

DIALÉCTICA ESCÉNICA

REVISTA DE LA FACULTAD DE ARTES ESCÉNICAS UANL

RECIBIDO: 03 de abril de 2025

ACEPTADO: 16 de junio de 2025

DOI: <https://doi.org/10.29105/de.v2i3.21>

■ El desarrollo de públicos en los Elencos Nacionales del Perú Audience Development in Peru's National Performing Arts Ensembles

Cecilia Collantes Neyra¹

Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP) / San Miguel, Perú

Contacto: cecilia.collantes@pucp.edu.pe

ORCID: <https://orcid.org/0009-0006-5912-4018>

Esta obra quedará registrada bajo la licencia de Creative Commons (CC BY 4.0) Internacional



¹ Magíster en Desarrollo Humano por la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO-Buenos Aires) y Bachiller en Artes Escénicas por la PUCP. Ha laborado en diferentes instituciones públicas y privadas a cargo de la gestión de programas culturales y educativos, así como de producciones escénicas. Sus intereses abarcan el trabajo con poblaciones en situación de vulnerabilidad y la producción sostenible.

El desarrollo de públicos en los Elencos Nacionales del Perú

Audience Development in Peru's National Performing Arts Ensembles

Resumen

La Política Nacional de Cultura del Perú al 2030 identifica como problema público el limitado ejercicio de los derechos culturales de la población, y como una de sus causas directas, la limitada participación cultural en las expresiones artístico-culturales. Esta realidad convive con una tendencia global del incremento de las tecnologías digitales en el consumo cultural y de un descenso de este consumo en espacios fuera de casa. Si tenemos en cuenta que las instituciones públicas, específicamente las que tienen competencia en cultura, tienen la responsabilidad de buscar alternativas de solución, ¿qué podemos hacer desde las políticas culturales para ampliar y fortalecer la participación de los públicos? ¿Por dónde empezamos? En el presente artículo se analiza la implementación del Plan de Desarrollo de Públicos 2022–2024 de los Elencos Nacionales del Perú como una transformación en la concepción de la política cultural. Este cambio se manifiesta en una gestión orientada a ampliar la participación de nuevos públicos mediante la generación de alianzas interinstitucionales, así como a diversificar los públicos, a través de la incorporación de nuevos contenidos en la programación. Esta experiencia puede aportar a la reflexión sobre los elementos que puede considerar un programa de formación de públicos e iniciar los primeros pasos para el desarrollo de vínculos entre los Elencos Nacionales y nuevos diversos públicos.

Palabras clave: Públicos, elencos nacionales, participación cultural.

Abstract

Peru's National Cultural Policy to 2030 identifies as a public problem the limited exercise of the population's cultural rights, and as one of its direct causes, the limited cultural participation in artistic and cultural expressions. This reality coexists with a global trend: the rise of digital technologies in cultural consumption and a simultaneous decline in out-of-home cultural engagement. Given that public institutions—particularly those responsible for cultural matters—are tasked with finding solutions to these challenges, the following questions arise: What can we do through cultural policy to broaden and strengthen audience participation? Where do we begin? This paper analyzes the implementation of the “Audience Development Plan 2022–2024” by Peru's National Performing Ensembles as a shift in the conception of cultural policy. This change is reflected in a management approach focused on expanding participation among new audiences through interinstitutional partnerships, and on diversifying audiences by incorporating new content into programming. This experience offers valuable insights for reflecting on the components of an effective audience development program and outlines preliminary steps to build lasting connections between the National Performing Ensembles and new, diverse audiences.

Keywords: Audiences, National Performing Ensembles, cultural participation.

Observando el umbral

La vinculación con los públicos es fundamental para la continuidad de una institución u organización cultural. El cambio en la perspectiva de las instituciones culturales de ofrecer servicios y bienes culturales sin énfasis en conocer al público, al de diseñar la experiencia artística en función a los públicos –inclusive como cocreadores de contenidos–, responde a un proceso progresivo de casi cincuenta años, influido por distintas transformaciones sociales, económicas, tecnológicas y políticas. Aun cuando esa visión ha cambiado y somos conscientes de que los públicos deben estar en el centro de las instituciones culturales, la relación con los públicos nos sigue generando preguntas.

