



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE  
MÉXICO**

---

---

**FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES**

**EL TEATRO MUSICAL EN EL MUNICIPIO DE  
COACALCO DEL 2010-2017, UN ESTUDIO A TRAVÉS  
DE LA COMUNICACIÓN**

**T E S I S**

**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:**

**LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**P R E S E N T A**

**ESTEFANÍA YULIANA GONZÁLEZ VILLANUEVA**

**DIRECTOR DE TESIS: MTRO. MELCHOR LÓPEZ HERNÁNDEZ**



Ciudad Universitaria, CD. MX.2019



Universidad Nacional  
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

**Biblioteca Central**



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

## ÍNDICE

|  |          |
|--|----------|
| AGRADECIMIENTOS.....   | pág. 3   |
| INTRODUCCIÓN.....  | pág. 5   |
| CAPÍTULO I.....  | pág. 11  |
| 1.- LA COMUNICACIÓN.....   | pág. 11  |
| 1.1 ¿Qué es la comunicación?.....                                      | pág. 11  |
| 1.2 Tipos de comunicación.....   | pág. 14  |
| 1.3 Teorías de la comunicación y su aplicación en la publicidad.....   | pág. 18  |
| 1.3.1. La comunicación publicitaria.....                               | pág. 37  |
| CAPÍTULO II.....   | pág. 47  |
| 2.- EL TEATRO COMO ARMA DE PERSUACIÓN SOCIAL.....                      | pág. 47  |
| 2.1 El teatro como rito.....   | pág. 47  |
| 2.2 Breve semblanza histórica.....                                     | pág. 50  |
| 2.2.1. El teatro en Grecia.....  | pág. 56  |
| 2.2.2. El teatro en Roma.....  | pág. 58  |
| 2.2.3. El teatro mexicano del siglo XIX.....                           | pág. 60  |
| CAPÍTULO III.....  | pág. 66  |
| 3.- TALLER DE TEATRO BENKAY ARTE.....                                  | pág. 66  |
| 3.1 El teatro en Coacalco.....   | pág. 66  |
| 3.2 Taller de teatro Benkay Arte.....                                  | pág. 76  |
| 3.3 Las funciones.....   | pág. 79  |
| 3.4 Sector privado Vs. Sector público en el municipio de Coacalco..... | pág. 81  |
| 3.5 Análisis de caso Benkay Arte.....                                  | pág. 96  |
| CONCLUSIONES.....  | pág. 100 |
| BIBLIOGRAFÍA.....  | pág. 110 |

## AGRADECIMIENTOS

Esta investigación es dedicada a mis padres que con su ejemplo han logrado guiar mi camino, me han educado con principios y valores, con sueños y amor. Por nunca dejarme sola, incluso en los momentos difíciles, por enseñarme a aprender de los errores y alentar mis sueños, por forjar a una mujer libre, independiente, fuerte y capaz de alcanzar sus metas; gracias por confiar en mis ideas porque sin ustedes no habría llegado este día y por su incondicional amor hoy y siempre, gracias.

A mi hermano que ha logrado enseñarme día a día más de lo que imagina, por compartir juntos de la vida y por permitirme compartirle mi pasión por el teatro, que nos permitió reforzar nuestro lazo de hermandad. Gracias por ser incondicional.

A mi abuela y tíos que con su ejemplo siempre me inspiraron para ser universitaria, siendo parte importante de mi formación.

A Ricardo, por compartir conmigo la pasión por el teatro, por hacer de mis sueños parte de sus sueños, por el aliento que me das cuando más rendida estoy, por creer en mí, por abrazar mis virtudes y defectos y por motivarme para que esto se materializara.

Infinitas gracias a la UNAM por haberme dado los mejores días de mi vida, por el conocimiento recibido, por ser mi segunda casa durante años, donde he conocido personas maravillosas y amistades para toda la vida. Por educarme en lo profesional mostrándome el valor del conocimiento y la ética.

A mi asesor, gracias por su paciencia atención y comprensión, por alentarme a la escritura y la investigación y por apoyar la investigación durante todo el proceso.

Al teatro y, por supuesto, a Benkay, pieza esencial para la realización de este trabajo, gracias por cada función hecha con el corazón, por cada risa y lágrima dentro y fuera del escenario; a los integrantes que conforman esta gran familia, por creer en el poder del teatro y no rendirse; gracias por su talento y por el tiempo que dedican para dar un momento de diversión al público, gracias por su pasión, talento y entrega.

A todos, gracias.

## INTRODUCCIÓN

En los próximos capítulos, se presenta el estudio del teatro a través de los procesos de comunicación; se resalta en su forma de expresión artística y vehículo de comunicación en distintos niveles: interno (con los actores) y externo (con el público). Particularmente en el municipio de Coacalco.

Se analiza la publicidad que realiza el Taller de Teatro Benkay Arte, con el objetivo de intervenir en la difusión de invitaciones a los habitantes del municipio de Coacalco para su asistencia a eventos culturales. También para identificar aspectos comunicativos en los mensajes y la eficacia detectada en la concurrencia a sus obras de teatro.

De igual forma se propone a la campaña publicitaria como la herramienta en la promoción de la cultura y el teatro popular con los habitantes de Coacalco.

En la investigación se consideró el punto de vista del público, del gobierno municipal y de los actores, para conocer las diferentes aristas del problema a tratar y saber cuáles son las actividades realizadas por el gobierno municipal, qué puede hacer y qué está haciendo la comunidad y en qué momentos interviene el artista para dar solución al problema.

En la investigación participativa, la autora de la tesis, es protagonista porque vive el proceso desde dentro: lo percibe, siente y actúa en él hace siete años, en los que se ha involucrado en el tema, notando que la participación tanto de la comunidad como del gobierno municipal ha sido baja, comparado con otro tipo de actividades recreativas.

Durante los primeros años en los que la autora se vio involucrada en el teatro aproximadamente del 2010 al 2015, al presentar en diferentes zonas como: Estado de México, Ciudad de México y Michoacán, pudo detectar que había ciertos lugares en los que solía haber más público, muy probablemente se debía a la difusión en cada lugar, pero al ir más allá de lo latente se encontró con situaciones que influían

para que la concurrencia al teatro fuera mayor o menor principalmente en Coacalco, Municipio natal de la autora y del Taller de teatro Benkay Arte.

Al estar involucrada en dicho fenómeno, se considera que la metodología apropiada para realizar la investigación es la *investigación acción* creada por el psicólogo estadounidense Kurt Lewin. Con esta metodología el investigador forma parte de la problemática, es él quien debe generar el diagnóstico del mismo, posteriormente realiza la propuesta de cambio y, finalmente, evalúa resultados.

Para le presente tesis, se realizó investigación documental y de campo. Esta última se basó en un sondeo realizado en julio del 2017, aplicado a 86 personas, que es el número aproximado de gente que llega a aforar un auditorio en un evento cultural en la zona a investigar.

Se realizó un sondeo con formato de encuesta descriptiva, al utilizar este instrumento para recabar información cuantitativa, se buscó la descripción de gustos e intereses en cuanto a entretenimiento por parte de los habitantes de Coacalco.

La selección del sondeo como técnica de recolección de información se debió a que con esta investigación, se buscó tener una primera aproximación exploratoria al tema con los habitantes del municipio a estudiar y a partir de esta investigación tener un punto de partida para realizar a futuro una investigación de mercado, una campaña publicitaria o una estrategia de mercadotecnia que ayude a fomentar la asistencia al teatro en el municipio de Coacalco

Se utilizó la técnica de muestreo aleatorio estratificado utilizando como variables de segmentación la zona geográfica de Coacalco y la edad de los asistentes al teatro. Se buscó principalmente personas entre los 20 y los 40 años, al ser personas que consumen más entretenimiento debido a que a partir de los 20 se empieza a contar con mayor poder adquisitivo. Bajo este criterio, se seleccionó un grupo de personas que opinaran sobre sus gustos en cuanto al arte y entretenimiento, con el objetivo de poder realizar inferencias con sus respuestas proyectándolas a la población total.

