modo de actuar, de pensar y de sentir de quien accede a una interacción directa con los demás. Es decir, que la finalidad de la sociedad es crear miembros a su imagen.⁴⁴

Por este motivo, un programa de formación de públicos deberá plantear el trabajo interdisciplinar y adaptativo; ser capaz de involucrar el consumo de información cultural y el uso de esta. Sin embargo, los modelos de gestión de públicos vigentes se centran en el

⁴³ Néstor García Canclini. *La sociedad sin relato*. (Madrid: Katz, 2010), 224.

⁴⁴ Patricia Román Reyes. *ESTRUCTURA Y TENDENCIA DEL CONSUMO CULTURAL EN EL ESTADO DE COLIMA*. (México DF: Universidad Nacional Autónoma De México, 2010), 96.

incremento del consumo y tienen la finalidad legítima de contribuir al desarrollo de industrias culturales. Sin embargo, muchas veces, no contemplan el desarrollo integral de los públicos como ciudadanos.

Partiendo de estas premisas, y de la investigación que realicé de programas con cierta relevancia a nivel latinoamericano, en este capítulo analizamos dos casos que resultan emblemáticos tanto por la sistematización de sus procesos productivos, así como por el resultado obtenido en determinado tiempo durante su ejecución.

En primera instancia, analizaremos el caso del Centro Gabriela Mistral, en Santiago de Chile, creado en septiembre del 2010 y que, a partir del 2011, trabaja estrategias integrales de formación y desarrollo de públicos, involucrando a varios sectores de la comunidad. En este caso nos enmarcaremos en los resultados entre 2011 y 2014. En una segunda instancia, analizaremos el caso del Teatro Nacional Argentino, ubicado en la ciudad de Buenos Aires, que cuenta, desde el 2017, con un área denominada Gestión de Públicos. Traeremos al análisis el lapso de dos años; desde su creación hasta 2019.

Los dos casos plantean políticas donde se unifica programación artística con la elaboración de estrategias de formación de audiencias, poniendo al público como parte medular de la experiencia escénica. Gonzalo Vicci nos plantea la importancia de mirar al público como miembro del hecho dramático para garantizar su interés en el hecho escénico, pues la dinámica que se genera entre todos los miembros será determinante para que el público se sienta parte de la experiencia:

[...] resulta importante incorporar un enfoque que coloque a los públicos como parte de un complejo de relaciones entre diversos agentes (Castagnino, 1956) de la creación teatral, protagonistas del hecho escénico que integran y determinan los contenidos y formas del hecho artístico: el dramaturgo; la obra misma, el texto literario; el director escénico; el actor o actriz; los accesorios escénicos; el espacio escénico y por supuesto, los públicos.⁴⁵

⁴⁵ Gonzalo Vicci, *Pensando los públicos desde la educación artística y las políticas culturales*, Urdimento, Florianópolis, v.3, (2019), 125.

Puede ocurrir que, aunque el público participe de la actividad, esté excluido, muchas veces limitado a ocupar una butaca, como receptor pasivo del hecho dramático. Saber sus gustos, preferencias y realidades ayudará que lo incorporemos como agente activo que lo incluya, atrayéndolo y asegurando, así, su participación a lo largo del tiempo. Y esta no solo es labor de las instituciones que desarrollan políticas o actividades, sino que también es un interés que se cuestione la misma práctica artística. Al respecto, Ranciere nos ofrece una reflexión sobre cómo desde los espacios de creación, diversos autores, marcaron enfoques destinados a los públicos y que hasta el día de hoy podemos presenciar las consecuencias. En palabras del autor:

[...]De esta forma recuerda que, para el teatro épico de Brecht, “el espectador debe tomar distancia” y se deberá descolocar al espectador de su lugar complaciente y pasivo hacia un rol activo de indagación y experimentación, donde participe activamente de los debates expuestos en la obra, provocando la toma de conciencia de la situación social de esos espectadores y generando las condiciones para que quieran transformarla. Contrapuesta a esta postura, el paradigma propuesto por Artaud los empuja a salir de su postura de espectadores: ya no estarán sentados frente al espectáculo, sino que ahora estarán rodeados por la acción performática, quedando dentro de la escena. Queda claro que “para uno, el espectador debe tomar distancia; para el otro, debe perder toda distancia. Para uno debe afinar su mirada, para el otro, debe abdicar incluso de la posición del que mira.”⁴⁶

Frente a esto, uno de los puntos más fuertes de la gestión que realiza tanto el Centro Gabriela Mistral como el del Teatro Nacional Argentino, es que el diseño de sus estrategias incluye el campo legislativo y social en concordancia con la propuesta artística y sus lenguajes. Con lo que damos paso al análisis de cada caso.

⁴⁶ Ranciere, Jacques, *El espectador emancipado*. (Bueno Aires: Manantial, 2010), 12.

Centro Gabriela Mistral. 2011 - 2014

El Centro Gabriela Mistral, GAM, ubicado en Santiago de Chile, se define como una corporación privada sin fines de lucro, integrado por representantes de distintas entidades en Chile, entre las cuales está el Ministerio de Cultura. Este centro cuenta con una Dirección de Programación y Audiencias, cuyo modelo de gestión unifica el diseño de programación artística y estrategias de formación de públicos, que van desde programas de educación, mediación, fidelización y participación. Se encuentra orientado por un equipo formado en distintas áreas profesionales, artes, ciencias sociales y gestión obteniendo, en la transversalidad de enfoques, estrategias que respondan al medio y sus necesidades.⁴⁷

Analizaremos la gestión entre 2011 al 2014, lapso considerablemente corto cuando se trata de estrategias de formación de públicos, pero, sin embargo, podremos observar un crecimiento del 165 % de participación con resultados visibles:

“[...]diversificación de públicos (que revela un predominio de los sectores medios de la población de acuerdo al nivel socioeconómico y comuna de procedencia, y de jóvenes menores de 30 años), aumento en el número de visitantes (en 2014 este indicador se empujará a 1 millón 600 mil visitas, casi el triple respecto del primer año de apertura), incremento en el porcentaje de ocupación de salas (65% en 2013, lo que representa un incremento de 6 puntos respecto del año de apertura), alta tasa de fidelización (un 30% del público participa al menos 8 veces en la oferta artística durante el año) y generación de comunidades que se vinculan de manera participativa con la oferta. En el camino se han probado pilotos, ajustado programas y formas de organización, y asentado líneas de trabajo que actualmente conforman la identidad del espacio.”⁴⁸

⁴⁷ Referencia Javier Ibacache Villalobos GAM (CHILE): Un caso de programación artística de la mano del desarrollo de audiencias», CONECTANDO AUDIENCIAS, n.º 9 (2015)

⁴⁸ Javier Ibacache Villalobos, «GAM (CHILE): Un caso de programación artística de la mano del desarrollo de audiencias», CONECTANDO AUDIENCIAS, n.º 9 (2015): 5.

Total de visitas entre 2011 – 2014

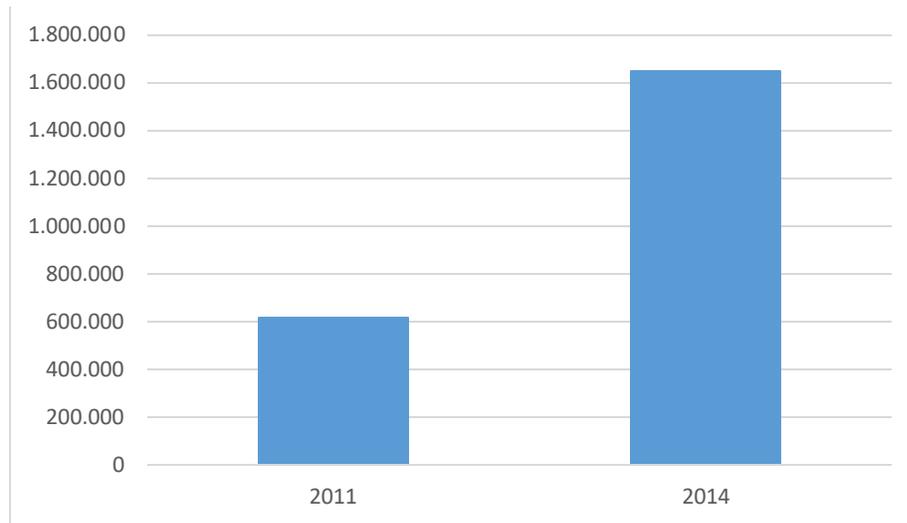


Ilustración 5.

Porcentual de Total de visitas entre 2010 - 2013

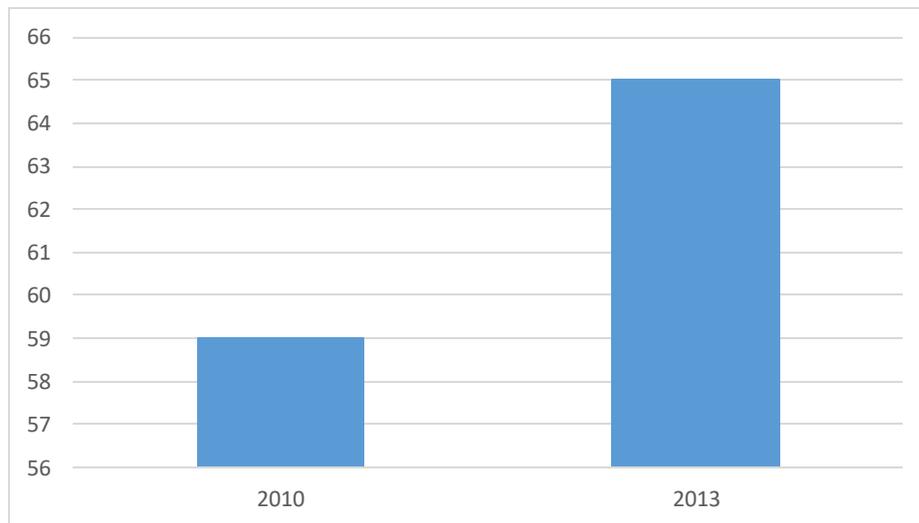


Ilustración 6.

Participación en la oferta artística 2013



Ilustración 7.⁴⁹

El GAM, como primera acción de articulación de un plan de programación, realiza un estudio de destinatarios. Como resultado, se obtiene un mapa de acuerdo con el territorio, nivel de instrucción, composición etaria, y vulnerabilidad social y participación en el campo cultural. Posteriormente, se crea los distintos departamentos de trabajo según la estrategia que se desarrolla con cada grupo: mediación, fidelización, educación, bibliotecas y estudios.

Dentro del GAM dichos estudios han dado como resultado iniciativas enfocadas a la:

- **Formación de públicos y educación**, como el Taller de Jóvenes Críticos, enfocado en adolescentes de educación media, Taller de Jóvenes Productores, que incentiva la generación de proyectos culturales a cargo de estudiantes universitarios; sala didáctica de artes escénicas, que se centra en la primera infancia; conciertos educativos y seminarios de apreciación artística escénica.
- **Fidelización de públicos**, como el Club GAM del Adulto Mayor; sistema de membresías para profesores y residentes de la comuna.

⁴⁹ El 30 % del público participa al menos 8 veces en la oferta artística durante el año.

- **Vínculos con la comunidad y mediación**, como recorridos a cargo de personas ciegas o con discapacidad visual; talleres de lectura para distintos niveles; proyecto Barrio Escuela que ha trabajado con jóvenes en riesgo social de comunas apartadas.

El estudio de públicos también sirvió para trabajar estrategias de fidelización con enfoques del marketing de las artes, que se dirigen a quienes toman parte activa en la oferta artística, con políticas de precios diferenciadas. Una de las acciones más interesantes es el trabajo con las comunidades que han ido ocupando el espacio, de forma esporádica: grupos de k-pop, patinadores, intérpretes de danza urbana, yoguis, boxeadores. “En estos casos, el desafío es sostener el consumo cultural mediante la generación de experiencias satisfactorias y el establecimiento de vínculos de diálogo y confianza que permiten profundizar en el conocimiento de las variables que definen a los públicos objetivos.”⁵⁰ Esta manera de democratizar e integrar a la comunidad desde sus intereses, crea sentidos de apropiación con el espacio y un acercamiento a las propuestas artísticas.