La antropóloga mexicana Lucina Jiménez (2011) reflexiona sobre la necesidad de identificar los factores que convocan a los públicos para formar parte del hecho artístico, con el fin de establecer políticas culturales y estrategias de gestión actuales que los coloquen en el centro. Al analizar tales factores, encontramos que existen brechas sustantivas en el acceso, la participación y el consumo cultural de las personas; el origen de dichas diferencias es explicado a través de distintas hipótesis, provenientes, sobre todo, de campos como la sociología. Una de las principales disparidades fue expuesta por Pierre Bourdieu, quien analizó la relación entre las clases sociales y el consumo cultural y cómo se reproducen las desigualdades vinculadas al capital económico y al capital cultural. Otros autores, como Richard A. Peterson, Tony Bennett, Angela McRobbie, Sarah Thornton, entre otros, introducen variables de género, etnicidad, edad, industrias culturales y tecnologías digitales para hacer énfasis en otros parámetros de distinción.

Los estudios latinoamericanos, básicamente desde ramas como la sociología o la antropología, también han analizado la reproducción de jerarquías sociales, su estrecha vinculación con el consumo de arte y cultura a partir de factores históricos, como el colonialismo, el mestizaje, el acceso a educación o los matices que estos cobran en su interacción con los contextos locales y globales. Autores como Néstor García Canclini, Tomás Peters, Ana Wortman, Santiago Alfaro, entre otros, son fundamentales para entender también que la participación cultural se ve afectada por las dimensiones políticas de nuestros territorios.

En Chile, Peters y Allende (2024) observan que el consumo cultural ha tenido cambios significativos. Ante un contexto de estallido social del país y del Covid-19, las herramientas digitales de música y video han tomado un rol importante en la circulación de la oferta. Los espacios culturales tradicionales –las bibliotecas, los teatros, las galerías de arte, los museos– ya no logran ser tan atractivos a las nuevas generaciones, además de que su consumo está asociado a grupos sociales con alto capital cultural y económico (p.79).

Para el caso del consumo cultural peruano, Santiago Alfaro (2024b, p. 35) señala tres tendencias en el periodo 2016–2019, según la información de la Encuesta Nacional de Programas Estratégicos (ENAPRES), elaborada por el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI): la expansión de las tecnologías digitales, la continuidad en el elitismo de la alta cultura –expresiones culturales como libros, teatro, artes visuales, siguen siendo consumidas en mayor proporción por personas de altos

ingresos y niveles educativos— y el amplio consumo de expresiones culturales de origen indígena o popular. La encuesta ENAPRES es aplicada a personas mayores de 14 años desde el año 2010 en zonas urbanas y rurales de los 24 departamentos del Perú.

Frente a este panorama y desde el enfoque de públicos de la gestión cultural, es importante centrar la atención en los objetivos comunes de las instituciones que tienen competencia en cultura: aumentar el alcance, incrementar la diversidad de los públicos y maximizar el impacto producido por una experiencia artística.

En esta línea, el Consejo de las Artes de Inglaterra (la agencia nacional de desarrollo para las artes, museos y bibliotecas en ese país), en su marco estratégico de 10 años (2013) *Great Art and Culture for Everyone 10 year strategic framework 2010–2020*, revela la importancia de que las artes y la cultura sean accesibles y de alta calidad para todos. Específicamente, el objetivo 2 hace énfasis en que “Todos tienen la oportunidad de experimentar e inspirarse en las artes, los museos y las bibliotecas” (Arts Council England, 2013, p. 39, traducción propia). Para concretar este objetivo, se propone priorizar el incremento de la participación en las artes —especialmente de personas con una vinculación limitada a la vida cultural— y mejorar la calidad de la experiencia artística. (Arts Council England, 2013).

La Política Nacional de Cultura del Perú (PNC) al 2030 identifica como problema público de alcance nacional el “limitado ejercicio de los derechos culturales de la población” (MINCU, 2020, p.18). Los derechos culturales se definen como el derecho de toda persona a tomar parte libremente en la vida cultural de la comunidad, esto es acceder, participar y contribuir en la vida cultural que sea de nuestra elección (ONU, 2009). El ejercicio de los derechos culturales se vincula a factores históricos (herencia colonial); económicos (fallas del mercado y escaso financiamiento); socioculturales (escasa valoración de la diversidad y participación culturales); y de capacidad estatal (inadecuada gestión de recursos y ausencia de políticas públicas diferenciadas), que limitan o facilitan este ejercicio (MINCU, 2020).

Según la PNC (MINCU, 2020), una de las causas directas del escaso ejercicio de los derechos culturales es la “limitada participación cultural en las expresiones artístico culturales” (p. 41). Y esta realidad puede responder al entorno restrictivo de cada persona, a la precariedad de los sistemas en que debería desarrollarse la participación cultural o ser una combinación de ambos factores. Por ejemplo, en pocos distritos de Lima —la capital—, parte de la centralización del consumo cultural nacional se debe a la escasa infraestructura escénica del país —Lima cuenta con más de dos tercios del total de salas de teatro en todo el Perú— y a la falta de políticas culturales públicas en sus diferentes niveles de gobierno (municipal, provincial y nacional) para proponer la gestión y acondicionamiento de espacios alternativos que puedan sustituir esa ausencia, en alianza con el sector privado y la sociedad civil —grupos de teatro, organizaciones artísticas, Puntos de Cultura, asociaciones de cultura viva comunitaria, entre otros—.

