



De cómo relacionarse con un programador o gestor cultural Asistencia para los creadores de productos artísticos

Agustina V. Palermo
UNA
Argentina

El desarrollo del mercado cultural se está ampliando cada vez más en Latinoamérica. La noción de Industrias culturales, los proyectos de carácter regional, y también la ascendente oferta de capacitación en Gestión cultural, nos expone una necesidad y un movimiento que invita a ver nuestras obras artísticas, escénicas, performáticas, etc., como productos artísticos.

En este sentido aunque tenemos una larga tradición de intercambios de obra, con festivales de gran trayectoria, recién ahora se empieza a ampliar la oferta abriendo el acceso a todos los grupos, espectáculos y acontecimientos artísticos, a los mercados, ferias, gestores, etc.

En virtud de estas oportunidades, creemos pertinente comenzar a realizar una investigación de campo donde podamos consultarles a los gestores y programadores las claves para que las compañías o artistas puedan transmitir efectivamente sus proyectos. Si bien a través de experiencias tales como las rondas de negocios propuestas en el MICA (Mercado de Industrias Culturales Argentinas) donde algunos programadores, gestores, y articuladores de este sector se empiezan a promover o visibilizar como potenciales “compradores” de productos artísticos, creemos que sigue habiendo una brecha entre oferta y demanda, por ser nuevo y de masiva convocatoria este espacio abierto a los creadores que entiende el arte como industria cultural.

A fin de poder acercar herramientas concretas para los creadores, hemos realizado algunas entrevistas a destacados representantes de distintos ámbitos, que nos ofrecen una perspectiva y una serie de claves para la venta de nuestros productos artísticos.

En el reciente MICA realizado en el Centro Cultural Kirchner de la ciudad de Buenos Aires, aparte de las ya mencionadas rondas de negocios entre productores y compradores de cultura, se realizó también la conferencia “Conformación de consorcios exportadores de teatro” que abrió una muy interesante charla sobre nuestro tema en cuestión.

Entrevistamos a dos de los oradores: Gustavo Bendersky¹ (Argentina), y Marcelo Bones² (Brasil) ambos creadores, que ahora realizan algún tipo de actividad en relación a la gestión. Este último comenta sobre su rol: “La tarea, la función de un programador es ser capaz de identificar obras de teatro que están llamémosle *listas* para circular nacional o internacionalmente, y poner en contacto esta obra con otros públicos que no son sus propios públicos. Lo que busca cada programador tiene que ver con el perfil de su festival; el programador de música, de teatro, de artes escénicas es un comprador pero no es un comprador de jabón, es otro tipo de comprador, generalmente son personas sencillas que son ellos mismos artistas, que hacen teatro. A mí personalmente me interesa justamente identificar obras que no son conocidas por otros programadores, o que no están aún haciendo circuito en otros festivales. En ese sentido me interesa identificar cosas muy particulares, intento tener una mirada para encontrar eso, cosas muy propias con una identidad artística muy propia”.

Gustavo Bendersky considera fundamental la producción artística de espectáculos en una relación indisoluble de la gestión cultural; nos cuenta que, más allá de su rol como gestor y promotor cultural de su propia obra, en el trabajo que realizan dentro del CETA se abrieron nuevas inquietudes: “El consorcio nos cuestionó un montón las prácticas hacia lo interno. Hablar de festivales en general no sé si tiene sentido, porque hay una cantidad enorme de festivales que tienen características muy disímiles. Una cuestión central para cada grupo entonces sería ver cuáles son los festivales que tienen que ver con su propio perfil. Es muy importante la época y el cambio que se está transitando de parte de los artistas, que están dejando una postura de crear en su laboratorio, aislados, y entendernos más como agentes sociales y culturales. Como cualquier otro trabajador, generamos productos artísticos, ya se está empezando a pensar en esos términos: tanto comercialmente como “románticamente” si se quiere, el

sentido último es que te vean los espectadores, así que si no tenemos claro eso desde el comienzo, el sentido de lo que se hace corre peligro.”