Las acciones de la institución han generado resultados palpables comparando los años en que se creó el programa y los años finales del estudio. Por ejemplo, en el 2011, primer año de gestión del GAM, el total de visitas fue de 621.180, que, comparada con la alcanzada en el 2014, de 1.646.193,⁵¹ según *Ilustración 4*, expresa un incremento considerable en un rango de tiempo limitado. Lo anterior evidencia el impacto positivo gracias a las actividades y programas orientados a la formación de públicos, las mismas que se desarrollan de manera integral con todos los miembros de la comunidad, dialogando con las dinámicas sociales que se generan alrededor de espacio tanto físico como intangible. Esto convierte su gestión un modelo referente para la formación de públicos.

En 2011, el centro contaba con la programación de 814 funciones, considerando teatro, danza, música y cine documental, beneficiando a un total de 2.035 creadores, productores y gestores culturales. A estas funciones asisten un total de 86.082 espectadores. En comparación con los años siguientes, este año se caracterizó fundamentalmente por el

⁵⁰ Javier Ibacache Villalobos, «GAM (CHILE): Un caso de programación artística de la mano del desarrollo de audiencias», CONECTANDO AUDIENCIAS, n.º 9 (2015): 7.

⁵¹ Reporte de actividades de públicos GAM 2014.

trabajo realizado en el Área de Audiencias, con 1.851 actividades, las cuales cuentan en total con 43.124 beneficiarios:

Actividades de formación de audiencias 2011

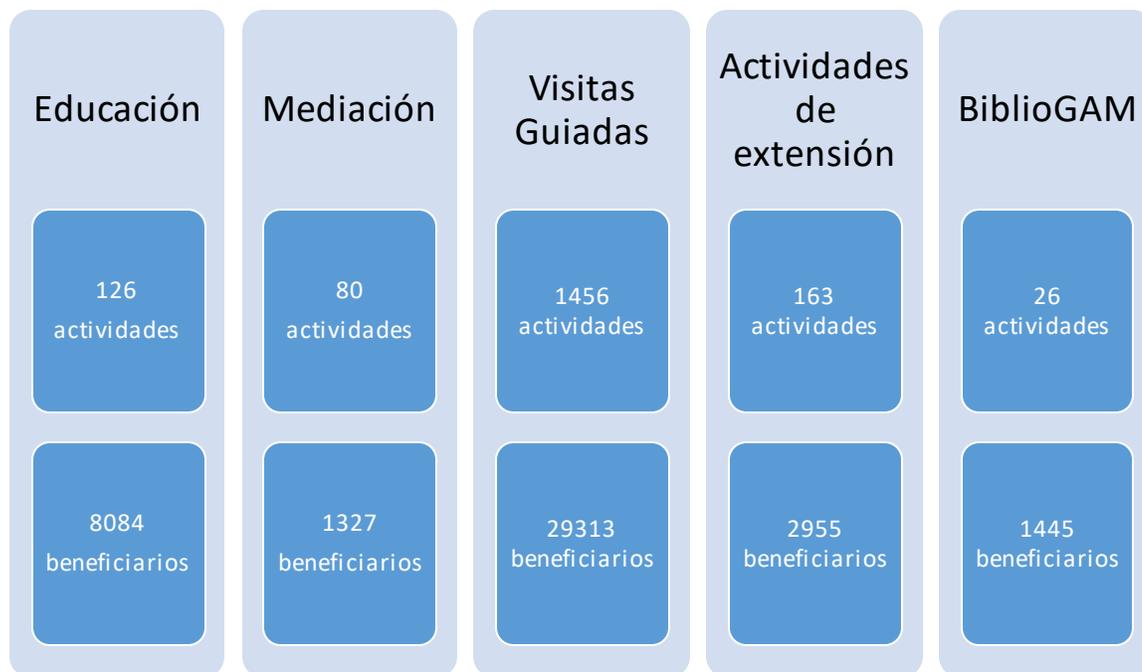


Ilustración 8.

Cabe destacar que las actividades generadas por esta área son ricas en propuestas disciplinarias, que se alimentan desde las artes musicales, artes visuales, arquitectura, artes escénicas y arte popular. Estas áreas son las mismas que comparten espacio con eventos más académicos, como, por ejemplo, dentro de las actividades de extensión se realizó el Primer Seminario de Formación de Audiencias, el que contó con invitados internacionales y que puso en análisis a los públicos como el centro de la gestión cultural. Este seminario ayudó a sentar las bases para un trabajo estratégico exitoso a la vez que sirvió de ejemplo para programas que traspasan las fronteras chilenas.

Por otro lado, también es importante destacar que el área tiene un trabajo incluyente, por ejemplo, en las actividades de Educación y Mediación que corresponden principalmente a grupos de baja participación cultural: escolares y preescolares provenientes de contextos de vulnerabilidad social, beneficiarios de instituciones de asistencia a menores vulnerados en sus derechos o infractores de ley, discapacitados, tercera edad, entre otros.

Así, podemos ver un incremento del 44,5 % en el número de visitas al edificio en el 2012, sumando un total de 897.492 y, específicamente en actividades de formación de audiencias, hubo un incremento del 32,7% respecto al año 2011, contando con 524 actividades, siendo beneficiarios de estas actividades 22.870 personas:

Total de visitas entre 2011 2012

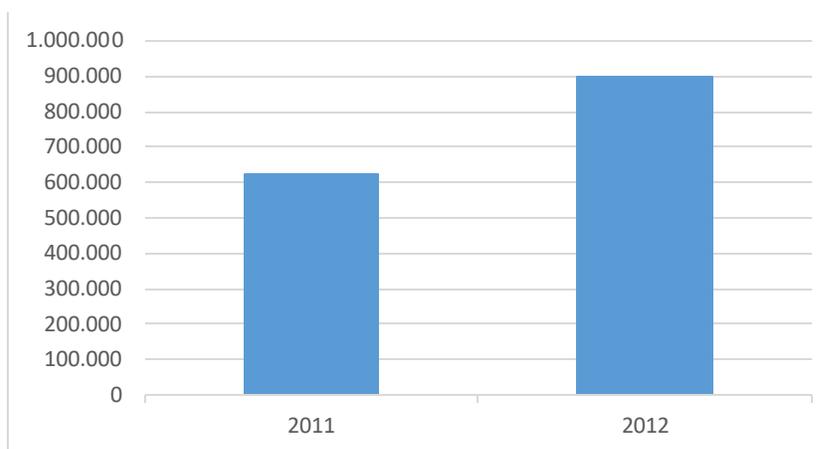


Ilustración 9.

Actividades de formación de audiencias 2012

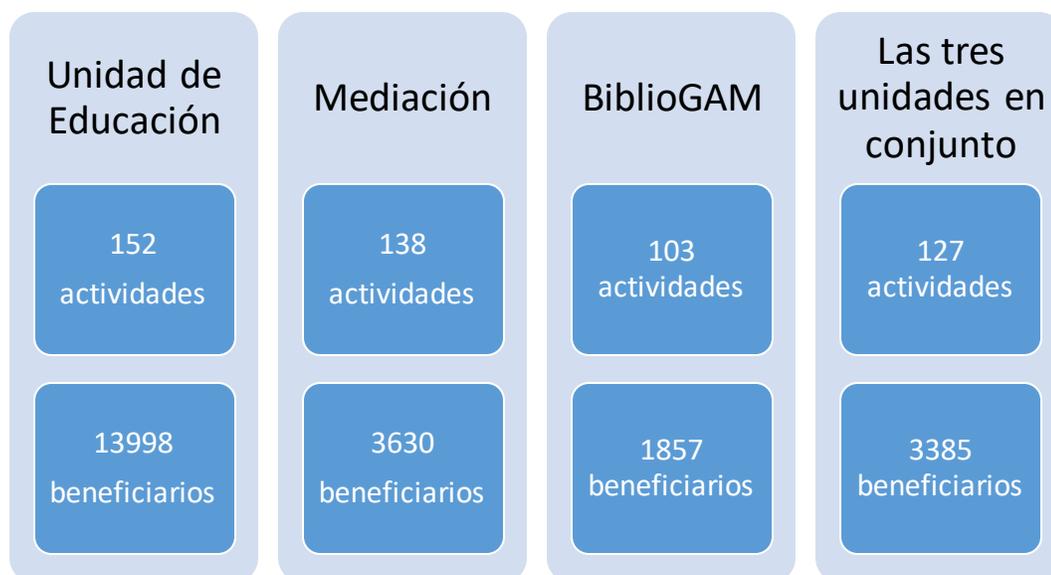


Ilustración 10.

Es importante reconocer que las actividades de formación de audiencias deben mantener este carácter continuo y diverso. Además, es necesario impulsar el desarrollo del capital cultural de los públicos, lo cual, según la experiencia bibliográfica y práctica con la que trabajó el centro, posibilitaría fidelizarlos en el futuro. Como podemos ver, las actividades varían pues la capacidad de ir afinando las estrategias en el camino fortalece toda práctica cultural, ya que permite encontrar los mejores métodos para acercarse al público y potenciar su participación.

En el año 2013 se visualizó una tendencia de alza en la participación de los distintos públicos, sumando un total de 1.000.663 visitas al centro.

Total de visitas entre 2011 – 2012 - 2013

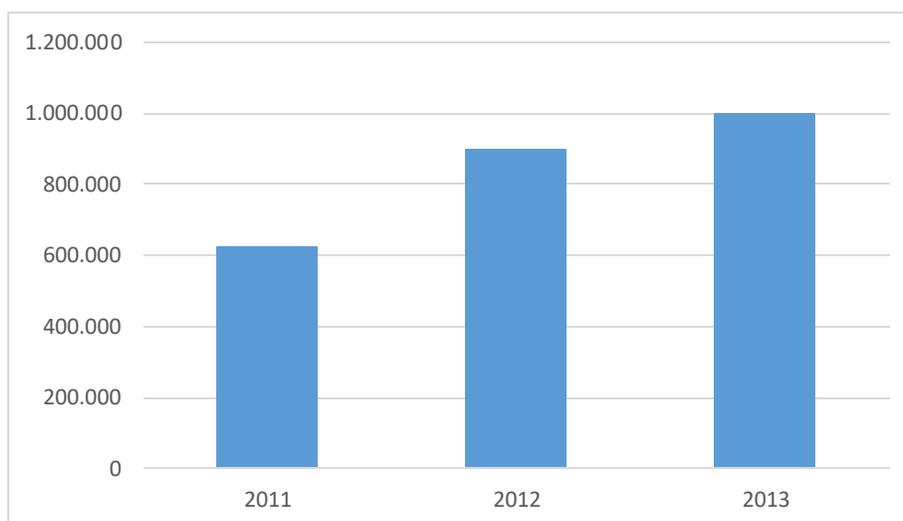


Ilustración 11.

Aunque es muy temprano para afirmar que esta tendencia al alza se deba específicamente al trabajo de formación de audiencias, no se puede negar una directa conexión entre las actividades generadas por esta área y la asistencia a las diferentes propuestas artísticas desarrolladas en el centro. Por ejemplo, el público que asistió a las funciones de artes escénicas y musicales en salas alcanzó un total de 88.104 espectadores, cifra que representa un incremento del 11,7 %, respecto al 2012.