Las instituciones públicas, específicamente las que tienen competencia en cultura, tienen la

responsabilidad de buscar alternativas para incrementar la participación de la ciudadanía. Entonces, ¿qué podemos hacer desde las políticas públicas para ampliar y fortalecer la participación de los distintos públicos en las expresiones artístico-culturales? ¿Por dónde empezamos?

En el presente artículo se analiza el Plan de Desarrollo de Públicos 2022–2024 de los Elencos Nacionales, cuyos objetivos fueron, por un lado, ampliar la participación de nuevos públicos mediante la articulación con instituciones afines de los sectores público y privado; y por otro, diversificar los públicos a través de una propuesta de nuevos contenidos en la programación. Esta experiencia puede contribuir a la reflexión sobre qué elementos puede considerar un programa de formación de públicos para promover la participación cultural de la ciudadanía e iniciar los primeros pasos en el desarrollo de vínculos de elencos nacionales con nuevos y diversos públicos.

Saliendo de la *matrix*

El Reglamento de Organización y Funciones (ROF) del Ministerio de Cultura establece que la Dirección de Elencos Nacionales es el “órgano de línea de la Dirección General de Industrias Culturales y Artes, que tiene a su cargo la gestión, administración, difusión y promoción de los Elencos Nacionales del Ministerio de Cultura” (MINCU, 2013, p. 43), los cuales son: la Orquesta Sinfónica Nacional, el Ballet Nacional, el Coro Nacional, la Orquesta Sinfónica Nacional Juvenil Bicentenario, el Coro Nacional de Niños y el Ballet Folclórico Nacional. Los Elencos Nacionales están compuestos por más de 300 artistas (músicos, bailarines y cantantes). El elenco de mayor antigüedad es la Orquesta Sinfónica Nacional, con 86 años de fundación; y el de menor tiempo, el Ballet Folclórico Nacional, con 16 años de creación.

En el año 2019, la Dirección de Elencos Nacionales realizó un estudio con el fin de recoger información sobre el perfil de los públicos de los Elencos Nacionales en el Gran Teatro Nacional¹. La muestra del estudio comprendió a hombres y mujeres mayores de edad que asistieron a las funciones de los Elencos Nacionales en el Gran Teatro Nacional (GTN) entre los días 15 de junio y 18 de julio de 2019. La metodología del estudio fue cuantitativa no probabilística, y el instrumento empleado fue un cuestionario autoadministrado de preguntas cerradas, conformado por 3 carillas y 21 preguntas. La encuesta tuvo un margen de error: +/- 5% (nivel de confianza del 95%). El tamaño de la muestra fue de 1,556 encuestas válidas. A partir del cruce de datos, se hace énfasis en estos resultados:

¹ Esta sala posee una infraestructura y acústica de primer nivel y es administrada por el Ministerio de Cultura del Perú. Los Elencos Nacionales ofrecen, en el Gran Teatro Nacional, el 50% de su programación anual.

Tabla 1

Datos del estudio de públicos de los Elencos Nacionales en el Gran Teatro Nacional.

Datos personales		
Edad	31 - 54 años	39%
Género	Mujer	59%
Nivel educativo	Formación superior completa	49%
Distritos de procedencia	Surco, Cercado de Lima, La Molina y Miraflores.	
Asistencia a presentaciones culturales en los últimos 12 meses		
Teatro		76%
Danza		61%
Música		76%
Las presentaciones a las que asistió se realizaron en un teatro o auditorio		42%
Público que asistió a la Orquesta Sinfónica Nacional y de niño/a veía espectáculos (de danza, teatro o música)		57%
Público que asistió al Ballet Folclórico Nacional y de niño/a veía espectáculos (de danza, teatro o música)		58%
Público que asistió al Ballet Nacional (como primera opción) y a la Orquesta Sinfónica Nacional (como segunda opción), en los últimos 12 meses		47%
Público que asistió a la Orquesta Sinfónica Nacional (como primera opción) y al Ballet Folclórico Nacional (como segunda opción), en los últimos 12 meses		47%
Asistencia a la función de hoy de los Elencos Nacionales		
Se enteró del espectáculo por internet (redes sociales y otras plataformas)		55%
Se enteró del espectáculo por familiares o amistades		25%
Se trasladó a las funciones en transporte privado o taxi		66%
Su ruta de traslado demora entre 16 y 30 minutos		46%

Fuente: Elaboración propia, con base en Estudio de públicos de los Elencos Nacionales (2019).