En cuanto a la investigación cualitativa, se realizaron entrevistas a actores del Taller de Teatro Benkay Arte así como a funcionarios públicos con la finalidad de contar con su opinión sobre el fenómeno a estudiar y poder comparar las opiniones de cada una de las partes involucradas.

Actualmente, en nuestra sociedad se detecta la cultura de masas, dónde los medios de comunicación e instituciones promueven gustos a la colectividad. Erradicar dicho fenómeno resulta complejo y no compete a este trabajo de tesis.

Sin embargo, el presente trabajo intenta detectar el problema de comunicación en la difusión de eventos por parte del Taller de Teatro Benkay Arte. El objetivo con esta acción es contribuir a que un sector de la población logre cambiar la perspectiva de rechazo hacia el teatro a través de la persuasión.

Lo medular de los capítulos es analizar el proceso de comunicación publicitaria de Benkay arte a través de los modelos de comunicación, para entender, interpretar y explicar dicho fenómeno. Uno de los principales modelos de comunicación para la explicación de la situación es el propuesto por Berlo, quien asegura que su modelo sirve de guía para describir el funcionamiento de una organización como red de comunicación; en este caso la organización de comunicación es el Taller de Teatro Benkay Arte.

Se trabajó con la teoría de las categorías sociales y la técnica de segmentación de mercados. Con la teoría de las categorías sociales se analizó el comportamiento de las personas en una sociedad, quienes son concebidas como individuos relacionados entre sí y que de acuerdo a su contexto social comparten características que los hacen similares entre ellos y a su vez distintos de otros grupos, por lo que los efectos de los mensajes son concebidos de manera diferente. Esto nos permitió estudiar a los habitantes del municipio de Coacalco de Berriozábal en comparación con habitantes de otros municipios como Ecatepec, quienes al contar con contextos sociales diferentes, presentan comportamientos e



interpretaciones diferentes ante el teatro y los mensajes que el Taller de Teatro Benkay hace.

Por su parte, la técnica de segmentación de mercados es empleada en la publicidad para dividir al mercado en grupos de acuerdo a sus gustos y estilo de vida, esto con la finalidad de poder dirigir productos a los segmentos adecuados, en la presente investigación ésta técnica permitió seleccionar el perfil de las personas a quienes se dirigiría la investigación y que son posibles consumidores de eventos recreativos. La finalidad es que el grupo de teatro logre aumentar la asistencia del público y se incremente la concurrencia en las obras de teatro.

También, se indagó la cantidad de recursos que el municipio de Coacalco brinda a sus habitantes para que ellos puedan asistir a este tipo de eventos. Por otro lado, se investigó la razón que motiva o detiene a los habitantes del municipio a asistir, o no, a este tipo de eventos.

Esta investigación servirá como punto de partida para detectar el problema desde las causas a través del estudio de la comunicación para futuras investigaciones sobre teatro independiente y se pueda tomar la información recabada para generar a futuro una propuesta que dé solución a la problemática. La comunicación será el enfoque a través del cual se analizará el problema.

#### **OBJETIVOS:**

- Conocer el interés por la asistencia al teatro y hacer el registro de la asistencia del sector infantil y juvenil en el municipio de Coacalco y municipios aledaños.
- Estudiar el caso de la difusión del teatro en Coacalco a través de la comunicación con el análisis de los mensajes publicitarios de las obras del Taller de Teatro de Benkay Arte.
- Cuantificar la difusión del teatro en Coacalco.

- Comprobar con los modelos de comunicación, si el teatro es un vehículo de comunicación y de persuasión en la sociedad.

Con la inversión del sector privado en la difusión al teatro, el Estado, a través de los responsables de la difusión de la cultura, se deslinda de su labor, delegando al sector privado dicha tarea.

Si se da el sentido mercantilista del sector privado en la industria del teatro, donde se antepone un show, grandes producciones, personas famosas, entonces ésta expresión artística pierde su esencia y misión que es difundir un mensaje.

Si los programas político-culturales en Coacalco no valoran los espacios artísticos y de recreación por la riqueza cultural, entonces difícilmente podrá generarse un crecimiento cultural en el municipio. Con una estrategia de comunicación publicitaria, habrá un mayor número de asistentes en las obras de teatro de Benkay Arte.

La pregunta de trabajo para la investigación fue: ¿Es el teatro musical un medio de comunicación capaz de persuadir e incidir en una población a través de sus mensajes? ¿Cómo logra, o no, hacerlo en su proceso?

La tesis está dividida en tres apartados, en el capítulo I de la presente investigación se encontrará con la base de nuestro proyecto, la comunicación, analizaremos su origen y evolución a través del tiempo, el proceso de comunicación así como sus múltiples facetas, una de ellas la comunicación publicitaria. Así como el análisis de la comunicación del Taller de Teatro Benkay Arte en la fase de difusión.

El capítulo II presenta un escenario en el cual teatro se mostraba como una de las principales formas de persuasión social y la importancia que prestaba el Estado hacia este arte como modo de expresión pública en civilizaciones como la griega y romana, a su vez se muestra un panorama en el que el teatro en México también formaba una de la principales opciones de entretenimiento, su evolución y fusión con otras artes como la danza y la música.

En el capítulo III se indagó la actualidad del teatro mexicano, y el contraste con la llegada del cine y las nuevas tecnologías, cómo tuvo que evolucionar, así como el cambio de pensamiento en la sociedad mexicana y sus modos de entretenimiento con la llegada de éstas. Se analizó de manera específica el caso del teatro en Coacalco, conociendo la opinión de sus habitantes, de sus artistas y funcionarios públicos.

Y se propone al teatro como un medio de comunicación capaz de persuadir tal como lo hace el cine o la televisión, encontrando las ventajas y beneficios de este modo de expresión. A su vez, se analiza el proceso de comunicación del Taller de Teatro Benkay Arte: su planeación, difusión y ejecución.

Finalmente, describiremos la situación actual del teatro en el municipio de Coacalco a partir de la información recabada y analizada. Y en un apartado de conclusiones se propone una solución al caso que pueda mejorar su realidad considerando que en la actualidad hay una necesidad de entretenimiento audiovisual y no escénica.

Al no ser un tema muy estudiado anteriormente, algunos de los obstáculos que se presentaron durante la investigación, fue la falta de información documental. Por otro lado, el municipio de Coacalco de Berriozábal no cuenta con recintos teatrales de los que se pudiera obtener información sobre la concurrencia de gente.

Poder realizar las entrevistas a los funcionarios públicos resultó complicado debido a su poca colaboración ante el tema, sin embargo, se logró la entrevista, ante un ambiente de tensión que finalmente logró dar respuestas. Se pretendía realizar una entrevista con un productor de teatro profesional que debido a falta de tiempo por parte del productor no se logró concretar. Pese a la poca información documental y a la dificultad de concretar algunas entrevistas, se logró obtener información gracias a que la autora de la investigación tiene una participación activa ante el problema.