En lo que refiere específicamente al área de formación de audiencias durante el 2013, no se evidenció una mayor diferencia con el 2012, tomando en consideración el número de

actividades presentadas, con un total de 521 actividades. Sin embargo, hubo un aumento de 13,4 % en beneficiarios, llegando a 25.944 personas:

Actividades de formación de audiencias 2013

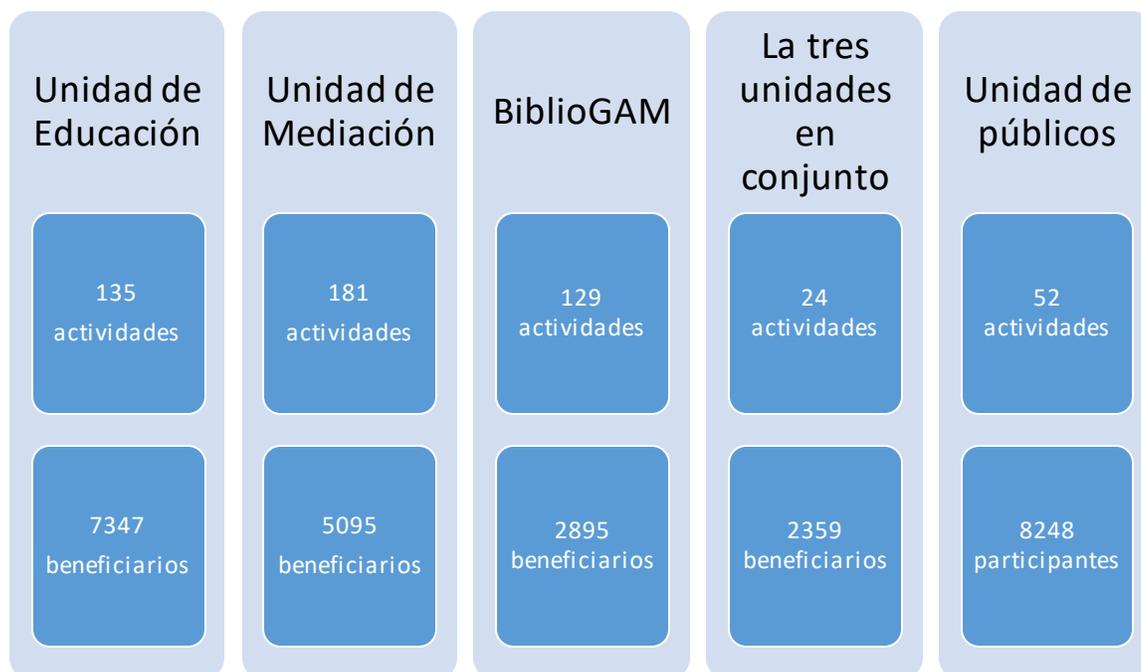


Ilustración 12.

Como podemos observar, el 2013 se implementó un denominado Unidad de Públicos. Este departamento se planteó el objetivo de desarrollar estrategias de fidelización. Al analizar esta nueva línea de acción se podría deducir que el incremento de concurrencia dentro de las diferentes actividades del centro lleva a plantearse a trabajar en pos de no perder estos nuevos públicos que desarrollan interés por lo que puede brindar el espacio.

Para el 2014, la tendencia de alza es clara, alcanzando un total de 1.646.193 visitas al edificio. Durante este año, se supera en un 64,5% este índice, en comparación a las registradas en el año 2013; y un 165%, considerando el año 2011. Estas cifras las podemos ver en el

siguiente cuadro, facilitado por el REPORTE 2014 DE ACTIVIDADES Y PÚBLICOS del GAM.⁵²

Total de visitas entre 2011 – 2012 – 2013 – 2014

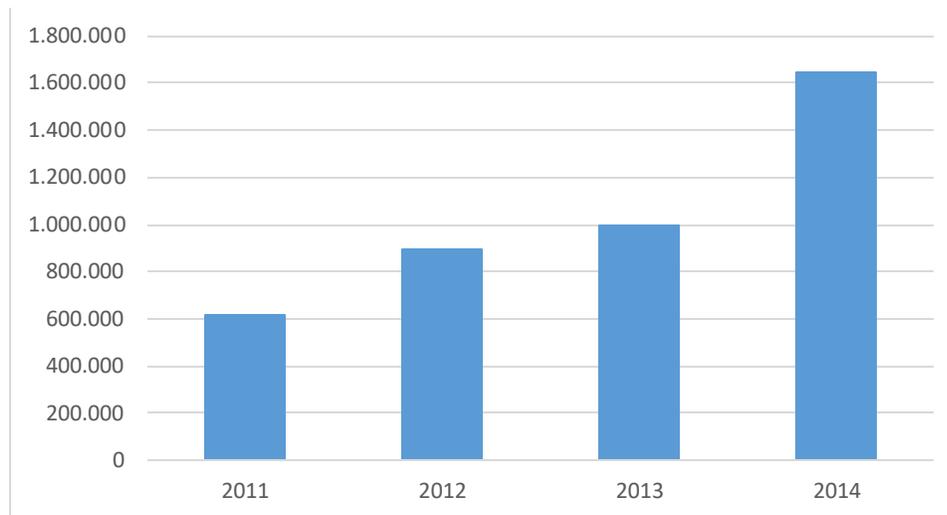


Ilustración 13.

Este año también se caracteriza por el incremento en la programación de artes escénicas y artes musicales en espacios abiertos del GAM, alcanzando 285 actividades, cifra que representa un aumento considerable en relación con los años anteriores.

Las actividades arriba mencionadas contaron con la participación de 40.381 espectadores. Los mismos que estarían distribuidos según la disciplina artística de la siguiente manera:

- 145 presentaciones de teatro, con 7.543 espectadores.
- 1 presentación de danza, con 350 espectadores.
- 17 presentaciones de música popular, contando con 4.535 espectadores.
- 118 presentaciones de circo, con 25.836 espectadores de circo.
- 4 expresiones folclóricas, con 2.117 espectadores.

⁵² Fuente REPORTE 2014 DE ACTIVIDADES Y PÚBLICOS del GAM, pág. 3. Disponible en: <https://www.gam.cl/conocenos/archivo/estudios/>

Hacer hincapié en el desarrollo de propuestas al aire libre, responde a visibilizar la capacidad de aprovechamiento y buen uso del espacio en todo su potencial. También va en la línea de generar propuestas que permitan al público romper esa barrera de distancia artista-espectador que muchas veces se desarrolla en los espacios más convencionales.

Por otro lado, durante 2014, como producto de la programación de artes escénicas tanto en salas como en espacios abiertos, “resultaron beneficiados un total de 3.517 creadores, productores y gestores culturales: 1.017 de teatro, 756 de danza, 340 de circo, 1.310 de música y 94 de otras disciplinas artísticas.”⁵³ Estas cifras evidencian que el trabajo con y para públicos, nunca puede estar desligado de la búsqueda de la profesionalización y desarrollo de los creadores escénicos como generadores de contenido artístico.

Este mismo año, en cuanto a formación y desarrollo de audiencias, se desarrollaron 804 actividades, cifra superior en un 54,3 % a la alcanzada en el 2013. Igualmente, en estas actividades de formación de audiencias, participaron 41.802 asistentes, cifra que representa un incremento de un 61,1% con relación al número de asistencias del año anterior. La distribución de las actividades fue la siguiente:

⁵³ Fuente REPORTE 2014 DE ACTIVIDADES Y PÚBLICOS del GAM, pág. 11. Disponible en: <https://www.gam.cl/conocenos/archivo/estudios/>

Actividades de formación de audiencias 2012

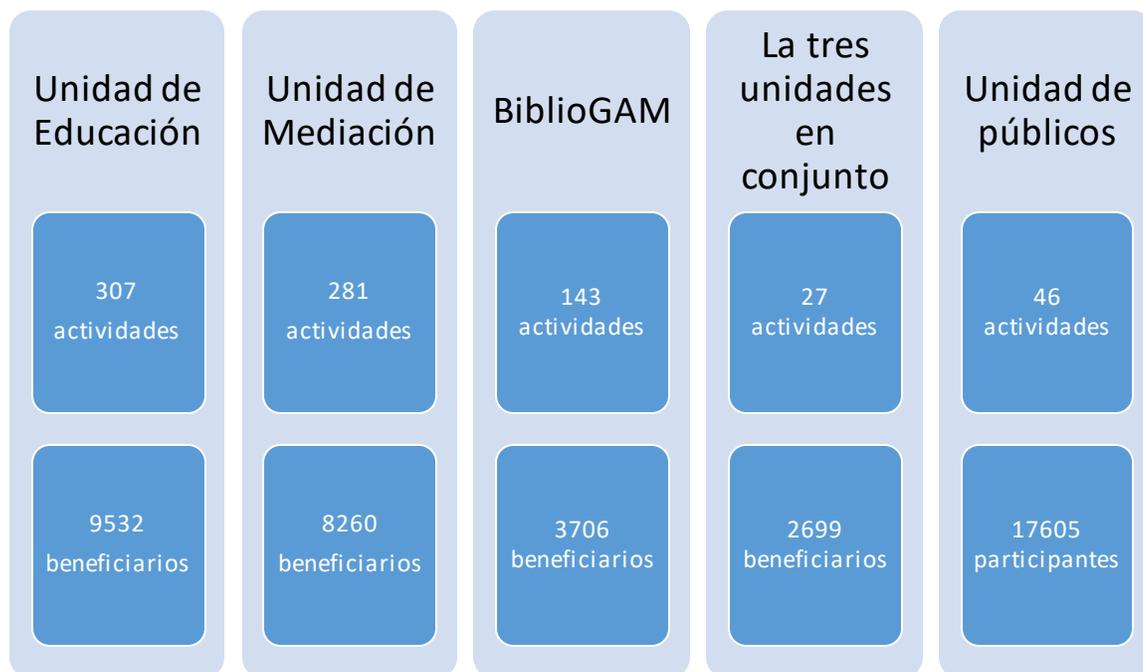


Ilustración 14.

La labor graficada en los indicadores del Centro Gabriela Mistral, durante estos cuatro años de análisis, demuestra la importancia de contar con un programa integrado en las dinámicas de una comunidad, con un oferta diversa y rica en expresiones lo que ayuda a democratizar las propuestas para los diferentes públicos. Al igual que el Teatro Nacional, en Buenos Aires, Argentina, estos dos espacios abren las posibilidades del disfrute estético con cada propuesta y principalmente con las áreas que enfocan al trabajo con públicos y su formación.

Teatro Nacional Argentino TNA y Gestión de Públicos GDP 2017 - 2019

Otra entidad que trabaja políticas enfocadas en los públicos y su desarrollo es el Teatro Nacional Argentino, ubicado en la ciudad de Buenos Aires, institución que, a través de su área de Gestión de Públicos, se ha planteado conocer a los públicos del teatro, para, de este modo, generar estrategias de democratización del acceso a las diferentes programaciones. Esto ha permitido tanto diversificar y fidelizar los públicos ya asistentes,

como también incorporar nuevos públicos, implementando un plan integral de accesibilidad cultural orientado a personas con capacidades especiales.