Los resultados presentados en la tabla 1 nos permiten reflexionar sobre las características “tipo” de las personas que asistieron a las funciones de los Elencos Nacionales. A partir de las similitudes encontradas es posible formular un perfil de consumidor/a y conocer una parte de su estilo de vida. En este caso, observamos que el grupo predominante fue conformado por mujeres de mediana edad que, en gran medida, contaba con formación superior completa. De niñas, asistían a ver presentaciones escénicas y, hasta el momento del estudio, asistían a espectáculos de teatro, danza y música en infraestructuras culturales (cerradas) en las que disfrutaban de los espectáculos de distintos Elencos Nacionales —47% de los espectadores que asistían a presentaciones del Ballet Nacional también iban

a conciertos de la Orquesta Sinfónica Nacional, y 47% de los que presenciaban a la Orquesta Sinfónica Nacional también frecuentaban al Ballet Folclórico Nacional, a pesar de constituir distintas disciplinas artísticas—. Además, este grupo de personas revisaba la programación cultural en internet o la compartía con personas cercanas (amigos o familiares), vivía en distritos aledaños al GTN, y pertenecía a los sectores económicos A–B, debido a que contaba con recursos para trasladarse al teatro, en su vehículo propio o en taxi.

Este estudio fue fundamental para la Dirección de Elencos Nacionales (DEN) porque, al conocer qué características predominantes tenían las personas que asistían a los espectáculos de los Elencos en el GTN, fue posible identificar a qué sectores de la población no se estaban vinculando los Elencos Nacionales cuando se consideraban las variables de grupo etario (niñas, niños, adolescentes, adultos mayores), género (hombres), distrito de procedencia (39 distritos de Lima Metropolitana no fueron mencionados por los encuestados), nivel educativo (formación superior técnica, solo con educación básica regular: inicial, primaria y secundaria, y sin acceso a educación formal) y nivel socioeconómico —sectores C, D y E no empleaban las plataformas digitales para conocer la programación y se movilizaban en transporte público—. Además, los resultados del estudio confirmaron la perspectiva planteada por la Política Nacional de Cultura respecto al limitado ejercicio de los derechos culturales, así como a la necesidad de que los Elencos Nacionales puedan contribuir a revertir esta situación, promoviendo la participación de la ciudadanía en las expresiones artístico-culturales.

Es preciso resaltar que, si bien algunas características del perfil predominante del consumidor/a cultural podían ser intuitas por el equipo de gestión de la Dirección de Elencos Nacionales, el estudio de públicos representó la primera investigación formal sobre la audiencia de los Elencos en este teatro, donde se concentraba el 50% de su programación anual. Además, no se contaba con información sobre el otro 50% que se realizaba en diversas infraestructuras culturales y espacios alternativos.

Con los resultados del estudio de públicos, la Dirección de Elencos Nacionales pudo analizar de qué formas se podía generar un alcance mayor en el GTN y elaborar el Plan de Desarrollo de Públicos 2022–2024, cuyo objetivo principal fue incrementar la participación de la ciudadanía en las expresiones artístico-culturales a través de dos estrategias: por un lado, ampliar la participación de nuevos públicos mediante la articulación con instituciones afines, con el fin de vincular a grupos que puedan desarrollar interés en las presentaciones de los elencos, como *público potencial* o *no público*; y, por otro, diversificar los públicos mediante una propuesta de nuevos contenidos en la programación (Delgado, 2024). Si bien hay distintas definiciones sobre estos términos, para fines del presente artículo voy a incluir los conceptos que el Plan de Desarrollo de Públicos 2022–2024 propone:

Público potencial

Grupos de personas que, a pesar de poseer las competencias para percibir y apreciar las expresiones artísticas producidas por los Elencos Nacionales, no asisten a sus espectáculos. Los grupos focalizados han sido niñas y niños que estudien música, danza o canto, así como jóvenes que estudien disciplinas vinculadas a las artes escénicas. Y que, en ambos casos, estos centros de formación se encuentren en los distritos por los que circula la Línea 01 del Metro de Lima (MINCU, 2021, p.40).