# CAPITULO I

## 1.- LA COMUNICACIÓN

### 1.1 ¿Qué es la comunicación?

La comunicación es un proceso y un fenómeno social. El hombre por naturaleza tiene la necesidad de comunicarse con sus semejantes para vivir en conjunto y sobrevivir. No existen datos exactos del inicio de la comunicación. Sin embargo, podemos decir que el acto comunicativo es parte de la vida y por ello inicia con la misma. “Se remonta a nuestros antepasados quienes en su lucha por sobrevivir se vieron en la necesidad de adoptar determinados mecanismos para expresarse y transmitir sus conocimientos”.<sup>1</sup>

¿A qué nos referimos cuándo decimos que la comunicación inicia con la vida misma? Si bien, no se tiene exactitud del inicio de la comunicación humana, está presente desde el momento en el que se forma nuestro planeta, pues con esa fusión de átomos, de elementos, como el hidrogeno, helio o litio, comenzó a tener reacciones nucleares para que nuestro planeta se formara, allí inicia la comunicación, porque existe una interacción entre emisores y receptores que realizan una transferencia de información y dan como resultado al universo.

Y si la creación del mismo universo es un ejemplo de comunicación, podríamos afirmar que los primeros seres con vida en nuestro planeta también fueron resultado de la comunicación. La evolución misma es otro fenómeno de comunicación. E incluso las reacciones químicas en nuestro cuerpo son muestra de este fenómeno, pero para la presente investigación solamente nos enfocaremos en el estudio de la comunicación humana.

---

<sup>1</sup> González Alonso, Carlos. *Principios básicos de comunicación*, 2da edición, Trillas, 1997, pág. 12.

La comunicación existe en diferentes estructuras:

- La comunicación humana,
- La comunicación en seres vivos y
- La comunicación en organismos gubernamentales.

En cada estructura hay características en común y distintas. Por ejemplo, los seres humanos muestran reacciones de habla, a diferencia de otros seres vivos, como los animales, quienes tienen otro tipo de comunicación. “En las sociedades animales, ciertos miembros desempeñan misiones especializadas y vigilan el entorno... creando un estado de alarma... El trompeteo, cacaraqueo o chillido de un centinela basta para poner a todo el grupo en movimiento.”<sup>2</sup> La comunicación es eficiente cuando ayuda a sobrevivir o en cualquier otra necesidad específica a un grupo.

En la definición universal del concepto, cada teórico se ha dado a la labor de proponer una. Gerbner asegura que la comunicación es: “interacción social por medio de mensajes, mensajes que pueden codificarse formalmente, mensajes simbólicos o sucesos que representan algún aspecto compartido de una cultura”.<sup>3</sup>

La definición universal de comunicación, es que es un acto social, que surge por la necesidad del hombre de transmitir información a través de símbolos, ruidos, entre otros; algunos autores aseguran que no hay comunicación si no existe una retroalimentación por parte del receptor. Hay quienes aseguran que la comunicación es todo proceso de transmisión de información. Para la presente investigación se considerará como base la definición propuesta por Berelson y Steiner:

---

<sup>2</sup>-Gilli, Gustavo. *Sociología de la comunicación de masas. Tomo II. Estructura y función de la comunicación en la sociedad*, Moragas Spá, Miquel, Barcelona, 1985 pág. 17.

<sup>3</sup> Reed, H Blake. *Una taxonomía de conceptos de la comunicación*. Ediciones Nuevo Mar, México, 1997, pág. 3.

“Transmisión de información, ideas emociones, habilidades etc., mediante símbolos; palabras, imágenes, cifras, gráficos, etcétera, el acto o proceso de transmisión es lo que habitualmente se le llama comunicación”.<sup>4</sup>

A través de estudios arqueológicos, se comenzó a tener indicios de cómo se comunicaban los antepasados. Existen hallazgos de que el hombre hacía uso de elementos como colorantes y expresiones guturales para poder comunicarse. Y poco a poco la comunicación humana fue evolucionando: desde la prehistoria con los jeroglíficos, pasando por el alfabeto, los manuscritos, la imprenta, los medios de comunicación masiva, hasta el medio más novedoso: el internet.

El arte es una forma en la que el hombre ha expresado su ideología y necesidades: a través de la pintura, la música, la escultura, la danza, la literatura o el teatro. El teatro ha sido, durante siglos, una forma de comunicación desde que transmite sentimientos, mensajes, palabras, emociones, pensamientos e ideas. Lo anterior con el fin de comunicar. La comunicación es el medio básico y fundamental de convivencia humana.

Todas las relaciones de significación representan convenciones culturales, Paul Ricoeur asegura que lo que nos hace humanos es el pensamiento simbólico, es decir, la capacidad de trabajar con símbolos y signos para hablar de las cosas, aunque no las estemos viendo.

A esto se le conoce como capacidad de abstracción, la responsable de la creación de un sistema simbólico, y de todo aquello que tiene una connotación ideológica, cultural y religiosa. Lo simbólico es totalmente arbitrario por lo que no puede simbolizar de la misma forma una imagen en diferentes culturas.

Ernst Cassirer comparte la idea de Paul Ricoeur al asegurar que lo que distingue al ser humano es su inteligencia e imaginación simbólica, por la manera de enunciar el mundo. La construcción de la realidad depende de la articulación de formas

---

<sup>4</sup> Ibídem.

simbólicas que comunican y que solamente son entendidas por otro ser con la misma capacidad.

Con esta premisa, afirmamos que el hombre no existiría si no tuviera la capacidad de interpretar la realidad y de interpretar lo que hace: gestos y palabras del otro, imágenes y pensamientos. En resumen, lo que fabricamos, construimos, creemos y decimos es algo que simboliza y tiene un significado que comunica.

Michel Foucault dice que: “El lenguaje no es más que la representación de las palabras; la naturaleza no es más que la representación de los seres; la necesidad no es más que la representación de la necesidad”.<sup>5</sup> Por lo tanto la comunicación surge por la necesidad de simbolizar algo y de poner en común el conocimiento.

Recapitulemos: la información que tenemos hasta ahora de nuestro concepto eje, “la comunicación”, es un fenómeno social que surge con la vida misma, producto de las necesidades del ser humano y que desarrolla un proceso para poder transmitir ideas, pensamientos, información, necesidades y sentimientos.

## 1.2 Tipos de comunicación

La comunicación puede ser verbal ó no verbal.

- Comunicación verbal:
  - Oral: de la más antigua, a través de esta las culturas antiguas desarrollaron técnicas como la argumentación y persuasión.
  - Escrita: basada en la articulación de signos y reglas.
- Comunicación no verbal: asociada con los procesos del habla, dentro de las que se incluye apariencia física del cuerpo, tono de voz, gestos, movimientos, actitudes, las cuales son estudiadas por la cinesis.

La comunicación no verbal es un tipo de comunicación que suele pasar desapercibido, en la comunicación se observa “un sistema de canales múltiples en el que el actor social participa en todo momento, deseándolo o no, por medio de sus

---

<sup>5</sup>-Foucault, Michel. *Las palabras y las cosas*. Siglo XXI editores, Argentina, 1968, pág. 208.

gestos, sus movimientos, sus posturas, su mirada, su distancia e, inclusive, su silencio”.<sup>6</sup>

Lo cual comprueba que no somos conscientes que el cuerpo comunica por sí mismo, podemos transmitir un mensaje sin proponérselo y es cuando la comunicación no verbal entra al juego. Nuestro arreglo personal puede comunicar a las personas el estado de ánimo, gustos e incluso ideología que tenemos.

Antes de la evolución “del lenguaje, el hombre se comunicaba de la única forma que era capaz de hacerlo: no verbalmente. Los animales continúan comunicándose de este modo y muchos de ellos son capaces de intercambiar información en una medida mucho mayor de lo que se cree”.<sup>7</sup>

Al hablar, no nos damos cuenta que nuestro cuerpo reacciona de acuerdo a lo que decimos; nuestro rostro, nuestra mirada, nuestras manos, se expresan según lo que decimos. Por lo que se afirma que la comunicación no verbal es un complemento de la comunicación verbal (oral) porque refuerza el mensaje que se está transmitiendo a partir de las palabras. Sin embargo, la comunicación no verbal no es solo un refuerzo, también tiene la capacidad de comunicar por sí sola.