Para ello, las estrategias que llevan a cabo en el área giran en torno a:

- Crear nuevos canales de comunicación con todos los públicos del Teatro Nacional Argentino y una base de datos de espectadores.
- Convocar de manera abierta y desarrollar vínculos con las instituciones educativas de todos los niveles y con una diversidad de grupos y comunidades para que asistan a ver las obras seleccionadas de la programación del TNA.
- Producir material pedagógico y talleres de formación destinados a docentes y referentes de comunidades, para prolongar la experiencia de los espectadores y profundizar el trabajo entorno a estas obras. Ofrecer un taller de periodismo cultural para jóvenes iniciados en las artes escénicas y la escritura. Realizar charlas debate al finalizar las funciones mediadas con un equipo especializado en educación y artes escénicas.
- Fidelizar a los espectadores mediante la creación de un club de socios del teatro, el TNA Club, que habilita descuentos en entradas y en comercios de proximidad y un programa de Abonos para espectáculos en la sala principal.
- Desarrollar un proyecto de accesibilidad cultural que involucre la integración de públicos con y sin discapacidad mediante la realización de funciones con recursos accesibles para niños y para adultos con discapacidad visual y auditiva principalmente. Y mediante la realización de piezas de comunicación y el uso de canales de comunicación accesibles para las personas con discapacidad.
- Realizar estudios cuantitativos y cualitativos mediante las bases de datos de los públicos convocados por el área de GDP, tales como la encuesta anual de caracterización de públicos, la evaluación interna de las actividades destinadas a los

“Nuevos públicos” y la Encuesta de Satisfacción específica destinada a los “Nuevos públicos”.⁵⁴

En informes presentados por el área, se expone que, en el 2019, año que se llevaron estas acciones, la asistencia total al teatro fue de 95 mil espectadores, entre quienes el 28 % fueron resultado de la convocatoria con estas estrategias. “Si se toma en cuenta la programación, sin incluir las actividades que se realizan fuera de la misma, en 2019 el área aportó un 34% del total de espectadores del TNA (es decir 26.027 espectadores).”⁵⁵

Aporte del Área de Gestión de Públicos entre 2017 y 2019

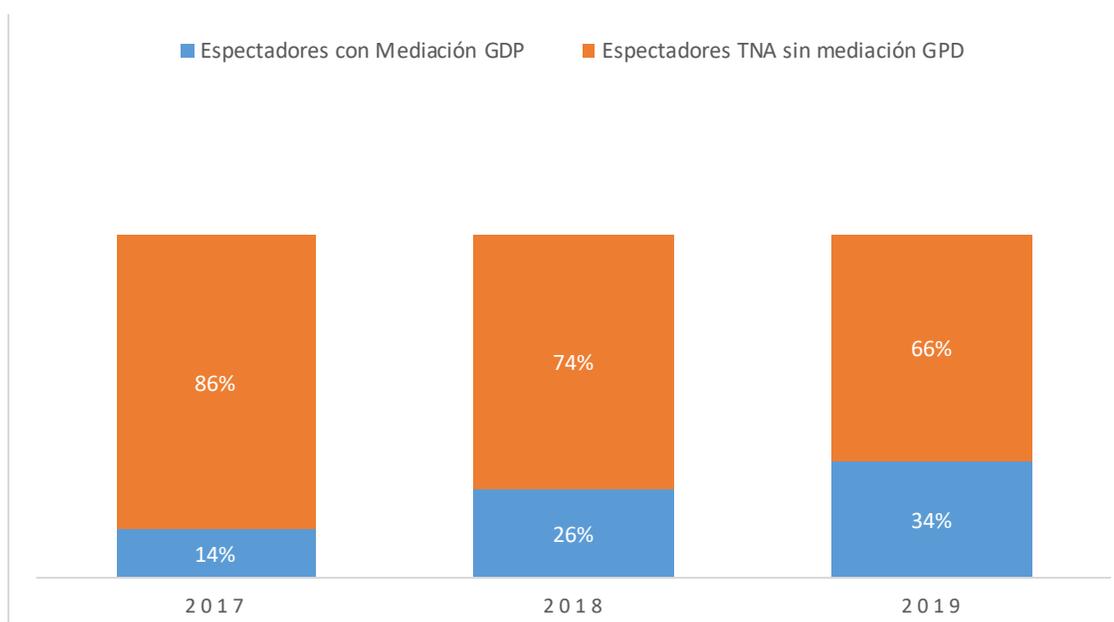


Ilustración 15.⁵⁶

Podemos observar un incremento del 20% de participación en comparación con el año de su creación, y tomarlo como referente de resultados a mediano plazo, lo cual permite afirmar el éxito y la importancia de estrategias que incidan en el aumento de convocatoria a los teatros. Al mismo tiempo, vale recalcar que el levantamiento de esta información ha ayudado a potenciar ese éxito, pues al generar un balance cualitativo y cuantitativo, permitió

⁵⁴ Teatro Nacional Argentino — Teatro Cervantes — Sistema de Información Cultural de Argentina. Ministerio de Cultura de la Nación El desarrollo de públicos en el Teatro Nacional Argentino — Teatro Cervantes. Foco en los nuevos públicos. Versión Pdf.

⁵⁵ Ídem.

⁵⁶ Fuente Teatro Nacional Argentino. Área de Gestión de Públicos. Disponible en <https://www.teatrocervantes.gob.ar/estudios-medicion/>

afinar las estrategias que se han implementado en pro de un trabajo técnico que busque los mejores caminos de acción.

Uno de estos caminos que ejecuta el Teatro Nacional Argentino es un análisis de las categorías pertenecientes a los públicos que asisten al teatro a través del área de Gestión de Públicos. Teniendo en cuenta el 34 % que aportó el área, en el 2019, se divide en:

Categorías pertenecientes a los públicos que asisten al teatro a través del área de Gestión de Públicos 2019

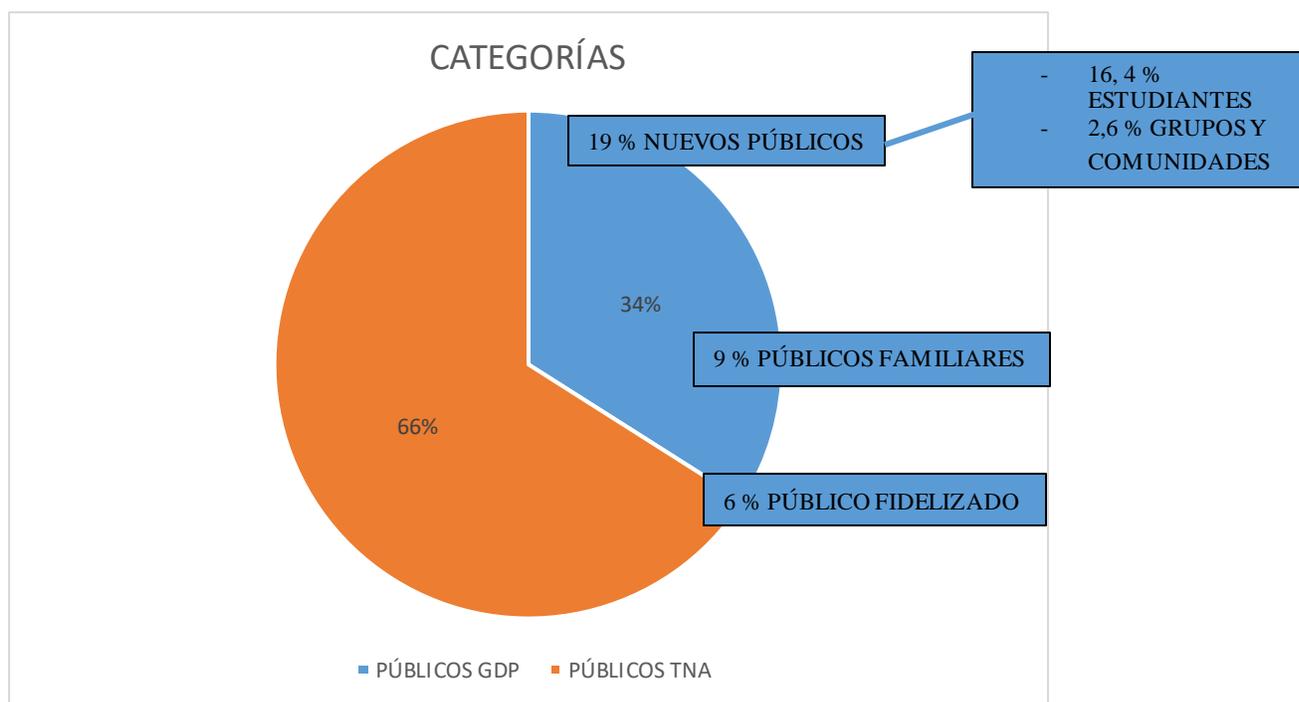


Ilustración 16.

Nuevos públicos: 19%, a los cuales subdivide en públicos provenientes de instituciones educativas alcanzando un 16,4% y públicos provenientes de grupos y comunidades (sindicatos, grupos de personas en torno a la educación no formal, colectivo LGTTBIQ+, colectivos de adultos mayores, entre otros) que representan el 2,4 %.

Públicos familiares: 9% este grupo representa a quienes asisten a la programación para todas las edades e hicieron uso del llamado “paquete familiar”, que consistía en descuentos a mayor número de asistentes.

Público fidelizado: 6% se logró fidelizar a través del área de Gestión de Públicos, mediante dos iniciativas la de TNA CLUB y a través del grupo de ABONADOS.

El área también realiza estudios comparativos entre estos tres tipos de públicos y su público regular, estudiando la forma en la que acceden al teatro para poder categorizarlos y diferenciarlos, deduciendo por ejemplo que

[...]los públicos regulares y fidelizados se componen en su mayoría por mujeres, sus espectadores tienen más de 30 años, rondan en promedio los 45 años, residen principalmente en CABA y en zona centro y los adultos mayores de 60 años tienen casi el 20% de la participación. En cambio, los Nuevos Públicos son más jóvenes. Los que provienen de Instituciones educativas (16,4%), se concentran casi en un 90% entre los 6 y 17 años. [...] y los pertenecientes a Grupos y Comunidades (2,6%), al nuclear una diversidad de organizaciones convocadas por el área de GDP, presentan una heterogeneidad aún mayor. Ésta se ve reflejada en las edades de sus espectadores, principalmente menores de 13 años (25,3%) pero también entre los 18 y los 25 años (15,8%) y también en su procedencia al tener una menor participación de residentes en CABA (39%) y mayor participación de residentes en el Conurbano bonaerense (27%) y en otras localidades de la Provincia de Buenos Aires (31%) si miramos la programación federal. Esto se debe a que el área de GDP trabajó fuertemente en convocar a Grupos y comunidades en la programación fuera de CABA, en vías de asegurar el acceso a los públicos nacionales del TNA en relación con sus lugares de procedencia y esto sólo puede realizarse si el teatro desconcentra su programación en CABA y sostiene una programación en diversas localidades y provincias del país. [...] Las personas con discapacidad, tanto niños como adultos, también tuvieron acceso a participar de la programación del TNA, en algunos casos como público en funciones sin recursos accesibles (2,2%) y en otros casos mediados por el área de GDP a través de las funciones accesibles, pensadas especialmente para ellos. Así, en estas funciones destinadas a Instituciones

educativas participaron un 36% de personas con discapacidad y en las funciones para adultos, un 38%.⁵⁷

La relevancia en el análisis de cómo los públicos acceden a la programación, y sus características, ayuda a direccionar estrategias personalizadas. Por otro lado, hacer un recuento del impacto que ha tenido el programa ayuda a fortalecerlo, dando la posibilidad de mejorar los contenidos en cuanto sean necesarios.

Los espacios culturales, así como sus agentes, hoy en día cuentan con el reto de competir con las facilidades que otorgan las nuevas tecnologías, donde el consumidor accede a una gran diversidad de actividades y espacios tanto materiales como digitales, al mismo tiempo que los hábitos de las audiencias cambian a velocidades nunca vistas, volviendo a los públicos cada vez más críticos, exigentes y participativos.