No Público

Conformado por los grupos de personas que, no estando directamente relacionados con las actividades artísticas que desarrollan los Elencos Nacionales, representan un potencial interés para la institución como nuevos públicos de los espectáculos. La relación con este tipo de público pasa por contribuir a que desarrolle sus competencias para percibir y apreciar la música y danza de los elencos nacionales (MINCU, 2021, p. 41).

Los grupos focalizados han sido personas con discapacidad, y adultos mayores que se encuentren en un programa de atención distrital del Estado; estudiantes de carreras afines a las humanidades, ciencias sociales o comunicaciones; así como jóvenes que practican deportes. (MINCU, 2021, p. 41).

Ambas definiciones hacen énfasis en las competencias (necesarias) para percibir y apreciar la música y danza, por lo que de forma implícita se está haciendo referencia al concepto de *capital cultural*. En esta medida, es importante introducir la reflexión de Ana Rosas Mantecón (2023) sobre las barreras que las personas afrontan actualmente para constituirse como públicos: de tipo geográfico (traslado hacia el lugar donde se realiza una actividad cultural); de capital cultural —conjunto de recursos, certificaciones, conocimientos y habilidades que les permite acceder y disfrutar de lo que se ofrece—; de tipo económico (costo de entrada); y de organización del tiempo libre —que implica optar por una experiencia presencial y rechazar la oferta mediática—.

Las barreras que describe la autora también están presentes en los montajes que realizan los Elencos Nacionales en el teatro; uno de los principales es la distancia geográfica. El GTN se encuentra en San Borja, uno de los distritos que tiene una percepción favorable en la calidad de vida de las personas por su gran cantidad de parques, centros de comercio y lugares de entretenimiento, pero que posee graves dificultades de acceso por la congestión vehicular. Con el objetivo de proponer alternativas de solución, se planteó que los grupos focalizados del Plan de Desarrollo de Públicos de los Elencos sean residentes de los distritos que conectan la línea 1 del Metro de Lima (Villa El Salvador, Villa María del Triunfo, San Juan de Miraflores, Santiago de Surco, San Borja, La Victoria, Cercado de Lima, El Agustino y San Juan de Lurigancho), debido a que el GTN está ubicado al frente de la estación de tren La Cultura, lo que favorece el traslado de estos distritos. Si consideramos el traslado desde Villa El Salvador o San Juan de Lurigancho (distritos de los extremos) a San Borja, la duración máxima es de 30 minutos, en comparación al tiempo en bus, que puede tomar entre 1 hora y 30 minutos y dos horas. De esta manera, se incentiva el transporte público hacia el teatro, difundiendo un mejor uso del tiempo a un menor costo.

Con respecto a la implementación del Plan 2022-2024, se contempló que los productos artísticos y las acciones de mediación estuvieran dirigidas a niñas, niños y adolescentes de colegios; adultos de la tercera edad; y jóvenes de formación superior de las carreras de danza, artes, música. Los formatos empleados en la ejecución del plan fueron conciertos didácticos, conversatorios, clases didácticas, ensayos abiertos, clases maestras y funciones didácticas. Cada actividad contó con un objetivo para

fomentar la vinculación con los públicos y con herramientas de mediación artística, con las que se promovió el fortalecimiento de capacidades (clase maestra de dirección musical para orquesta sinfónica); el conocimiento sobre el trabajo y los elementos requeridos para una puesta en escena (clase didáctica sobre el ballet); la sensibilización sobre el proceso de creación y preparación de un elenco (conversatorio y observación de un ensayo de obra); la formación sobre los diversos géneros musicales, con énfasis en la música popular peruana (clase didáctica sobre música criolla); entre otras intervenciones. Además, las actividades diseñadas para públicos escolares se complementaron con otras herramientas de mediación artística como la creación de guiones, pautas de mediación, guías didácticas o conversatorios post función (Delgado, 2024).

Con relación a los resultados cuantitativos, como parte de la implementación del plan durante tres años (2022-2024), los Elencos Nacionales desarrollaron 126 actividades (presenciales y digitales), las que contaron con 38,628 beneficiarios a nivel nacional (18,659 participantes de forma presencial y 19,968, de forma virtual). En este proceso, se involucraron a 153 instituciones de los sectores públicos y privados, provenientes de diferentes regiones del Perú: Ancash, Ayacucho, Amazonas, Arequipa, Ica, La Libertad, Loreto, Piura, San Martín, Tacna y Lima (Delgado, 2024). Los viajes de los Elencos Nacionales a las regiones se realizaron entre los años 2022–2023; sin embargo, por aspectos políticos y económicos, los Elencos no pudieron viajar en el año 2024, por lo que su programación se concentró en Lima y la provincia constitucional del Callao.