Si alguna vez experimentamos con nuestro televisor, al ver alguna serie o película sin volumen, podremos entender lo que ocurre con la narrativa de la serie o película sin necesidad de escuchar los diálogos o leer los subtítulos. Y lo entenderemos debido a la comunicación no verbal, pues podremos observar cuando algún personaje este enojado, espantado, feliz o enamorado gracias a la expresión de su rostro, a sus movimientos y actitudes.

---

<sup>6</sup> Cruz Santacruz, Luis. *El comportamiento no verbal humano: una aproximación a la kinesis y la proxémica*, CONEIC, México, 1999, pág. 10.

<sup>7</sup> Davis Flora. *La comunicación no verbal, saludos de un primate muy antiguo*, Alianza, Madrid, 1998, pág. 59.



Para poder tener un conocimiento más amplio de la comunicación, es importante mencionar que la comunicación se puede dar en tres niveles:

- Intrapersonal
- Interpersonal
- Masivo

La comunicación intrapersonal.

En el presente escrito se ha mencionado que la comunicación humana es un fenómeno social, es decir, se desarrolla entre dos o más personas. Y que la comunicación es un acto social. ¿Qué pasa con la comunicación intrapersonal? Parecería absurdo asegurar que existe comunicación dónde el emisor también es el receptor.

Algunos autores no reconocen la comunicación intrapersonal como un fenómeno de este tipo. Stanislavsky plantea que se puede dar una comunicación consigo mismo al momento de conectar el cerebro (pensamientos) con los sentimientos. En el ámbito artístico, es la forma en la que el artista presta atención al autoconocimiento de las posibilidades expresivas para lograr los objetivos artísticos y presentarlos en la obra.

Esto le permitirá al actor encarnar a su personaje, hablar y moverse como él; deberá estar consciente de que presta su cuerpo y, por lo tanto, debe reflexionar ante esto y prepararse y dialogar consigo mismo para encontrar la manera de representarlo.

Pero no solo los actores practican la comunicación intrapersonal. Todo individuo experimenta este tipo de comunicación. Como plantea Stanislavsky: es una conexión con nuestro cerebro y nuestros sentimientos. Generalmente las personas realizamos este tipo de comunicación para reflexionar ante alguna situación de nuestra vida.

Lo anterior no significa que la comunicación deja de ser social, sino que pasa a otro nivel en el que hay una conciencia; y la conciencia es comunicación, porque al momento de ser consciente de tu individualidad te comunicas contigo mismo y se

reconoce como parte del grupo social. Así, la comunicación intrapersonal no deja de ser un fenómeno social.

La conciencia en comunicación “implica que no hay nada en la comunicación que no sea conciencia, no hay nada en ésta que no sea a su vez comunicación. En una palabra la conciencia y la comunicación son una y la misma”.<sup>8</sup>

La comunicación interpersonal.

En un segundo nivel se encuentra la comunicación *interpersonal*, en este tipo de comunicación el emisor y el receptor se encuentran cara a cara; el canal, es aire. La comunicación interpersonal permite utilizar los cinco sentidos para el envío de señales verbales y no verbales; además existe una retroalimentación inmediata.

La comunicación masiva.

El tercer y último nivel es el de la comunicación masiva o de masas: envía sus mensajes a través de canales como prensa, radio televisión, cine o internet, con la finalidad de hacer llegar un mensaje a un mayor número de personas.

“Según Wright la comunicación de masas se distingue por:

- Dirigirse a auditorios grandes, heterogéneos y anónimos.
- Los mensajes se transmiten en forma pública en horas convenientes para llegar de modo simultáneo a la mayor parte del auditorio.
- El comunicador suele pertenecer a una organización.”<sup>9</sup>

Para la presente investigación el abordaje de las corrientes de comunicación masiva o de masas es importante, pues el conocimiento de diversas teorías y enfoques sobre comunicación permite realizar una investigación objetiva. En el caso del teatro se involucra amplia cantidad de espectadores a quienes se les envía un mensaje. Es por ello que la comunicación masiva es una opción para el análisis del fenómeno.

---

<sup>8</sup> Delhumeau, Antonio. *La razón apasionada*. Universidad Nacional Autónoma de México, México, 2011, pág. 89.

<sup>9</sup> Gilli, Gustavo. Op. Cit., pág. 71.

### 1.3 Teorías de la comunicación y su aplicación en la publicidad

Para este estudio, la base será la teoría funcionalista, por ser el enfoque pionero en la investigación de la comunicación.

El funcionalismo es una corriente teórica surgida en Inglaterra en la década de 1930 en las ciencias sociales, aplicada especialmente en sociología y en antropología social; Emile Durkheim, Talcott Parsons, Herbert Spencer y Robert Merton son algunos de los funcionalistas más conocidos.

La corriente funcionalista es la escuela más extendida y utilizada por las ciencias de la comunicación. La investigación funcionalista se ha caracterizado por ser más cuantitativa que especulativa, que busca responder el porqué de la existencia de los medios de comunicación y descubrir cuál es el fin o la función de los medios de comunicación en una sociedad.

En las ciencias sociales el funcionalismo “se remite al análisis de la sociedad como un conjunto de instituciones que cumplen funciones necesarias para la reproducción social”,<sup>10</sup> ya que logra funciones necesarias en una sociedad y aseguran que cada parte de la sociedad tenga un rol elemental para el fortalecimiento del todo.

La escuela funcionalista americana, basada en la obra de Talcott Parsons, pone énfasis en el mantenimiento de la estabilidad social. Merton resume los siguientes postulados del funcionalismo estructural:

- La sociedad es un sistema de partes con actividades interconectadas y repetitivas.
- Toda sociedad busca un estado de equilibrio, si hay falta de armonía aparecerán fuerzas que restablezcan la estabilidad.
- Toda actividad repetitiva forma un equilibrio social.

Desde este planteamiento se puede inferir que los medios de comunicación masiva son elementos indispensables en la estructura social para mantener el equilibrio,

---

<sup>10</sup> García Madrigal, Florencio. *Fundamentos de comunicación humana*. Mira editores, Zaragoza, 1994, pág. 57.

aunque de igual manera pueden ser disfuncionales, pero en este enfoque la disfuncionalidad es parte de lo funcional. Entonces, se analiza lo funcional y lo disfuncional en la estructura social.

El estudio de la comunicación de masas en Estados Unidos se origina por la preocupación que generó la propaganda política después de la Primera Guerra Mundial y por los diversos estudios que se realizaban en el cine y la radio con el fin de detectar a las personas que los escuchaban.

Durante la Primera Guerra Mundial y después de ella, sociólogos, politólogos y otros investigadores, aseguraban que los mensajes transmitidos por los medios de comunicación “masiva” tenían una gran influencia en los receptores y en la sociedad en general; se decía que eran capaces de moldear la opinión de las “masas” al gusto del emisor o emisores.

También se consideraba a los receptores como una masa de personas carentes de individualidad y sentido de dirección, a esto se le denominó teoría de la aguja hipodérmica.

La teoría de la aguja hipodérmica menciona que los medios “inyectan” a los receptores (masa) mensajes los cuales no son cuestionados por éstos y que dichos mensajes son capaces de modelar y modificar opiniones. Teorías posteriores se encargaron de perfeccionar este supuesto.