Frente a este panorama, una de las posibles causas del incremento de públicos, tanto en el Centro Gabriela Mistral, en Santiago de Chile, como el Teatro Nacional Argentino, en Buenos Aires, se debe a esa preocupación por realizar un previo estudio de públicos y, posteriormente, hacer un seguimiento recopilando los datos. Al mismo tiempo, se involucra a todos los agentes implicados dentro del hecho escénico en el aspecto creativo, como los que influyen desde las periferias. Con respecto a esto Gonzalo Vicci, nos trae una reflexión de Lucina Jiménez:

Jiménez apunta [...] la importancia de los agentes sociales externos al hecho teatral como “diseñadores y ejecutores de políticas que, enmarcan la práctica y actividad en todas sus fases: producción, difusión y consumo.” (2000, p. 129). De esta forma señala en sus diferentes grados de importancia, a los productores, ya sean instituciones de carácter público o privado; las instituciones de formación; las becas y estímulos a la creación artística, la crítica especializada en artes escénicas, la investigación y sus resultados; las organizaciones gremiales y profesionales relacionadas con las artes escénicas; la legislación y por último los medios masivos de comunicación. Esto introduce un elemento de análisis relevante y que dialoga con los abordajes

⁵⁷ Ídem

vinculados a la gestión cultural y es lo que refiere al contexto y las condiciones para el desarrollo del hecho escénico. El análisis-reconstrucción se dedica especialmente al estudio del contexto de la representación, con la finalidad de conocer la naturaleza y la extensión del o de los contextos implicados. Se puede tratar del lugar y del público de una noche determinada, de sus expectativas, de su composición sociocultural, pero también del lugar y las circunstancias concretas de la representación.” (Jiménez, 2000, p. 27)⁵⁸

A modo de conclusión, podemos deducir, a partir del estudio de casos, que existen tres frentes a considerar en relación con el desarrollo de políticas públicas en el campo de la gestión en artes en general y de la formación de públicos en particular:

1. Estudios diagnósticos: En primera instancia una fase de estudio y análisis de datos, sistemas de funcionamiento de entidades públicas, privadas y mixtas, que incluya: indicadores históricos, estudios de públicos y audiencia, estrategias de mediación, mecanismos de vinculación con la comunidad y estrategias de mejoramiento continuo.
2. Plan estratégico: En una segunda etapa se articula un plan de intervención que proponga (de acuerdo con la realidad local) plan de formación y creación de audiencias y públicos; plan de participación ciudadana; plan de accesibilidad, evaluando el contexto, políticas culturales locales: y los diversos ejes constitutivos expresados en el siguiente diagrama. Estrategias de mejoramiento continuo:

⁵⁸ Gonzalo Vicci, *Pensando los públicos desde la educación artística y las políticas culturales*, Urdimento, Florianópolis, v.3, (2019), 125.

Sistema de Desarrollo de Públicos

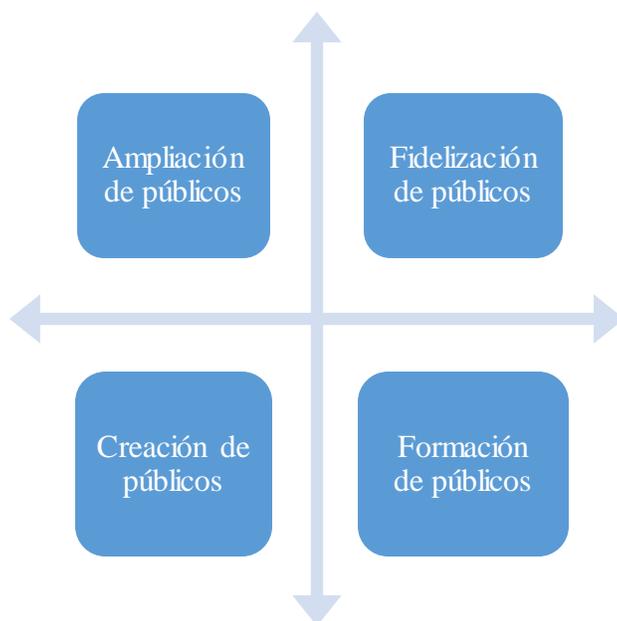


Ilustración 17.⁵⁹

3. Dentro de este último punto, el acompañamiento de procesos, tanto cualitativa como cuantitativamente, permite optimizar las estrategias de mejoramiento continuo, fortaleciendo la complejidad del entramado de desarrollo del campo de la producción, creación y circulación del mercado de las artes, así como constatar avances, logros y estrategias que resulten más eficientes.

⁵⁹ Sistema de Desarrollo de Públicos fue sustentado por Javier Ibacache en una ponencia desarrollada en las clases de la Maestría de Políticas Culturales y Gestión de las Artes.

Capítulo III

Justificación y propuesta de una Ordenanza Pública

Como pudimos observar en el capítulo anterior, existen importantes referencias latinoamericanas respecto a la implementación de Programas de formación de públicos y audiencias, cuyas trayectorias pueden servir como base para formular políticas culturales para el contexto local.

Es importante mencionar que los estudios de campos desarrollados tanto por el Centro Cultural Gabriela Mistral, en Chile, y el Teatro Nacional Argentino, sirven para delimitar y categorizar a sus públicos, lo que ayuda a proponer políticas que impulsen el acceso a bienes culturales. Por otro lado, estas políticas se articulan con otras entidades. En ambos casos, se trabaja con docentes de diferentes instituciones educativas y con grupos o comunidades en estado de vulnerabilidad. La interinstitucionalidad es imprescindible para generar acciones eficaces,

“La política cultural es indisociable de las demás políticas que afectan a la vida en la sociedad, sobre las que ejerce una influencia determinante, y que en la libre participación en la vida cultural está ligada a las políticas de desarrollo, de educación permanente, científico-tecnológica, de progreso social, ambiental y de comunicación.”⁶⁰

Las políticas culturales deben estar articuladas de/con las demás políticas. Al mismo tiempo, deben ser capaces de analizar los impactos que estas generan en una sociedad. Para ello, deberán entender como las ciudades son definidas culturalmente y que políticas u ordenanzas ya están establecidas previamente; Y cuál es su funcionalidad en el contexto.

En el primer capítulo, sustentamos conceptualmente qué son las políticas culturales. Estas no pueden ser enmarcadas como enunciados filosóficos para engrosar discursos

⁶⁰ Patricia Román Reyes. *ESTRUCTURA Y TENDENCIA DEL CONSUMO CULTURAL EN EL ESTADO DE COLIMA*. (México DF: Universidad Nacional Autónoma De México, 2010), 178.

políticos, sino deben ser impulsadas hacia acciones que compensen necesidades simbólicas, apuntando a la transformación social.

En Ecuador, las políticas inmersas en las prácticas culturales han estado presentes desde la creación de espacios exclusivos para actividades culturales, o desde la creación de las instituciones culturales o academias artísticas. Por ejemplo, en el año 1944 se crea la Casa de la Cultura Ecuatoriana, mediante un decreto que promulgó el presidente de la República del Ecuador el Doctor José María Velasco Ibarra, quien reconoce a la entidad como:

Institución orientada a fortalecer el devenir histórico de la patria y cuyo fundamental propósito busca dirigir la cultura con espíritu esencialmente nacional, en todos los aspectos posibles a fin de crear y robustecer el pensamiento científico, económico, jurídico y la sensibilidad artística de la colectividad ecuatoriana.⁶¹

Por otro lado, los primeros fondos de acceso público, cuyo objetivo era financiar programas y proyectos de carácter cultural, se establecen en 1984, en el periodo del presidente León Febres Cordero. Estos fondos, denominados Fondo Nacional de la Cultura, FONCULTURA⁶², estaban constituidos como créditos pues eran de carácter reembolsable.

Sin embargo, no es hasta el año 2007⁶³, con la creación del primer Ministerio de Cultura del Ecuador y posteriormente con la implementación de la Ley Orgánica de Cultura, en el 2016, que se piensa en políticas culturales estructuradas a fin del desarrollo de la cultura y el arte y articuladas como derechos básicos en beneficio de la sociedad y sus identidades. La Ley Orgánica de Cultura sostiene que

[...]las personas tienen derecho a construir y mantener su propia identidad cultural, a decidir sobre su pertenencia a una o varias comunidades culturales y a expresar dichas elecciones; a la libertad estética; a conocer la memoria histórica de sus culturas y a acceder a su patrimonio cultural; a difundir sus

⁶¹ Breve Historia de la Casa de la Cultura Ecuatoriana “Benjamín Carrión”. Disponible en: www.casadela cultura.gob.ec

⁶² REGLAMENTO DE FONCULTURA DECRETO No 1034

⁶³ CREACION DEL MINISTERIO DE CULTURA Decreto Ejecutivo 5 Registro Oficial 22 de 14-feb.-2007

propias expresiones culturales y tener acceso a expresiones culturales diversas;⁶⁴

Este reconocimiento da pie a la importancia de la cultura y arte como un derecho de la sociedad, por lo tanto, el implemento de políticas culturales u ordenanzas debería proyectarse a generar acciones concretas más allá del papel.

A pesar de que las políticas culturales han estado presentes en los discursos oficiales desde 1960, o que ha existido un interés por la institucionalización del arte y la cultura, por ejemplo, con la creación de la Casa de la Cultura en 1944, recién en el 2016, con la creación de la Ley Orgánica de Cultura, se piensa en la necesidad de desarrollar públicos como una política cultural, pues encontramos artículos que ponen en reglamento la formación de públicos

Art. 16.- De sus fines. El Régimen Integral de Educación y Formación en Artes, Cultura y Patrimonio tiene entre sus fines:

b) Propiciar el fortalecimiento de las destrezas y expresiones artísticas y formar públicos críticos para el ejercicio de los derechos culturales, el fortalecimiento de las industrias culturales y creativas;

Art. 113.- De sus Usos. El Fondo de Fomento de las Artes, la Cultura y la Innovación tendrá los siguientes usos:

d) La formación de públicos a través del acceso de los ciudadanos a dicha infraestructura y el disfrute de una programación artística y cultural diversa y de calidad.

Sin embargo, al acceder a los canales oficiales del Ministerio, no se encuentra información sobre el desarrollo de programas que gestionen estos lineamientos. También encontramos que, dentro de los fines, deberes, funciones o atribuciones, las instituciones culturales que existen en el país cuentan con normativas que impulsan la formación de públicos; como:

⁶⁴ Ley Orgánica de Cultura. 2016.

El Instituto de Cine y Creación Audiovisual;

Art. 133.- De sus finalidades. El Instituto de Cine y Creación Audiovisual tiene entre sus finalidades las siguientes:

e) Promover la diversificación del consumo de contenidos cinematográficos y audiovisuales y su acceso para la formación de públicos críticos;

Art. 134.- De sus atribuciones y deberes. El Instituto de Cine y Creación Audiovisual tiene entre sus atribuciones:

h) Incentivar el acceso de la ciudadanía a la diversidad de la producción cinematográfica y audiovisual y estimular la generación de públicos críticos;

La Compañía Nacional de Danza;

Art. 143.- De las atribuciones de la Compañía Nacional de Danza. La Compañía Nacional de Danza tiene entre sus atribuciones y deberes:

f) Fomentar la generación de nuevos y diversos públicos enfocados en la niñez y juventud a través de la realización de eventos de tipo didáctico.

Cabe mencionar que esta institución se encuentra en la ciudad de Quito y su trabajo está principalmente centralizado en esta ciudad. Como referencia de su trabajo en el Informe de Cuentas del 2019, las actividades ejecutadas son:

En 2019, se articuló la creación y el montaje de nuevas obras con el uso de sus instalaciones para la investigación y el aprendizaje continuo, a través de talleres, laboratorios y residencias, con el fin de abrir espacios a un público emergente, que encuentra en el lenguaje de la danza la expresión de su propia subjetividad, la búsqueda de un lenguaje propio, a través de las técnicas de la danza clásica y contemporánea, la exploración de nuevos lenguajes y la experimentación y creación continuas.