Cuando les consultamos sobre la cita entre las compañías y los programadores, tales como las rondas de negocios propuestas por el MICA, Gustavo, destaca la importancia de la comunicación: “Hay que generar estrategias para que llegue, ya sea a una audiencia determinada o a participar de determinado festival; si uno no se plantea esas estrategias habrá que preguntarse para qué lo hacemos. Lo más importante es identificar quiénes podrían interesarse por mi producto, y después encontrar el discurso para cada comprador, porque cada producción artística puede ser planteada distinto según con quien esté hablando. Eso es una situación de la condición y de la comunicación humana, a quien le estoy hablando, cuáles son sus intereses, y enfatizar según ese interlocutor, que tiene también que ver con la capacidad de escucha. Si uno como vendedor se pone muy ansioso y habla todo el tiempo es más difícil, y por ahí hace una pregunta, abre otro canal de comunicación con el otro y va ajustando lo que está proponiendo. No tanto la ansiedad por vender, sino que se pueda establecer una comunicación. En las artes escénicas igual es muy difícil; que el potencial comprador vea el espectáculo es irremplazable, pero ser genuino es lo mejor a lo que uno puede apelar, a establecer una comunicación y no al afán de concretar una venta. El programador de un festival evalúa un montón de cosas que no son solo la calidad, a veces su festival tiene otra impronta, otro tipo de público, por eso es importante ver a quién le voy a ofrecer mi obra, no ir a lo loco, no conviene tener 50 reuniones, por ahí tenés 6 pero las estudiaste previamente y apuntás mucho más concretamente a lo que te interesa y le puede interesar al otro”.

Marcelo, por su parte, destaca también la importancia en cómo se transmite el proyecto: es la clave. “Lo más importante es saber hacerlo, planearlo, prepararlo, porque hay una técnica de presentación de la obra, así como hay una técnica de presentación teatral; como hay una técnica para ser autor, también hay técnicas de presentación, para poder presentar a otro lo que es nuestro deseo. Esa conversación con otra persona que puede programar el espectáculo, muchas veces también es un artista, también tiene una sensibilidad. Es fundamental para las compañías cuando se acercan a un programador

saber con quién hablan, y también dejarlo hablar, que explique qué hace, cómo hace y porqué hace. Eso es fundamental para el encuentro y para las compañías”.

Más allá de esta edición del MICA, también le hemos realizado entrevistas vía e-mail a Gladys Alazte Quinteros³, y Rodrigo Francisco⁴ que han participado en ediciones anteriores del MICA; ambos coinciden con la necesidad de tener en cuenta el interlocutor a quien se le ofrece el producto, e ir preparado a la reunión.

Rodrigo Francisco reflexiona en sí sobre la tarea: “Encaro a tarefa de programar o Festival de Almada e o Teatro Municipal Joaquim Benite como um serviço público prestado à população de Almada. Considero-me um mediador entre os almadenses e o teatro que se vai fazendo no Mundo. Como me considero um encenador e não um programador, tenho dificuldades em responder a essa pergunta. Desconfio muito dos "programadores profissionais". Quando oiço falar de "programador" penso sempre em alguém a programar jogos de computador, por detrás de um ecran. Considero a profissão, recentemente criada, de "programador cultural" bastante desnecessária”.⁵

Sobre lo que espera de las compañías comenta: “Que haja seriedade, capacidade técnica, e amor pela Arte. Que seja um projecto honesto, e que os valores veiculados assentem no humanismo e não em quaisquer interesses comerciais.”⁶

Cuando le consultamos sobre los consejos nos contestó “Que não me mandem dossiers, links, mails, e etc. Que me convidem para os seus espectáculos, e que no final venham falar comigo (e me paguem um copo)”⁷ Vemos en este último comentario de Rodrigo también ese señalamiento a la necesidad de establecer una comunicación en términos más personales, que en otros ámbitos profesionales, para poder lograr su atención, y aunque es necesario poder llegar al programador mediante materiales gráficos, no hay mejor presentación que la propia obra para exponer el espectáculo.

Por su parte Gladys Alzate, también nos aporta sus comentarios sobre el rol del programador y destaca la labor como gestores culturales: “En la selección de los repertorios o la programación cultural se ejercen modelos de gestión cultural que pretenden transformar los entornos, y vincular a los espectadores con una concepción de

la cultura movilizadora de cambios esenciales, e incluso transformar el modelo de ciudadanía, pasando de un consumidor pasivo a un espectador activo. En esto la programación de los repertorios para las actividades culturales es esencial en relación al medio social para el que se produce”.