Dentro de esta escuela de comunicación se encuentran las aportaciones de Talcott Parsons, Durkheim, Robert Merton, Charles R. Wright, Félix Lazardsfeld, L. De Fleur entre otros. Existen diversas teorías sobre la comunicación de masas, a continuación, presentaremos un breve resumen.

La teoría de las normas culturales, es una serie de supuestos de la corriente sociológica funcionalista; esta teoría plantea que los mensajes de los medios de comunicación colectiva proporcionan al individuo una “definición de situación” que

aparenta ser real; es decir plantean normas que después de un tiempo son aceptadas por la sociedad.

La teoría de las relaciones sociales nació de una investigación dónde utilizaban entrevistas de “panel” para ver los efectos de una campaña presidencial. El marco de análisis de la investigación lo proporcionaba la teoría de las categorías sociales, con esto se quería dar a conocer qué efectos producían los mensajes de los medios de comunicación colectiva en categorías como: edad, estrato económico, sexo entre otros.

En la teoría del refuerzo; Kappler plantea que las comunicaciones de masas no constituyen normalmente una causa necesaria y suficiente de los aspectos que se producen en público. Para Kappler es tanta la cantidad de factores que intermedian en el proceso de la influencia medios-receptor, que los mensajes son eventualmente reducidos a agentes de cooperación.

La teoría del cultivo, basada en el interaccionismo simbólico de Mead, menciona como particularidad a la televisión quien modela o “cultiva” las construcciones del público acerca de la realidad, es decir el mundo simbólico de los medios.

Y, finalmente, la teoría de las categorías sociales, la cual utilizaremos como un importante punto de referencia para esta investigación. En la sociedad existen complejos, agregados o categorías sociales, cuya conducta ante ciertos estímulos es más o menos igual. Las categorías pueden ser por: edad, sexo, nivel educativo o religión, lo que hace que compartan conductas y gustos similares entre sí.

Los individuos, miembros de cualquier categoría social dentro de una ciudad, seleccionan contenidos más o menos iguales que el de los mensajes emitidos por los medios masivos y sus respuestas a los mismos son, aproximadamente, iguales.

En esta teoría se sostiene que, a pesar de que la masa es considerada como homogénea, existen diferencias que forman categorías; cada categoría tiene

características similares que orientarán el uso de los medios de comunicación de dicho sector.

Actualmente, en esta teoría se fundamenta la publicidad, ya que los productos que vende son dirigidos a un auditorio específico que comparte: gustos, estilos de vida, creencias, edades; entre otras.

Dentro de las teorías de comunicación existen diferentes modelos de comunicación explicados a través de procesos que sirven para estudiar, interpretar y analizar los diferentes fenómenos de comunicación en la sociedad. Existen dos tipos de modelos: los interpretativos y los analógicos o factuales.

Los modelos interpretativos son formas analógicas estructuradas con base en enunciados matemáticos o relaciones abstractas; éstas se relacionan al hecho representado, pero tienen más rango explicativo.

Los modelos tanto factuales como analógicos, son una especie de vínculo entre la realidad y la teoría que trata de explicarla. Los modelos que están subordinados a las teorías se usan para describir o representar de manera simplificada los enunciados de las teorías.

Los modelos se presentan como auxiliares de la investigación. Por ejemplo, el de Laswell que es un modelo interpretativo verbal o el modelo de Shannon-Weaver que es de corte interpretativo gráfico-matemático.

Antes de comenzar a estudiar los modelos de comunicación es importante aclarar el término “proceso”: fenómeno que presenta continua modificación a través del tiempo. Si un proceso presenta diversas modificaciones, los acontecimientos relacionados a éste son dinámicos o están en constante cambio. Un proceso no es algo estático ni que descansa, es decir, se encuentra en constante movimiento.

La base que “constituye el concepto de proceso es la idea de que la estructura de la realidad física no puede ser descubierta por el hombre, debe ser creada por éste”.<sup>11</sup> Un proceso; al igual que la comunicación, no es algo que se descubra, sino es algo que existe con la vida misma.

El proceso se forma por componentes, que a la vez están en constante cambio y esto da origen a un proceso. Para ilustrar el concepto en el campo de la comunicación utilicemos el teatro. Los componentes del teatro son:

- Una obra
- Su representación
- Directores
- Actores
- El público
- Escenario
- Iluminación

Las interrelaciones dinámicas de éstos componentes, forman un proceso de comunicación al cual conocemos como teatro. Si éstos componentes no tienen una interacción entre sí, no pueden ser parte de un proceso comunicativo.

Para dejar más claro el ejemplo: el proceso de comunicación en el teatro inicia en primera instancia con el guion, mismo que le es entregado a los actores. Posteriormente, los actores serán quienes darán vida a la historia, se constituirán como transmisores del mensaje que el dramaturgo quiere comunicar al público; y el mismo público funge como receptor.

Y, desde el momento en el que el espectador toma su papel de receptor y el actor su papel de emisor, ya hay una comunicación entre ellos, pues cada quien está asumiendo el rol que le corresponde. El público (receptor) observa cada movimiento, elemento y palabra para descifrar el mensaje que el actor quiere comunicar.

---

<sup>11</sup>-Berlo. David K. *El proceso de la comunicación*. Ed. El ateneo, Buenos Aires, 1969, pág. 20.

No es posible enlistar todos los componentes dentro del proceso, ni describir adecuadamente cómo influyen unos en otros. Inclusive, dentro de las teorías de la comunicación, existen diferentes modelos del proceso de comunicación. Cada uno tiene diferentes “componentes”. Algunos, coinciden; otros, difieren. Sin embargo, ninguno de ellos puede tomarse como el único o el verdadero.

Entonces; según Hartley, el proceso de la comunicación es la base de todo lo que llamamos social por lo que el hombre resulta decisivo para el desarrollo del individuo, de los grupos y de sus interrelaciones.

Una vez que tenemos claro qué es un proceso, podemos comenzar a explicar algunos de los modelos de comunicación más relevantes.

La retórica de Aristóteles menciona que dentro de la comunicación existen tres componentes: el orador, el discurso y el auditorio, cada uno de estos elementos es importante para el proceso de la comunicación y crea el siguiente esquema de comunicación: *Quién dice qué a quién.*

Basándose en el modelo de comunicación de Aristóteles, Harold Lasswell propone un modelo de comunicación conocido como las 5W:

- ¿Quién?
- ¿Dice qué?
- ¿En qué canal?
- ¿A quién?
- ¿Con qué efecto?

Con su modelo propone analizar la comunicación de masas a partir del análisis de los mensajes.

Dentro de los modelos de la comunicación se encuentra el modelo de comunicación de Shannon propuesto en 1947; es un proceso de comunicación lineal, es decir tiene



un punto de partida claro y el punto de finalización, diferente de precisos cíclicos en el que existe la retroalimentación.

Este proceso lineal se compone de

- Una fuente
- Un transmisor
- Un mensaje al receptor por medio de un *código*<sup>12</sup>
- A través de un canal
- Para llegar a su destino

Sin embargo, dicho modelo de comunicación tiene un enfoque basado en la informática y se centra en el proceso de transmisión de información más que en el contenido de la información enviada.

El *código* del modelo de Shannon es monosémico, es decir, está basado en un sistema binario. Y el código de la comunicación humana debe ser un código polisémico o con muchos significados y con la posibilidad de diferentes interpretaciones.

En un proceso entre una máquina y otra, la señal no tiene capacidad significante (...) en tal caso no hay comunicación, aun cuando se pueda decir que efectivamente que hay paso de información. En cambio cuando el destinatario es un ser humano (y no necesario que la fuente sea también un ser humano, con tal de que emita una señal de acuerdo con las reglas conocidas por el destinatario humano) estamos ante un proceso de comunicación siempre que la señal no se limite a funcionar como simple estímulo, sino que solicite una respuesta interpretativa del destinatario.<sup>13</sup>

---

<sup>12</sup> Sistema de significación que reúne entidades presentes y entidades ausentes, siempre que una cosa materialmente presente a la percepción del destinatario, representa a otra cosa.