Conscientes de las necesidades de formación y capacitación de bailarines y público en general, se realizaron 19 talleres en torno a diversas técnicas y estilos de la danza contemporánea: 9 talleres dirigidos a público interno, es

decir, a nuestro elenco artístico, y 10 talleres dirigidos a público externo. Los talleres dirigidos a público externo beneficiaron a 108 personas, provenientes de provincias del país (Pichincha, Guayas y Cotopaxi). Asimismo, 56 bailarines de la escena independiente se beneficiaron de las clases de técnica clásica y contemporánea impartidas en las instalaciones de la institución.⁶⁵

Sobre desarrollo de audiencias o formación de públicos no se menciona nada. También encontramos regulaciones entorno a la formación de públicos en las Orquestas Sinfónicas:

Art. 146.- De las facultades y obligaciones de las Orquestas Sinfónicas. Las orquestas sinfónicas tienen entre sus funciones, las siguientes:

e) Fomentar la generación de nuevos públicos enfocados a la niñez y juventud a través de la realización de eventos o conciertos de tipo didáctico;

o la Casa de la Cultura Ecuatoriana Benjamín Carrión,

Art. 153.- De sus competencias. La Casa de la Cultura Ecuatoriana Benjamín Carrión tiene entre sus competencias:

c) Impulsar la participación de la ciudadanía en la vida cultural mediante acciones de educación no formal y de creación de públicos críticos que accedan a la exhibición y programaciones de expresiones culturales diversas y permitan el disfrute de las artes;

Existe también un artículo orientado específicamente a esta área:

Art. 116.- Programa Nacional de Formación de Públicos. El Instituto de Fomento a las Artes, Innovación y Creatividad coordinará con las diferentes instancias públicas competentes, la creación de un Programa Nacional de Formación de Públicos, que incluye la creación de instrumentos de financiamiento de la creación y sostenimiento de festivales, muestras, ciclos y otras actividades permanentes o eventuales y eventos de programación,

⁶⁵ INFORME DE RENDICIÓN DE CUENTAS IFAIC 2019. Pag 34. Disponible en: www.creatividad.gob.ec

acercamiento de la ciudadanía a la diversidad de expresiones culturales, formación de públicos críticos.⁶⁶

Probablemente, la falta de leyes no sea el problema, sino sacar del papel estos lineamientos y llevarlos a normativas que sean ejecutadas por los regentes administrativos. A nivel nacional, haciendo referencia a la misma rendición de cuentas del 2019 del Instituto de Fomento de las Artes, Innovación y Creatividades, solo se menciona tres veces la formación de públicos; una en la introducción; otra en la labor de las Orquestas Sinfónicas, solamente en el planteamiento de sus objetivos; y una tercera, puntualmente en un proyecto impulsado por la Presidencia de la República denominado “Arte para todos”,

En relación con el PROYECTO ARTE PARA TODOS impulsado por el Presidente de la República del Ecuador, el Licenciado, Lenin Moreno Garcés, bajo la rectoría del Ministerio de Cultura y Patrimonio y en articulación con las entidades del Sistema Nacional de Cultura, apuntó, entre otros objetivos, a la formación de públicos para las artes y programaciones; y a la generación de nuevos espacios, contenidos, servicios y productos relacionados a la cultura. Se realizaron eventos en octubre, noviembre y diciembre: 1 en Machachi y Riobamba, 3 en Loja, 10 en Quito (Fiestas de Fundación y Navidad).⁶⁷

Como podemos ver, el panorama general es crítico. Tal como mencionamos, en los canales oficiales no existe más información. En la ciudad de Cuenca, el panorama no varía.

Cuenca, oficialmente llamada Santa Ana de los Cuatro Ríos de Cuenca, es la tercera ciudad más grande del Ecuador, siendo la capital de la provincia del Azuay. Es su urbe más grande y poblada con 603.269⁶⁸ habitantes. Fue declarada Patrimonio Cultural del Ecuador, en 1982, y Patrimonio Cultural de la Humanidad, por la UNESCO, en 1999, al ser un complejo arquitectónico colonial. La ciudad destacada por su riqueza cultural en el ámbito artístico, artesanal, expresiones populares, fiestas religiosas, entre otros.

⁶⁶ Ley Orgánica de Cultura. 2016.

⁶⁷ INFORME DE RENDICIÓN DE CUENTAS IFAIC 2019. Pag 34 Disponible en: www.creatividad.gob.ec

⁶⁸ Datos 2017

El patrimonio cultural incluye, entre otros, las lenguas, formas de expresión y tradición oral; las creaciones culturales, edificaciones, monumentos, espacios y conjuntos urbanos; y, las colecciones, archivos, bibliotecas y museos, todos los cuales deben recibir atención significativa del Estado, en articulación con la academia y otras instancias.⁶⁹

Esta riqueza cultural podría ser el escenario perfecto para desarrollar un sistema integrado en la gestión que fortalezca las dinámicas culturales, tanto en el potencial de los creadores, como en el incremento de consumidores. No obstante, en la ciudad solo existen tres ordenanzas, reguladas estrictamente por la Dirección Municipal de Cultura, las cuales no dan abasto a lo que implica tener una ciudad patrimonial⁷⁰:

- Ordenanza que instituye el apoyo a la celebración de las Festividades de Fin de Año y de los Santos Inocentes, del treinta y uno de diciembre y seis de enero, respectivamente, organizadas por "Amistad Club y la Unión de Periodistas del Azuay", aprobada por el Concejo Cantonal el 28 de abril de 2011.

Desde hace más de treinta años se celebra en la ciudad, cada 31 de diciembre, el concurso de años viejos, donde cada organización barrial o grupos independientes realizan monigotes y escenificaciones de episodios que han marcado el año que se acaba. Por lo general estas representaciones son de contexto político y social. Por otra parte, la celebración de Santos Inocentes, se celebra cada 6 de enero, también de carácter competitivo, donde las organizaciones y universidades participan con comparsas escenas y escenarios con temas ecológicos, sociales, culturales y políticos.

La ordenanza que regula dichas celebraciones las define de esta forma: “manifestaciones culturales constituyen una expresión de creatividad, humor, sátira y desenvolvimiento escénico de los y las participantes, que merece ser fomentado”⁷¹. La

⁶⁹ Plan nacional del buen vivir 2017 – 2021 pág. 51

⁷⁰Oficio Nro. DGCRC-0949-2020

⁷¹ Ordenanzas Municipales de la Ciudad de Cuenca. Disponible en:
http://www.cuenca.gov.ec/?q=vista_ordenanzas

ordenanza plantea, principalmente, regular el apoyo e incentivo económico permanente que constará a la cantidad no menor de \$ 30.000.00 USD.

- Ordenanza que instaura el mes de mayo como el mes Oficial del Circuito Internacional de las Cruces de Cuenca organizado por el "Círculo Cruz del Vado S.D.", aprobada por Concejo Cantonal el 23 de octubre de 2008.

Esta ordenanza regula la competencia deportiva de atletismo denominada "Circuito Internacional de las Cruces de Cuenca", organizada desde 1965, y declarada como patrimonio de la cultura deportiva de la ciudad de Cuenca. La ordenanza sostiene que "el deporte constituye una importante expresión cultural que merece ser fomentado y reconocido por el I. Concejo Cantonal"⁷², a más de las regulaciones legales y apoyo el comunicacional y promocional, la Dirección de Educación, Cultura y Deportes, dentro de su presupuesto anual, hará constar una asignación de \$ 30.000,00 USD, para la realización y organización de dicho evento.

- Ordenanza que norma la elección y gestión de la Chola Cuenca, aprobada por Concejo Cantonal el 17 de agosto de 2006.

Podría describirse a la Chola Cuencana como un certamen de belleza, celebrado cada 3 de noviembre, como parte de las actividades que se realiza por la independencia de la ciudad. Esta actividad tiene lugar desde 1960, pero, en 1999, entra en regulación por medio de una primera ordenanza. En el 2006, hay una reforma en la ordenanza donde se plantea, entre las regulaciones, que dicho evento será un acto oficial de la programación de las fiestas de independencia de Cuenca y que, la electa, "[...]tendrá todas las consideraciones y el trato que se merece por su dignidad en todos los actos públicos organizados por la I. Municipalidad de Cuenca y más Entidades."⁷³ Además, la representante, deberá ser auténtica en sus características etno-culturales y utilizar su respectivo traje en los actos oficiales y se orientará a cumplir labores de carácter social y cultural en proyectos de asistencia social.

Las ordenanzas existentes demuestran una falta de discernimiento sobre políticas culturales, lo que socaba el fortalecimiento artístico-cultural, puesto que no solo es

⁷² Ordenanza http://www.cuenca.gov.ec/?q=vista_ordenanzas

⁷³ Ordenanza http://www.cuenca.gov.ec/?q=vista_ordenanzas

preocupante la escasa normativa que existe en torno a las actividades culturales, sino que no dialogan con las nuevas dinámicas contemporáneas. Sin ir más lejos, y como contraparte al evento de la Chola Cuencana, desde la misma Universidad Central de Cuenca se han desarrollado coloquios⁷⁴ que ponen en conflicto el evento. Mónica Mancero, a raíz de dicha intervención, escribe para el diario el Telégrafo:

“El concurso muestra cómo se provoca un complicado juego de parte de los sectores subalternos, quienes terminan en estos eventos por posicionar unos trajes e identidades, que en la práctica son desplazados por ellos mismos, en sus usos inmediatos. Esta es la gran paradoja de los concursos y múltiples fiestas que se han “reinventado” en la ciudad en momentos de globalización: estrategias de reconocimiento y rescate, aunadas a un repliegue de la identidad.”⁷⁵

Específicamente, en el campo de las artes escénicas, no existe ninguna normativa, a pesar de que hoy la ciudad de Cuenca cuenta con tres carreras de nivel superior vinculadas al desarrollo en este campo: la carrera de Artes Escénicas en la Universidad de Cuenca, la carrera de Arte Teatral en la Universidad del Azuay y Danza con Nivel Equivalente a Tecnología Superior en el Conservatorio Superior José María Rodríguez. Cabe mencionar que este último es el único Conservatorio en Artes a nivel nacional que cuenta con un Tecnólogo en Danza. Esto ha generado la gestación de nuevos artistas y una producción constante de propuestas escénicas profesionales. Igualmente, es importante mencionar que el Colegio de Artes, también conocido como Conservatorio Nacional, cuenta con Danza desde tempranas edades y que el proceso formativo es de 6 años, donde los estudiantes salen con título de bachiller en artes, fenómeno único a nivel nacional.

Se podría considerar que en el campo de formación de artistas la demanda está siendo satisfecha, y que estos, a su vez, generan producciones que medianamente suelen ser promovidas desde las instituciones públicas, con distribución de estímulos económicos,

⁷⁴ XXXVII Coloquio “Formas de lo Humano” que desarrolla el Programa de Antropología y su Maestría de la Facultad de Filosofía de la Universidad de Cuenca.

⁷⁵ Mancero, Mónica, *La chola cuencana: raza, clase y política*. Diario El Telégrafo. Acceso el 21 de enero. <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/columnistas/15/chola-cuencana-raza-clase-politica>.

lanzamientos de convocatorias y concursos de fomento, como iniciativas de apoyo y desarrollo.

Sin embargo, a pesar de algunas acciones institucionales – como talleres o eventos didácticos dirigidos a niños, trabajadas sobre todo en algunos museos en la ciudad – las estrategias entorno al trabajo de formación de público escénico no ha salido del discurso general.

Como resultado, encontramos, cada vez más, la ausencia de un público participativo o interesado en las artes escénicas, con aforos reducidos o, peor aún, funciones canceladas por la falta de espectadores, temporadas que no superan las cuatro funciones, y un público cada vez más ausente, desinformado o desinteresado por las artes escénicas. Este es uno de los grandes problemas con la que se enfrenta hoy en día la escena cuencana.

En la ciudad no existen estudios de públicos⁷⁶ que permitan visualizar el camino a seguir para la formulación de estrategias. Todas las ofertas escénicas se desarrollan solamente en el centro del casco patrimonial de la ciudad. No hay fácil acceso a escuelas y colegios para generar funciones o presentaciones didácticas. El trabajo con públicos diferenciados es nulo. No hay un acercamiento a poblaciones en estado de vulnerabilidad. Para terminar, en una conclusión: no existen políticas a nivel local que orienten y normalicen el trabajo con públicos.

Sin embargo, tener al alcance los estatutos, las leyes o planes del buen vivir existentes a nivel nacional sirven para poder encajar y viabilizar una ordenanza que impulse un plan de formación de públicos en la ciudad de Cuenca.