Respecto de algunos posibles consejos para los creadores destaca la importancia de la investigación propia, alejada de las formulas preexistentes “Es así como surge la teatralidad inusitada, es de esa manera cómo las obras suceden y logran ser únicas en su esencia. Son pocas en realidad, pero el teatro sucede de una forma maravillosa y el público lo descubre. (...) lo esencial para la escena sigue sucediendo en el teatro marginal y luego se traspone a otras instancias como la oficial o la comercial. (...) Las grandes obras tienen procesos propios, tienen historia, el teatro es un arte colectivo. Creo que tenemos que construir historias colectivas de trabajos con procesos, ésta ha sido en su mayoría la fortaleza del teatro latinoamericano. Y creo también que esta fortaleza ha estado vinculada con lo político”.

En esta primera ronda de entrevistas entonces podemos deducir que los programadores y gestores culturales responsables de seleccionar espectáculos para un festival con determinados públicos, valoran mucho que los creadores investiguen y desarrollen no solo su propia obra, sino los recursos y las estrategias para presentarse a los lugares adecuados. Así una presentación de la obra-producto auténtica y efectiva, implicaría no solo desarrollar los aspectos singulares y las virtudes de la misma, sino también a la capacidad de transmitir la propuesta desde una posición más cercana, considerando al programador un interlocutor cercano, en este sentido lograr un acercamiento de creador a creador, que el que en este momento está en posición de “comprar” nuestro espectáculo generalmente tuvo o ha tenido vínculo estrecho con la realización de un espectáculo. Esto es fundamental tenerlo en cuenta a la hora de sentarnos a la mesa, de invitarlo a ver nuestro espectáculo, y de compartir un espacio presuntamente comercial que bajo ningún punto por ser un producto tiene que perder su esencia artística y ése es un punto clave para poder compartir con el programador.

©Agustina V. Palermo

Notas

¹ *Gustavo Bendersky* pertenece al grupo “los tocomochos” de Paraná, Entre Ríos (Argentina). Este colectivo junto a otros 4 grupos formó parte de CETA Consorcio Exportador de Teatro Argentino (www.cetateatro.com) para abrir otros mercados internacionales y también fortalecer los lazos dentro del territorio argentino.

² *Marcelo Bones* es director teatral, pero también es programador y consultor de festivales, también desarrolló el Observatorio dos festivales (<http://www.festivais.org.br/>) que provee información y reflexión sobre festivales de teatro, y también es coordinador de Platô (Plataforma de Internacionalização do Teatro, Brasil).

³ *Gladys Alzate*: Gestora cultural, productora y directora teatral, Colombo-Costarricense. Radicada actualmente en Costa Rica, licenciada en lingüística y literatura de la Universidad de Medellín, Maestra en artes dramáticas de la Universidad de Antioquia, Colombia y Máster en artes con énfasis en artes dramáticas de la Universidad de Costa Rica. Exdirectora de la Compañía Nacional de Teatro de Costa Rica y presidenta actualmente de la Asociación de Teatro para Niños y Jóvenes Educarte, Directora del Grupo de Teatro Contraluz.

⁴ *Rodrigo Francisco* es director y director artístico de la Compañía de Teatro de Almada y el Festival de Almada. Hizo su formación teatral con Joaquim Benite entre 1997 y 2012 hasta la muerte del fundador de la Compañía de Teatro de Almada. En Portugal fue el responsable del estreno de autores como Mamet, Schnitzler, Horváth y Hemingway.

⁵ "Veo la tarea de la programación del Festival de Almada y el Teatro Municipal Joaquim Benite como un servicio público a la población de Almada. Me considero un mediador entre almadenses y el teatro que se está haciendo en el mundo. Cómo me considero un director y no un programador, tengo dificultades para responder a esta pregunta. Sospecho de muchos de "los programadores profesionales". Cuando oigo hablar de "programador" siempre pienso en alguien para programar juegos de ordenador, detrás de una pantalla. Considero la profesión, recientemente creada, de "programador cultural" totalmente innecesaria".

⁶ Que haya seriedad, experiencia y amor por el arte. Que sea un proyecto honesto, y que los valores que lo desarrollen se asienten en el humanismo en vez de cualquier interés comercial".

⁷ Qué no me envíen archivos, enlaces, correos electrónicos, etc. Que me inviten a sus espectáculos, y al final vengan a hablar conmigo (y pagarme una copa)".