<sup>13</sup> Eco, Umberto. *Tratado de semiótica general*. Ed. Lumen, Milán, 2000, págs. 24 y 25.

En este modelo el término transmisor y receptor se refiere a instrumentos usados para el envío de la información. Es importante mencionar que un mensaje no puede ser captado por el receptor si el *canal*<sup>14</sup> de comunicación no es compatible. Además de que el método de codificación también tiene que ser el mismo.

Por ejemplo, el Taller de Teatro Benkay Arte envía una invitación a una obra de teatro por redes sociales: *Facebook* o *twitter*, serán el canal. Y el código será el de la lengua escrita. El mensaje no podrá ser recibido si el público al que realiza la invitación no tiene una cuenta de *Facebook*.

Tampoco puede ser comprendido si el código no es compatible, es decir, si el mensaje es escrito en español y el usuario que lee el mensaje sólo sabe hablar inglés. Al no compartir el mismo código, no podrá descodificar el mensaje y, por tanto, la información no será recibida.

Además de los términos que hemos estudiado del modelo comunicacional de Shannon y Weaver, posteriormente agregan un término más: *ruido*; así era como llamaban a aquello que podía interferir en el proceso de transmisión. Recordemos que, por su trabajo basado en la electrónica, en ocasiones, se topaban con situaciones en las que el ruido no permitía que el receptor pudiera comprender el mensaje. Una vez que se aplica este término a la comunicación humana, el ruido se refiere a todo obstáculo que impida una buena transmisión de información.

Al igual que el ruido, un canal sobrecargado era un obstáculo para el envío de los mensajes. Shannon y Weaver lo resolvieron agregando, a la vez, mayor número de canales que pudieran ser utilizables, con el fin de lograr que el mensaje llegara a su destino, ya sea por un canal o por otro, a lo cual llamaron *redundancia*.

Identificar el ruido dentro de la publicidad realizada por el Taller de Teatro Benkay Arte permite detectar otro elemento que esté impidiendo un mayor número de

---

<sup>14</sup> Método físico por medio del cual se transmite y recibe el mensaje: ondas eléctricas, gestos, ondas sonoras etc.

público en sus presentaciones. Generalmente la publicidad destinada a invitar personas a sus puestas en escena se realiza a través de Facebook.

Pero, además del ruido, Facebook puede considerarse como un canal sobrecargado ya que existe una cantidad inmensa de imágenes, videos y publicaciones que impiden que la publicidad de Benkay sea el principal mensaje porque se pierde en la información.

Por lo anterior, Facebook no puede ser el único canal por el cual se realice difusión de sus eventos pues, como lo planean Shannon y Weaver, se necesita de más canales para crear redundancia. Si creamos “suficientes canales innecesarios o redundantes en el sistema, en teoría aseguramos que nunca tendremos una sobrecarga y esto aumenta la probabilidad de que se reciba el mensaje transmitido”.<sup>15</sup>

Con esta premisa, podemos darnos cuenta del motivo por el cual los publicistas envían el mismo mensaje a través de distintos canales (radio, televisión, prensa, vallas, cine, entre otros).

El Taller de Teatro Benkay Arte, además de utilizar Facebook como el principal canal para difundir sus puestas en escena, se ayuda de otros canales: carteles y lonas publicitarias. Sin embargo, no son los canales con alto grado de impacto a nivel publicitario porque existe una falta de redundancia en sus mensajes.

Pero la redundancia no solamente se basa en el número de canales que se utilice para transmitir información, sino que también es la información predecible la cual no cuesta trabajo decodificar. Por ello, un mensaje tampoco debe ser demasiado previsible. En la publicidad un mensaje demasiado previsible en ocasiones no causa el impacto deseado, por lo tanto, es un punto que debe saber aplicarse de lo contrario la persona que reciba la información puede llegar a ignorar el mensaje.

---

<sup>15</sup> R, ELLIS, y McCLINTOCK, A. *Teoría y práctica de la comunicación humana, modelos de comunicación*. Paídos, Barcelona, 1993, pág. 104.

En las siguientes imágenes se muestra el tipo de publicidad que se emplea en Benkay. Hemos mencionado que los canales que utiliza son pocos por lo que su redundancia es carente, pero por otro lado las imágenes no podrán ayudar a determinar qué tan previsible es el mensaje.



BENKAY ARTE  
PRESENTA

# GREASE

El musical de tu vida

Domingo 26 de Febrero  
Centro Cultural y Recreativo Ecatepec  
HORA : 1:00pm  
ENTRADA LIBRE

**¡TE ESPERAMOS!**

**1.2 GRASE EL RE ESTRENO**

BENKAY ARTE  
PRESENTA

# GREASE

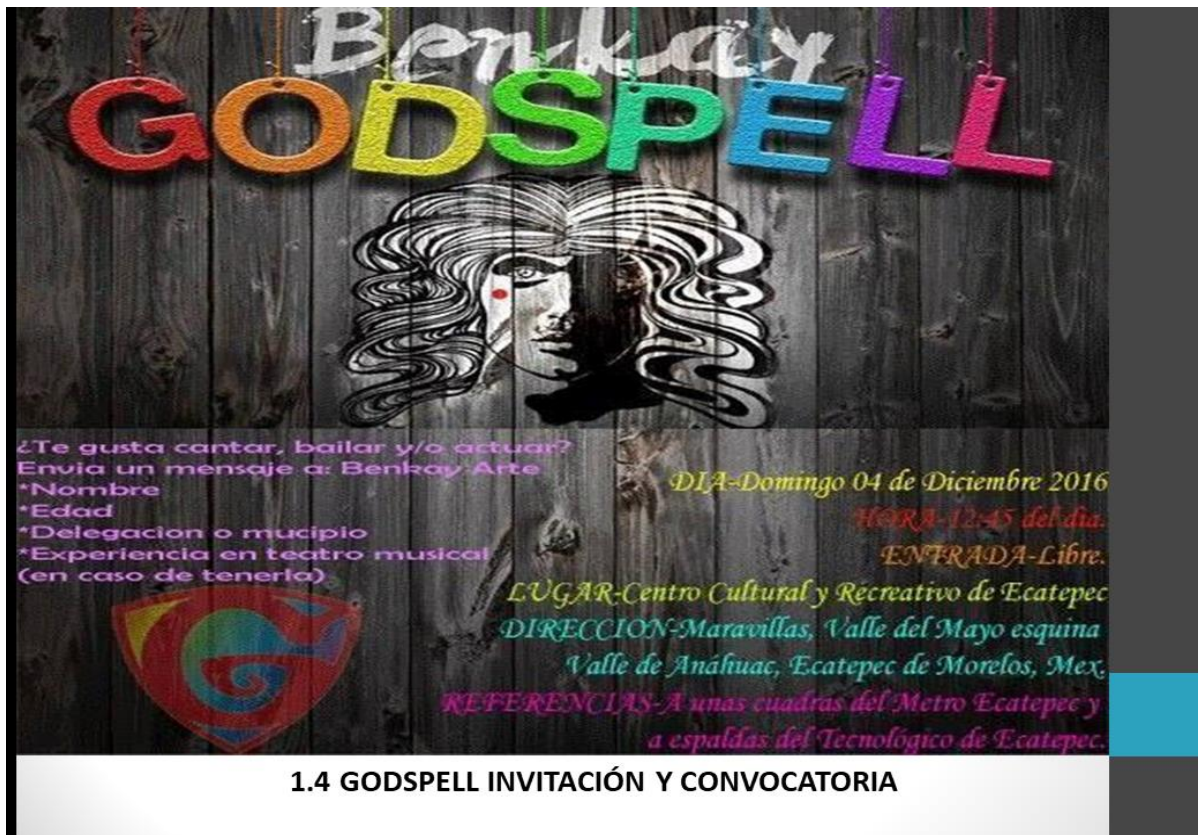
El musical de tu vida

Domingo 26 de Febrero  
Centro Cultural y Recreativo Ecatepec  
HORA : 1:00pm  
ENTRADA LIBRE