De acuerdo con el Informe de Gestión de la Dirección de los Elencos Nacionales (Delgado, 2024), se recogió información de los participantes en las actividades artísticas para conocer la valoración de los públicos sobre las piezas escénicas de los Elencos Nacionales, sus sensaciones y propuestas de mejora, por lo que se dispone de 719 encuestas válidas solo para el 2024. Esta información es muy valiosa porque constituye la primera puerta de conocimiento de otros grupos humanos sobre su experiencia integral de participación cultural, quienes no forman parte de los públicos ocasionales del GTN. Algunos datos centrales, con respecto a la experiencia de los públicos, fue que el 99% de los encuestados recomendaría la actividad, al 72% de públicos le gustó mucho², y el 92% refirió que era la primera vez que participaba en una actividad de los Elencos Nacionales. Esta última cifra pone en evidencia distintas problemáticas estructurales presentes en el Perú, como la escasa infraestructura escénica, la centralización de la oferta cultural y la insuficiente preparación de los docentes de arte en los centros educativos para estimular la competencia de apreciación de las artes escénicas. Estos y otros factores clave resaltan la urgencia de incrementar y diversificar los públicos a los que se dirigen los Elencos Nacionales en su calidad de compañías artísticas que son gestionadas por el Estado, y deben maximizar su alcance dentro de las condiciones y recursos disponibles.

En esta línea, en el 2024 los Elencos Nacionales han fortalecido su labor de formación de públicos al establecer articulaciones con 50 nuevas instituciones. A través de presentaciones artísticas en diversos formatos y con distintos contenidos, se ha logrado un valioso intercambio con 50 nuevos

² Las categorías establecidas en la encuesta fueron: no me gustó para nada; no me gustó; [me gustó] más o menos; me gustó; me gustó mucho.

grupos de públicos, pertenecientes a 38 instituciones educativas y 12 centros de atención para adultos mayores. Estas actividades se han desarrollado en 22 distritos de Lima Metropolitana, 2 distritos de la provincia constitucional del Callao y 1 distrito de Lima Provincias.

Por otro lado, los estudiantes, que participaron de las presentaciones artísticas escribieron sus testimonios; revisemos tres de ellos sobre sus primeras experiencias de acercamiento con los Elencos Nacionales:

“Gracias por invitarnos. Ver al ballet me ha hecho muy feliz” (En Delgado, 2024, p.12).

Clase didáctica: Aprendiendo sobre el ballet

Elenco: Ballet Nacional

Estudiante de tercero de primaria

I.E.E 1103 Elvira García y García

Pues fue mi primera vez yendo al teatro y la verdad que una experiencia muy hermosa el lugar, la obra, los bailes todo increíble la verdad que el ambiente era muy acogedor y más que todo muy interesante, lo recomiendo y sí para los escolares porque además te dan una lección de nuestra vida cotidiana que nos puede pasar a cualquiera, me encantó. (En Delgado, 2024, p. 15)

Función didáctica *Álbum de familia*

Elenco: Ballet Folclórico Nacional

Estudiante de quinto de secundaria

I.E. 4010 Hermanos Rafael Samuel y Emilio Moisés Gómez Paquiyauri.

Bueno sí, la verdad soy estudiante de la institución Manuel Calvo y Pérez y me gustó muchísimo en mi vida había asistido a un teatro mucho menos escuchar a un coro y me llamó la atención mucha el gran manejo de idiomas el quechua, latín incluso como adecuaban los valeses peruanos al tipo lírico de verdad que yo regresé a mi casa fascinada me gustó mucho las experiencias son unas personas con muchísimo talento, la verdad me gustaría volver a escuchar en un concierto como este ¡Mis felicitaciones! Estoy muy orgullosa que en mi país haya tan buenos representantes. (En Delgado, 2024, p.13)

Concierto didáctico *Canto a través del tiempo*

Elenco: Coro Nacional

Estudiante de cuarto de secundaria

Colegio Manuel Calvo y Pérez.