ORDENANZA

Como vimos en el primer capítulo, en la definición de políticas culturales, encontramos que, en Ecuador, se conoce como ordenanza municipal a toda normativa relacionada a temas de interés general para la población y su aplicación es de carácter

⁷⁶ Se realizó conversaciones con directivos y técnicos, tanto en la Dirección de Cultura, Museo de Arte Moderno y en la Casa de Cultura, ninguna institución cuenta con datos sobre públicos.

obligatorio. En esta obligatoriedad es que apelamos con el presente trabajo investigativo. Como hemos podido ver en los diferentes casos de estudios, un proceso de formación de públicos es un trabajo de largo plazo y necesita todo el apoyo administrativo para que los resultados sean visibles y se sostengan en el tiempo. No basta con proyectos esporádicos en donde corren el riesgo de desaparecer con cada nueva administración municipal.

Organizacionalmente, la ordenanza debe tener una dinámica cíclica, donde la identificación del problema, lo posiciona en una agenda política, dando paso a los estatutos y acuerdos que den forma a una programación ejecutable, que posteriormente será implementada con sus respectivas líneas de acción. Es importante desarrollar mecanismos de control y evaluación que ayuden a generar un perfeccionamiento a lo largo del tiempo.

Ciclo de planteamiento de ordenanza.

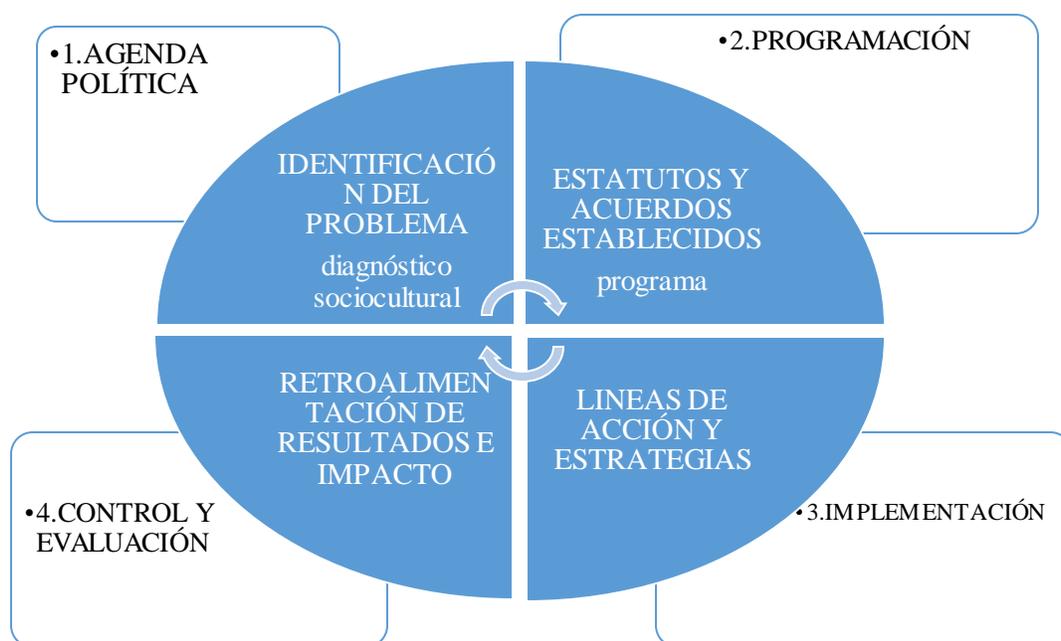


Ilustración 18.

Una ordenanza debe dialogar con las dinámicas culturales de una ciudad. En el caso de formación de públicos, esta debe ser pensada desde un trabajo transversal, tanto entre los miembros que construyen una sociedad, así como las diferentes instituciones que la

organizan. De esta forma, es posible asegurar políticas y normativas integradas en el contexto, tomando en cuenta que alrededor de las instituciones públicas y específicamente las culturales

“[...]se gesta un movimiento de creadores y de público interesado en el arte, que está sustentado en el desarrollo de una programación cultural que desde la labor de estas entidades, integre todos los elementos del sistema de la cultura, en función de la política cultural del Estado, logrando así un mayor nivel de adecuación a las realidades, necesidades, características y potencialidades del desarrollo cultural del entorno.”⁷⁷

Implementar una ordenanza posibilita a las políticas y leyes generar acciones reales, pues proporciona el aparataje necesario “para que las políticas culturales pasen a un nivel de eficacia operativa y puedan alcanzar los objetivos deseados”. Para lograrlo, “deberán tomarse las medidas técnicas, administrativas, económicas y financieras necesarias.”⁷⁸. Esto es lo que se posibilita en el ámbito legal con una ordenanza pública.

ORDENANZA PARA INSTAURAR UN PROGRAMA DE FORMACIÓN DE PÚBLICOS ESCÉNICOS EN LA CIUDAD DE CUENCA

CONSIDERANDO:

Que la Constitución de la República del Ecuador manifiesta:

Art. 21.- Las personas tienen derecho a construir y mantener su propia identidad cultural, a decidir sobre su pertenencia a una o varias comunidades culturales y a expresar dichas elecciones; a la libertad estética; a conocer la memoria histórica de sus culturas y a acceder

⁷⁷ Félix Sánchez Rodríguez, Mirtha Numa Rodríguez, Aníbal Sánchez Numa. *Hacia la formación de públicos culturales desde una estrategia pedagógica*. (Multiciencias, vol. 16, núm. 2, 2016, pág. 206

⁷⁸ Patricia Román Reyes. *ESTRUCTURA Y TENDENCIA DEL CONSUMO CULTURAL EN EL ESTADO DE COLIMA*. (Mexico DF: Universidad Nacional Autónoma De México, 2010), 178.

a su patrimonio cultural; a difundir sus propias expresiones culturales y tener acceso a expresiones culturales diversas.

Art. 24.- Las personas tienen derecho a la recreación y al esparcimiento, a la práctica del deporte y al tiempo libre.

Que la Ley Orgánica de Cultura expresa:

Art. 116.- Programa Nacional de Formación de Públicos. El Instituto de Fomento a las Artes, Innovación y Creatividad coordinará con las diferentes instancias públicas competentes, la creación de un Programa Nacional de Formación de Públicos, que incluye la creación de instrumentos de financiamiento de la creación y sostenimiento de festivales, muestras, ciclos y otras actividades permanentes o eventuales y eventos de programación, acercamiento de la ciudadanía a la diversidad de expresiones culturales, formación de públicos críticos.

Que el CÓDIGO ORGÁNICO DE ORGANIZACIÓN TERRITORIAL. COOTAD en su artículo 144 expresa:

“Ejercicio de la competencia de preservar, mantener y difundir el patrimonio cultural.- Corresponde a los gobiernos autónomos descentralizados municipales, formular, aprobar, ejecutar y evaluar los planes, programas y proyectos destinados a la preservación, mantenimiento y difusión del patrimonio arquitectónico, cultural y natural, de su circunscripción y construir los espacios públicos para estos fines. Para el efecto, el patrimonio en referencia será considerado con todas sus expresiones tangibles e intangibles. La preservación abarcará el conjunto de acciones que permitan su conservación y garantizará su sostenimiento integral en el tiempo; y la difusión procurará la propagación permanente en la sociedad de los valores que representa.”

“Los gobiernos autónomos descentralizados municipales podrán, mediante convenios, gestionar concurrentemente con otros niveles de gobierno las competencias de preservación, mantenimiento y difusión del patrimonio cultural material e inmaterial. Será responsabilidad del gobierno central, emitir las políticas nacionales, salvaguardar la memoria social y el patrimonio cultural y natural, por lo cual le corresponde declarar y supervisar el patrimonio nacional y los bienes materiales e inmateriales, que correspondan a las categorías de: lenguas, formas de expresión, tradición oral y diversas manifestaciones y creaciones culturales.”

Que el Plan Nacional del Buen Vivir PNBV 2017 – 2021 manifiesta:

Objetivo 2: Afirmar la interculturalidad y plurinacionalidad, revalorizando las identidades diversas.

2.4 Impulsar el ejercicio pleno de los derechos culturales junto con la apertura y fortalecimiento de espacios de encuentro común que promuevan el reconocimiento, valorización y desarrollo de las identidades diversas, la creatividad, libertad estética y expresiones individuales y colectivas.

2.8 Estimular los encuentros comunes de la diversidad y su interacción con el desarrollo, mediante la promoción y circulación de las artes, culturas, memorias y patrimonios tangibles e intangibles

El GAD Municipal del Cantón Cuenca en el marco de sus competencias, se plantea promover en la ciudadanía infanto - juvenil actividades artísticas tales como las artes vivas y escénicas.

La actividad escénica evoluciona vertiginosamente con nuevas tendencias de géneros artísticos brindando a la comunidad la oportunidad de presentaciones profesionales por lo cual colectivos y gestores, estudiantes de artes, actores de la economía popular y solidaria buscan desarrollar la creación de públicos.

En uso de las atribuciones que confiere la ley se Expide:

ORDENANZA PARA INSTAURAR UN PROGRAMA DE FORMACIÓN DE PÚBLICOS ESCÉNICOS EN LA CIUDAD DE CUENCA

Artículo 1. Objeto. - La presente ordenanza tiene por objeto establecer los mecanismos y facilidades que promueva la promoción y formación de públicos culturales, específicamente en el área de artes escénicas; teatro, ópera, circo y danza, a través de acciones de carácter pedagógico, descentralizados e integrales que involucren a las Instituciones Culturales y la sociedad en general.

Artículo 2.- Corresponderá a la Dirección de Educación, Cultural y Deportes, la ejecución de la presente ordenanza incluyendo:

- a) Creación de un área específica para la Formación de Públicos Escénicos.
- b) Vigilar y fiscalizar, por medio de la comisión de Cultura del I. Concejo Cantonal, el cumplimiento de estas disposiciones.
- c) Crear canales interinstitucionales para asegurar la ejecución integral de la ordenanza.

Artículo 3. Contenido. – El área contará con cuatro unidades temáticas de trabajo complementarias que, en su conjunto, cubrirán los aspectos que posibiliten la realización de un plan de formación de públicos escénicos, estas serán:

Unidad de Diagnóstico Sociocultural. Esta unidad cubrirá los diagnósticos pertinentes, dentro del contexto cuencano, en torno a antecedentes históricos, estudios de las dinámicas culturales del contexto sociocultural local; consumo cultural y acceso a experiencias escénicas, así como indicadores históricos de públicos y audiencia, estrategias de mediación, mecanismos de vinculación con la comunidad y estrategias de mejoramiento continuo.

Unidad de Programación. Esta unidad cubrirá el diseño de propuestas, contenidos y estructuras del programa de formación de públicos escénicos que constará de cuatro ejes fundamentales:

- a. lineamientos de acceso,
- b. participación y fidelización de públicos,
- c. diversificación y ampliación de públicos y
- d. programación pedagógica orientada específicamente a niños, niñas y jóvenes e individuos en estado de vulnerabilidad.

Unidad de Implementación. Los ejes anteriormente desarrollados, darán paso para establecer las características específicas a las estrategias implementadas:

- Crear canales de comunicación entre los públicos y los establecimientos culturales tanto públicos como privados. Y generar una base de datos de los espectadores y de los gestores culturales.
- Realizar funciones de carácter didáctico dirigido a estudiantes de todos los niveles, a través de convocatorias abiertas e invitaciones directas.
- Realizar funciones de carácter didáctico dirigido a grupos vulnerables y personas con capacidades especiales, a través de convocatorias abiertas e invitaciones directas.
- Realizar espacios de retroalimentación mediadas con un equipo especializado en educación y artes escénicas.
- Crear material pedagógico y talleres de formación destinado a docentes y tutores, asegurando un acompañamiento complementario desde las aulas.
- Desarrollar estrategias de fidelización mediante la creación de promociones, ciclos personalizados y descentralización de espectáculos.