**¡TE ESPERAMOS!**

**¡¡NO TE LO PUEDES PERDER!!**

**1.3 GRASE EL RE ESTRENO NO TE LO PUEDES PERDER**



#### 1.4 GODSPELL INVITACIÓN Y CONVOCATORIA

En las cuatro imágenes podemos observar que se trata de una invitación para asistir a una obra de teatro: contiene todos los datos del lugar, la hora y la fecha. Además de leyendas como: “No te lo puedes perder” o “Benkay Arte Presenta”.

Según la propuesta de Shannon y Weaver un mensaje demasiado previsible deja de ser interesante para el receptor. Pero, al hacer publicidad para una obra de teatro es probable que no aplique de la misma manera su propuesta porque es indispensable que el receptor comprenda claramente el mensaje.

Otro concepto que forma parte del modelo de comunicación de Shannon y Weaver es el de *entropía*<sup>16</sup>. En la teoría de la comunicación el término se ha empleado en la denominación de la información inesperada dentro de un contexto. Este elemento es utilizado en el ámbito publicitario ya que ayuda a combatir la redundancia.

<sup>16</sup> Medida utilizada en Física para calcular el desorden dentro de cualquier sistema.

Cuando el mensaje es demasiado fácil de decodificar suele pasar desapercibido. Sin embargo, cuando el mensaje es entrópico, es decir, que contiene algo curioso o imprevisible suele causar un mayor impacto.

Retomando las imágenes anteriores, se observa que si no se puede hacer una acción para que el mensaje sea menos predecible, sí podría agregarse dentro de la imagen algún elemento que cause entropía en el mensaje. Con lo anterior se genera impacto y curiosidad en el receptor y, así, no hay sobrecarga en el canal ni se provoca que el mensaje destaque del resto de información en Facebook.

Como se ha mencionado, el modelo de comunicación propuesto por Shannon y Weaver se basa en la transmisión de la información más que en su contenido, por lo que ha sido criticado por hacer omisión a términos como la retroalimentación o el contexto. Diferentes teóricos han tratado de mejorar dicho modelo, entre ellos se encuentra Gerbner.

La teoría de Gerbner aborda la delimitación de la información que se envía en el mensaje. Este teórico asegura que los seres humanos realizan:

- Selección de la información que transmitirán
- Seleccionan el canal a utilizar
- Seleccionan el código a emplear
- La información depende de la percepción del emisor.

La elección, tanto del canal como del código y de la información, pone límites al mensaje y esto repercute en la percepción que el receptor tendrá sobre el mensaje. Con esto no solamente el emisor selecciona información, también el receptor lo hace, pues este elegirá qué información atenderá y qué ignorará, además de la interpretación que dará al mensaje según el contexto en el que se encuentre.

El modelo compuesto por Gerbner es “más completo que el de Shannon y Weaver y nos anima a considerar la comunicación no solo como un simple proceso de transmisión sino también como un proceso de selección de contenido”.<sup>17</sup>

A diferencia del modelo de Shannon y Weaver dónde la transmisión es el eje del proceso de comunicación, en el modelo de Gerbner el significado y no la transmisión es un aspecto de mayor relevancia en el proceso de comunicación. Pues, un mensaje puede transmitirse de manera adecuada, pero existe la posibilidad de que no sea entendido por el receptor de la misma manera en la que el emisor pretendía.

De lo anterior, según el modelo de Shannon y Weaver, se logró detectar que el mensaje no está teniendo el éxito que se necesita para transmitir el mensaje ya que hay una clara falta de canales. Pero consideramos que el contenido del mensaje no es deficiente, pero podría agregar elementos que ayuden a contrarrestar la falta de canales.

Finalmente, estudiemos el modelo de comunicación propuesto por David K. Berlo, que contempla como componentes una *fuentes*, es decir la persona o grupo de personas con un objeto, o razón, para ponerse en comunicación.

El segundo componente es el *mensaje*, o propósito de la fuente, que tiene que ser expresado ya sean ideas o intenciones a través de un *código* en un conjunto sistemático de símbolos.

El tercer componente es un *endocodificador*: encargado de tomar las ideas de la fuente y convertirlas en un código; el cuarto componente es el *canal*, medio o portador de mensajes. La elección del canal es un factor determinante para que la comunicación resulte efectiva; las personas situadas al otro lado del canal son los *receptores* quienes a través de un *decodificador* retraducen el mensaje que envía la fuente.

---

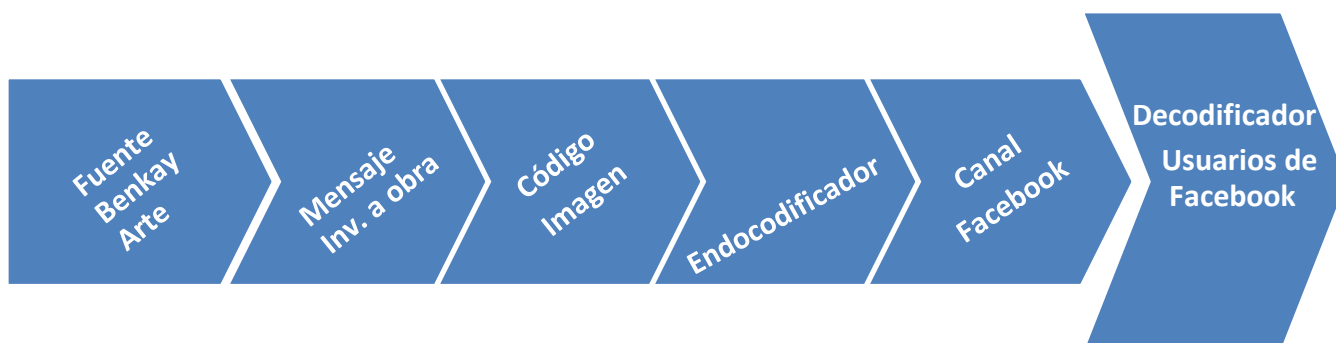
<sup>17</sup> R. Ellis. Y McCLINTOCK, A. *Op. Cit.*, pág. 112.



En la fuente “intervienen las técnicas, actitudes, nivel de conocimiento y la situación sociocultural; en el mensaje los elementos, su estructura, el tratamiento, contenido, ruido y código; en el canal podría ser la vista el oído, tacto, olfato y código y en el receptor los mismos elementos que el emisor”.<sup>18</sup>

Berlo asegura que el análisis de la comunicación a través de este modelo es aplicable para personas e instituciones. Y, al considerar al Taller de Teatro Benkay como una organización, resulta un modelo adecuado para el análisis de su comunicación

Es importante mencionar que para el análisis de la comunicación con este modelo los componentes no deben ser considerados como personas o cosas sino como funciones que deben realizarse para que se cumpla el proceso de comunicación.



De los cuatro modelos que se revisaron, el último es el que más se parece al modelo funcionalista porque Berlo asegura que este modelo de comunicación sirve de guía para describir el funcionamiento de una organización como red de comunicación.