Con base en los formatos y contenidos empleados en la implementación del Plan de Desarrollo de Públicos de los Elencos Nacionales, podemos reflexionar sobre qué elementos básicos podemos considerar con el fin de que las experiencias escénicas se desarrollen de mejor manera con nuevos y diversos públicos. A nivel de contenido, se propone diseñar productos a partir del conocimiento de los públicos con los que se desee generar un intercambio —no necesariamente la propuesta debe ser de carácter formativo, sino a partir de los intereses y necesidades de los grupos—. Se sugiere piezas de mobiliario minimalista —en la medida que el tipo de disciplina artística lo permita—, con el fin de promover la circulación. A nivel de herramientas de mediación artística, se sugiere sensibilizar sobre el *proceso de creación* de la pieza escénica: cómo se realiza el ensamblaje de un espectáculo y cómo se articulan las diferentes áreas de creación, técnicas y de producción; así como difundir la motivación que está *detrás de la escena*: cuál es la importancia de los compositores, en qué contexto se crearon las obras, qué instrumentos usan, cuáles fueron las inspiraciones de las tramas que conocemos, entre otras. En los casos del trabajo con menores de edad, es fundamental la *articulación con las autoridades y docentes* de las instituciones educativas para compartir metodologías que fortalezcan la experiencia cultural fuera del espacio de representación. A nivel de gestión, se recomienda generar *alianzas estratégicas con nuevas instituciones* que tengan representatividad de los sectores a los que aún los Elencos no se han podido vincular y que compartan la logística de las actividades, en términos de producción, financiamiento, comunicación (interna y externa), recojo de información y coordinación con los públicos.

En la región latinoamericana, al menos nueve países cuentan con elencos nacionales; no obstante, más de la mitad no disponen de programas orientados específicamente a la formación de públicos a través de estos elencos. En ese contexto, la implementación del Plan de Desarrollo de Públicos 2022–2024 de los Elencos Nacionales del Perú, podría representar un aporte significativo para experiencias de gestión cultural similares en la región.

Reiniciando la *matrix*

Las funciones de la Dirección de los Elencos Nacionales, establecidas en el Reglamento de Organización y Funciones (ROF) del Ministerio de Cultura en el 2013, están formuladas desde el cuidado y el fortalecimiento de los Elencos Nacionales, lo que es fundamental para incrementar la participación de la ciudadanía en las expresiones artístico-culturales. Sin embargo, en palabras de Barbieri, “el acceso no asegura la agencia” (2018, p.5). No solo hay condicionantes estructurales —para la limitada participación cultural— que escapan a la voluntad, sino que también hay condicionantes subjetivas, asociadas con las preferencias y gustos (MINCAP, 2021a). Si bien los Elencos Nacionales se presentan en distintos espacios públicos desde hace décadas (colegios, lozas deportivas, anfiteatros, auditorios, iglesias, parques), ninguna de sus funciones establecidas en el ROF o en un lineamiento posterior considera una gestión centrada en los públicos, lo que involucra el análisis de distintos grupos sociales, así como el planteamiento de nuevos objetivos, contenidos (funciones didácticas) y estrategias acordes a sus diferencias (mediación cultural) con el fin de potenciar la conexión con el hecho escénico y el intercambio entre públicos e intérpretes. Esta situación nos revela que hace poco más de

una década la participación cultural de los públicos, como hoy la entendemos, no constituía un tema trascendente en materia cultural en el Perú.

Los programas de públicos han dirigido sus esfuerzos a ampliar el alcance de los espectadores en las salas teatrales, centrando su interés en aumentar la audiencia e incorporar estrategias de fidelización. Sin embargo, poner a los públicos en el centro de las organizaciones culturales requiere conocer las necesidades de nuevos públicos, explorar contenidos de su interés en la programación y transformar las instituciones con el fin de sostener la relación en el tiempo y construir vínculos. En el 2019, la Dirección de Elencos Nacionales del Ministerio de Cultura del Perú realizó un estudio para recoger información sobre el perfil de los públicos de los Elencos Nacionales en el Gran Teatro Nacional. Este trabajo fue fundamental porque permitió conocer qué características predominantes tenían las personas que asisten a los espectáculos y, por lo tanto, identificar qué sectores de la población no generaban un intercambio con los Elencos Nacionales.

Con la intención de revertir paulatinamente esta situación, se elaboró e implementó el Plan de Desarrollo de Públicos 2022–2024, mediante el cual se pudo establecer articulaciones con 153 nuevas instituciones. Para el 2024, se realizaron presentaciones artísticas en diversos formatos y con distintos contenidos a la programación regular y se logró la participación de 50 nuevos grupos de públicos, pertenecientes a 38 instituciones educativas y 12 centros de atención para adultos mayores. Estas actividades involucraron entidades de 22 distritos de Lima Metropolitana, 2 distritos de la provincia constitucional del Callao y 1 distrito de Lima Provincias.

El Plan de Desarrollo de Públicos de los Elencos Nacionales es una apuesta por poner en el centro a la ciudadanía, por incentivar el ejercicio de sus derechos culturales mediante su participación artística y cultural. Ese cambio de enfoque ha permitido un avance importante en la implementación del Plan (2022-2024), transformando la misión de los Elencos Nacionales en el país. Con la finalidad de vincularnos a nuevos públicos, debemos partir de conocerlos, de estimular su recurrencia a nuevas experiencias escénicas, de ofrecerles mediación de contenidos y explorar otras estrategias que dialoguen con sus necesidades en diferentes espacios. Estos numerosos esfuerzos pueden ser una primera semilla en el cambio que necesitamos en materia de políticas culturales.