Unidad de Control y Evaluación. En esta unidad se desarrollará las evaluaciones durante y al finalizar temporadas de ejecución del programa, valorando la pertinencia de las estrategias elaboradas dentro del procesos de formación de públicos escénicos. Las valoraciones permitirán proponer estrategias de mejoramiento continuo y tendrán que originarse desde dos ejes:

- Realizar estudios cuantitativos y cualitativos, tanto en desarrollo como al finalizar temporadas, para generar una evaluación interna que facilite potenciar y mejorar los procesos.
- Análisis construido por especialistas formados en distintas áreas profesionales; artes, ciencias sociales, gestión y comunicación.

Artículo 4.- La I. Municipalidad de Cuenca, a través de la Dirección de Educación, Cultural y Deportes, dentro de su presupuesto anual, hará constar una asignación que se destinará exclusivamente a la organización y realización del Programa de formación de Públicos Escénicos.

Artículo 5.- El departamento del Programa de Formación de Públicos, presentará su PLAN OPERATIVO ANUAL, dentro de los calendarios establecidos por la administración municipal.

CONCLUSIÓN

Una caminata de mil leguas empieza con el primer paso

Proverbio chino

En el primer capítulo pudimos estudiar cuáles son los procesos que intervienen en las prácticas culturales y cómo estas se pueden instaurar como un hábito en una sociedad. La utilidad de aquello radica en la posibilidad de incrementar la participación y consumo de las propuestas escénicas, pensando que, para generar una participación activa, depende estrictamente de herramientas que tiene el individuo para la representación simbólica que ejerza de las experiencias artísticas. Dicho en otras palabras, aumentar el nivel de instrucción es fundamental si lo que se quiere es aumentar la demanda.

Este nivel de instrucción puede ser construido con educación artística, orientada a la decodificación, análisis y comprensión del acto escénico. Este conocimiento contribuirá a la construcción de una teatralidad, dando un valor personal, pensando en que los sujetos pueden formarse como conocedores de los lenguajes y claves que construyen las artes escénicas.

Para fomentar estos procesos de aprendizaje es importante comprender que la educación no solo tiene que ver con lo que plantea la escolarización instalada. La educación trasciende a todos los espacios que compone una sociedad.

Como pudimos ver, en la ‘Conferencia Mundial sobre las Políticas Culturales’, evento organizado por la UNESCO, se afirmó diferentes principios que pueden servir para orientar las políticas culturales. Dentro de estos principios encontramos a la Creación Artística e Intelectual y Educación Artística. Es necesario que esta educación se descentralice de las aulas y llevarla a otras dimensiones de manera integral, no solo hacia el territorio artístico, sino a otros campos que componen la sociedad. Al plantear políticas culturales, estas deberán dialogar y trabajar conjuntamente con otras políticas, como las de educación, de desarrollo y

de salud. Podemos exponer como ejemplos algunas actividades que se desarrollaron en los espacios estudiados en el Capítulo II, tanto el Centro Cultural Gabriela Mistral, en Chile, (GAM), como en el Teatro Nacional Argentino (TNA), observando actividades vinculantes con la comunidad, considerando actividades exclusivas para adultos mayores o discapacitados.

Estos programas de formación de públicos, desarrollados en la región sudamericana, nos pueden servir como base en la comprensión de cómo sus estrategias funcionan para generar prácticas culturales que sean integrales y transversales, involucrando a varios sectores de una comunidad.

El GAM y el TNA han generado la construcción de prácticas culturales fortaleciendo su consumo desde estrategias de educación, formación, participación y mediación. Las actividades desarrolladas son de carácter continuo, lo que se evidencia en un incremento de participación del 165% entre 2011 a 2014, en el caso del GAM, y de 20% entre 2017 a 2019, en el caso del TNA.

Un aporte importante de estas experiencias es que los dos espacios articulan programación artística y estrategias de formación de audiencias, poniendo al público en la parte medular de la experiencia escénica. Para llegar a esto, realizan previamente estudios de destinatarios, dando cuenta de aspectos como: territorio, nivel de instrucción, composición etaria, vulnerabilidad social y participación cultural. Luego, es posible categorizar a los públicos para trabajar estrategias personalizadas que generen un impacto positivo en la sociedad, permitiendo alcanzar los objetivos planteados desde los diferentes departamentos o áreas de estos espacios, dedicados exclusivamente a los públicos. También, al desarrollar encuestas de satisfacción, ayuda a la mejora continua de las estrategias implementadas.

Como pudimos ver en el capítulo III, lamentablemente en la ciudad de Cuenca no existe la normativa necesaria para impulsar procesos de formación de públicos, ni estudios que permitan visualizar el camino a seguir para la formulación de dichas normativas.

A pesar de que en el país existe un proceso histórico en cuanto a políticas culturales, como la creación de Instituciones, Fondos, Ministerio de Cultura, no es sino hasta el 2016, con la Ley Orgánica de Cultura, que se da un valor a la formación de un público crítico y

formado, siguiendo los parámetros que estas mismas leyes sostienen. Por otro lado, como pudimos evidenciar, ninguna de las ordenanzas existentes en la ciudad de Cuenca está orientada al campo de las artes escénicas y mucho menos a la creación públicos escénicos.

Sin embargo, la existencia de leyes que defienden el acceso como un derecho cultural, es un punto de partida importante, ya que ubica en un marco legal a estrategias orientada a promover el consumo escénico, implementando instrumentos de financiamiento de creación y sostenimiento de programas permanentes que acerquen a la ciudadanía a la diversidad de expresiones culturales.

La propuesta de **ORDENANZA PARA INSTAURAR UN PROGRAMA DE FORMACIÓN DE PÚBLICOS ESCÉNICOS EN LA CIUDAD DE CUENCA** busca satisfacer la necesidad de demanda en la ciudad, estableciendo los mecanismos y facilidades que promueva la promoción y formación de públicos culturales, específicamente en el área de artes escénicas (teatro, ópera, circo y danza), a través de acciones de carácter pedagógico, descentralizados e integrales, involucrando a las Instituciones Culturales y la sociedad en general.

Lo que permite la ordenanza es proporcionar al ámbito de la gestión cultural los instrumentos necesarios tanto administrativos, económicos y financieros, para dar un salto cualitativo hacia un nivel de eficacia operativa, resolviendo los objetivos plateados.

Bibliografía

- Bourdieu, Pierre. El sentido social del gusto. Buenos Aires: Siglo Veintiuno, 2010.
- Constitución de la República del Ecuador
- Cuenca-Amigo, Macarena, Makua, Amaia, Cómo situar al público en el centro de tu gestión. Guía para implantar un enfoque de desarrollo de audiencias en las organizaciones culturales, N° 3, 2002.
- CREACION DEL MINISTERIO DE CULTURA Decreto Ejecutivo 5 Registro Oficial 22 de 14-feb.-2007 Dubatti, Jorge, “El convivio Teatral” editora Atuel, Buenos Aires. 2003.
- de Certau, Michel. La invención de lo cotidiano. México D.F: Universidad Iberoamericana, 2000.
- DECLARACIÓN DE MÉXICO SOBRE LAS POLÍTICAS CULTURALES. Conferencia mundial sobre las políticas culturales. México D.F., 26 de julio - 6 de agosto de 1982.
- Declaración Universal de Derechos Humanos.
- Desgranges, Flávio. Pedagogía del espectador. Sao Paulo: Hucitec, 2016.
- García Canclini, Néstor. Cultura y Comunicación: Entre lo global y lo local. Ed. De Periodismo y Comunicación, N° 9, 1997.
- García Canclini, Néstor. El consumo cultural una propuesta retórica. En El consumo Cultural en América Latina. Bogotá: Convenio Andrés Bello, 2006.
- García Canclini, Néstor. La sociedad sin relato. Madrid: Katz, 2010.
- Hanna, Andrea H, Análisis de las políticas públicas vinculadas a la formación de públicos, Maestría en Administración de Organizaciones del Sector Cultural y Creativo orientación Artes Escénicas. Universidad de Buenos Aires, Facultad de Ciencias Económicas, 2017.

Ibacache Villalobos, Javier, GAM (CHILE): Un caso de programación artística de la mano del desarrollo de audiencias», CONECTANDO AUDIENCIAS, n.º 9 2015.

Jiménez, Lucina; Aguirre, Imanol; Pimentel, Lucia G. Educación artística, cultura y ciudadanía. Madrid: Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura (OEI)

Ley Orgánica de Cultura. 2016. Vicci, Gonzalo, Pensando los públicos desde la educación artística y las políticas culturales, Urdimento, Florianópolis, v.3, 2019.

Rancière, Jacques, El espectador emancipado. Buenos Aires: Manantial, 2010.

Román Reyes, Patricia. ESTRUCTURA Y TENDENCIA DEL CONSUMO CULTURAL EN EL ESTADO DE COLIMA. México DF: Universidad Nacional Autónoma De México, 2010.

REGLAMENTO DE FONCULTURA DECRETO No 1034

Plan Nacional del Buen Vivir 2017 – 2021

Sánchez Rodríguez, Félix; Numa Rodríguez, Mirtha; Sánchez Numa, Aníbal. Hacia la formación de públicos culturales desde una estrategia pedagógica. Multiciencias, vol. 16, núm. 2, 2016.

Teatro Nacional Argentino — Teatro Cervantes — Sistema de Información Cultural de Argentina. Ministerio de Cultura de la Nación. El desarrollo de públicos en el Teatro Nacional Argentino — Teatro Cervantes. Foco en los nuevos públicos. Versión Pdf.

Referencias Web

Breve Historia de la Casa de la Cultura Ecuatoriana “Benjamín Carrión”. Disponible en: www.casadelacultura.gob.ec

Colomer Vallicrosa, Jaume, Estrategias para el desarrollo de públicos culturales, Manual Atalaya Apoyo a la Gestión Cultural, Sitio Web, acceso el 30 de septiembre de 2020. <http://atalayagestioncultural.es/capitulo/estrategias-desarrollo-publicos-culturales>.

INFORME DE RENDICIÓN DE CUENTAS IFAIC 2019. Disponible en: www.creatividad.gob.ec

Mancero, Mónica, La chola cuencana: raza, clase y política. Diario El Telégrafo. Acceso el 21 de enero. <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/columnistas/15/cho-la-cuencana-raza-clase-politica>.

Ordenanzas Municipales. <https://guiaosc.org/que-es-una-ordenanza-municipal/#:~:text=En%20Ecuador%2C%20se%20conoce%20como,los%20ciudadanos%20de%20un%20cant%C3%B3n>.

Ordenanzas Municipales de la Ciudad de Cuenca. Disponible en: http://www.cuenca.gov.ec/?q=vista_ordenanzas

REPORTE 2011 DE ACTIVIDADES Y PÚBLICOS del GAM, Disponible en: <https://www.gam.cl/conocenos/archivo/estudios/>

REPORTE 2012 DE ACTIVIDADES Y PÚBLICOS del GAM, Disponible en: <https://www.gam.cl/conocenos/archivo/estudios/>

REPORTE 2013 DE ACTIVIDADES Y PÚBLICOS del GAM, Disponible en: <https://www.gam.cl/conocenos/archivo/estudios/>

REPORTE 2014 DE ACTIVIDADES Y PÚBLICOS del GAM, Disponible en: <https://www.gam.cl/conocenos/archivo/estudios/>

Subirats, Joan, Políticas Culturales, Manual Atalaya Apoyo a la Gestión Cultural, Sitio Web, acceso el 30 de septiembre del 2020, <http://atalayagestioncultural.es/capitulo/politicas-sociales/>.

Referencias

Conversaciones con directivos y técnicos, tanto en la Dirección de Cultura, Museo de Arte Moderno y en la Casa de Cultura, Febrero 2021.

Entrevista realizada al Artista y Gestor Cultural Andrés Zambrano en la ciudad de Cuenca, el 20 de febrero 2021.

Oficio Nro. DGCRC-0949-2020. Oficio emitido por la Dirección Municipal de Cultura de la ciudad de Cuenca al Alcalde Pablo Palacios.

Sistema de Desarrollo de Públicos fue sustentado por Javier Ibacache en una ponencia desarrollada en las clases de la Maestría de Políticas Culturales y Gestión de las Artes.