Referencias

- Alfaro, S. (2024a). *Butacas desiguales: caracterización del consumo de teatro en el Perú* [Sesión de seminario]. Pensando las artes escénicas desde el Perú de hoy, Lima, Perú.
- Alfaro, S. (2024b). La distinción persistente: desigualdad de clase social en el consumo cultural del Perú. En P. Cardoso y M. Reyes (Eds.), *Consumos Culturales en América Latina 2: Evoluciones históricas, irrupción de lo digital y contextos postpandemia* (pp. 293-328). UArtes Ediciones.
- Arts Council England. (2013). *Great Art and Culture for Everyone: 10 year strategic framework 2010–2020* (2nd ed.). Arts Council England. https://www.artscouncil.org.uk/sites/default/files/download-file/Great_art_and_culture_for_everyone.pdf
- Barbieri, N. (2018). *Es la desigualdad, también en cultura*. Universitat Autònoma de Barcelona, Institut de Govern i Polítiques Públiques. <https://www.cultura.gob.es/dam/jcr:3419299b-4183-4a2c-9eea-433393379d9e/nicolas-barbieri.pdf>
- Delgado, M. (2024). *Informe de Gestión 2024: Plan de Desarrollo de Públicos*. Dirección de Elencos Nacionales.
- Jiménez, L. (2011). *Artes escénicas, públicos y derechos culturales* [Ponencia]. Seminario Internacional de Formación de Audiencias, Centro Gabriela Mistral (GAM), Santiago, Chile.
- Ministerio de Cultura del Perú (2013). *Decreto Supremo N° 005-2013-MC*.
- Ministerio de Cultura del Perú (2020). *Política Nacional de Cultura al 2030*. Gobierno del Perú. https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/1025961/PNC_VERSI%C3%93N_FINAL_2.pdf?v=1595329988
- Ministerio de Cultura del Perú (2021). *Plan de Desarrollo de Públicos de los Elencos Nacionales al 2022*. Gobierno del Perú. <https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/2037200/Plan%20de%20Desarrollo%20de%20P%C3%BAblicos%20Elencos%20Nacionales%20al%202022.pdf?v=1627238982>
- Ministerio de Cultura del Perú (2024). *Plan de Desarrollo de Públicos de los Elencos Nacionales 2022-2024*. En *Memoria: Desarrollo de Públicos Elencos Nacionales 2022-2024*. Fundación Cultural del Banco de la Nación. <https://fcbn.pe/catalogo/elencos-nacionales/>
- Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio. (2021a). *Plan Nacional de Desarrollo y Formación de Públicos 2021-2024*. Gobierno de Chile.
- ONU (2009). *Observación general N° 21 (2009): Derecho de toda persona a participar en la vida cultural (artículo 15, párrafo 1 a), del Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales*, 21 diciembre 2009. <https://digitalibrary.un.org/record/679355?ln=es&v=pdf>
- Peters, T. y Allende, C. (2024) Entre oscilaciones en el acceso, reforzamientos sociales y la emergencia de políticas culturales: Una breve trayectoria del consumo cultural en Chile. En P. Cardoso y M.

Reyes (Eds.), *Consumos Culturales en América Latina 2: Evoluciones históricas, irrupción de lo digital y contextos postpandemia* (pp. 45-86). UArtes Ediciones.

Rosas Mantecón, A. (2023). *Pensar los públicos*. Universidad Autónoma Metropolitana.

Fuentes de consulta

Gran Teatro Nacional. (s.f). *Historia*. <https://granteatronacional.pe/nosotros/historia>

Ibacache, J. (2021, 5 de octubre). *Políticas culturales y desarrollo de públicos* [Conferencia]. Escuela de Desarrollo de Públicos. Unidad de Públicos y Territorios, Chile. <https://publicosyterritorios.cultura.gob.cl/politicas-culturales-y-desarrollo-de-publicos/>

Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio. (2021b). *Desarrollo y formación de públicos*. Gobierno de Chile.

Rodríguez, V. (2019). *Estudio de públicos de los Elencos Nacionales*.

Unidad de Públicos y Territorios. (s.f.). *Escuela de Desarrollo de Públicos 2024*. <https://publicosyterritorios.cultura.gob.cl/escuela-de-desarrollo-de-publicos-2024/>