A continuación, se enlistan los componentes del proceso de este enfoque:

- Emisor: productor o fuente de comunicación (partido, empresa, asociación, sindicato).

<sup>18</sup> Rodríguez, Abelardo. *Logo ¿qué? Siglo XXI editores*, 2005, pág. 124.

- Funciones: el cumplimiento de las funciones dentro de una sociedad se realiza gracias a la comunicación
- Medios: medios que permiten la comunicación entre el emisor y el receptor.
- Receptores: consumidores de la comunicación, son las audiencias o miembros de alguna institución, pueden ser votantes, compradores de algún producto, usuarios de servicios, entre otros.
- Mensaje: permite asegurar las funciones de los miembros de una sociedad.
- Respuesta/ efectos: son las acciones que los mensajes hacen que cometan los receptores, es decir, los comportamientos sociales observables como adquirir un producto, ver televisión, asistir a algún evento.

Al igual que el modelo de Berlo, en el modelo funcionalista los componentes más que personas o instrumentos, son considerados como conductas que deben cumplirse para formar el proceso de comunicación.

Para el enfoque funcionalista la tarea de los *medios* es fundamental pues son considerados parte del equilibrio social y confieren status debido a la necesidad que tiene la sociedad de distinguirse entre la uniformidad de la masa. “Los mass media confieren categoría, status a cuestiones públicas, personas y movimientos sociales, los mass media dan prestigio y realzan la autoridad de individuos y grupos al legitimar su status”.<sup>19</sup>

Otro de los componentes clave es el receptor, pues a diferencia de otros, en el enfoque funcionalista el receptor es catalogado e integrado en una categoría que depende de la función social que desempeña. La comunicación en versión “funcional se dirige a los receptores, diferenciando los mensajes según los roles y status asumidos: consumidores, votantes, publico”.<sup>20</sup> Esta perspectiva de segmentación pertenece a la teoría de las categorías sociales.

---

<sup>19</sup> García Madrigal, *Op. Cit.*, pág. 62.

<sup>20</sup> *Ibíd.* pág. 64+

Este tipo de modelos pueden ser muy útiles para el análisis de fenómenos comunicativos que se presentan en la vida, en instituciones, o cualquier fenómeno social que quiera analizarse desde la perspectiva de la comunicación.

Desde el enfoque comunicativo el mensaje del teatro: musical, lirico o dramático, cuenta con un código difícil de entender para el receptor (que en su mayoría buscan mensajes digeribles) por lo tanto la retroalimentación o respuesta llega a ser carente.

Al analizar la obra de teatro, el mensaje es la trama de la obra, el vehículo es el actor, el código son los diálogos y el receptor el público. Cada elemento tiene un rol importante ya que no podríamos hablar de comunicación si uno de ellos faltara. Y no solo hay fallas si uno de los elementos no se encuentra, también podemos señalar fallas si uno de los elementos tiene complicaciones.

Si el mensaje de una obra no es el adecuado, dificulta lo que se desea comunicar y por ende, el resto de nuestras variables se entorpecerá en el camino. Algunas ocasiones a los alumnos de primaria o secundaria se les pide asistir al teatro, si es su primer acercamiento al teatro, se llevan aspectos negativos desde pequeños y posteriormente aseguran que no les gusta el teatro. No es que el mensaje de la obra sea malo, posiblemente no es un mensaje adecuado para el tipo de público al que va dirigido. Lo anterior provoca el rechazo del sector infantil al teatro.

Si el mensaje es adecuado pero el vehículo falla, nuevamente se aleja de nuestro objetivo. El actor debe adquirir el compromiso de dejar de ser él y encarnar al personaje ya que ellos son el soporte del mensaje. Si el actor no se encuentra concentrado, “si no hace química” con el resto del elenco, si olvida sus líneas o da mal aspecto es probable que el mensaje no se entienda.

De igual manera el actor deberá cuidar elementos de la comunicación verbal y no verbal como la dicción, volumen y tono de voz los cuales son cruciales para la transmisión del mensaje.

Iniciemos por la dicción, que forma parte de los elementos de comunicación verbal, pues la dicción es la correcta pronunciación de las palabras, involucra la manera en cómo una persona utiliza el músculo de la lengua, labios, boca para pronunciar las palabras, se dice que alguien tiene buena dicción cuándo al momento de hablar o leer en voz alta se le entienden claramente todas las palabras.

El actor tiene que cuidar y dominar a la perfección este elemento evitando hablar entre dientes, arrastrar palabras o vocales, esto con la intención de que sus diálogos sean claros y entendibles.

El volumen tiene que ver con el grado de intensidad con la que se habla, el actor de teatro debe utilizar un volumen de voz alto, ya que su voz debe escucharse hasta la última fila de butacas del teatro, para ello no debe gritar pues eso ensucia el diálogo y provoca lesiones en las cuerdas vocales, para manejar un volumen de voz alto se debe proyectar la voz, el actor aprende a hacerlo a través de técnicas de canto que le enseñen a impostar la voz.

El tono de voz no es el volumen sino la intención “una voz apagada y desentonada es aburrida y levanta una barrera para una comunicación eficaz”<sup>21</sup> existen muchos tonos de voz y siempre dependerá del personaje y del diálogo el uso del tono adecuado, se puede trabajar bajo un tono sincero, sorprendido, enojado, sarcástico, dichos tonos van acompañados de expresiones faciales las cuales refuerzan el tono o intención que se quiera dar a cada diálogo.

Si el actor dice un diálogo con rigidez, el tono que pretenda emplear no será bien detectado por el espectador y por lo tanto el mensaje no será comprendido. Si el actor domina los elementos anteriores podrá enviar de manera eficaz un mensaje pues recordemos que él es el soporte del mensaje.

Cuando el mensaje ha sido entendido, el vehículo realizó el rol oportuno en el proceso de comunicación. Así, el receptor logró decodificar el mensaje y se logró el

---

<sup>21</sup> James, Judi. *El lenguaje corporal, el poder del habla*. Ed. Paídos, Barcelona, 2003, pág. 116.

acto comunicativo pues retroalimenta al actor por medio de la risa, el llanto y el aplauso.

La risa, el llanto y el aplauso conforman dentro del teatro lo que en el proceso de comunicación se conoce como *feedback*, retroalimentación o respuesta del receptor.

Cuando el público reacciona ante un estímulo emitido por el actor tenemos un acto comunicativo, éstos tres tipos de respuesta permiten que el actor sepa que está recibiendo una respuesta ante los mensajes que está transmitiendo.

En una obra, con corte de comedia, el objetivo es divertir al público, lograr que se ría es el principal objetivo, la comedia busca poner en el escenario situaciones embarazosas ante las cuales el público llega a verse identificado, la risa en la comedia da al actor el mensaje de haber vivido una situación similar, obteniendo así una respuesta favorable y de aprobación.

Sin embargo, la risa no sólo es una respuesta positiva, pues una risa en una escena trágica comunica al actor que no está logrando conectar con su audiencia, y que el mensaje no es creíble, por lo tanto, es una respuesta desfavorable.

Hay puestas en escena en las que el público pasa por varias reacciones, del llanto los llevan a la risa o viceversa; el llanto se encuentra en un nivel más profundo que implica no sólo sentirse identificado con una situación, también conlleva a un proceso de reflexión y diálogo interno, a lo que se conoce como comunicación interpersonal, pues la audiencia llega a un estado de charla interna que a su vez está formando parte de un proceso de comunicación intrapersonal emitiendo una respuesta al actor.

Por último, el aplauso, el cual podemos describir como una respuesta aprobatoria hacia el mensaje de la obra de teatro y al trabajo escénico, el nivel de intensidad del aplauso, combinado con otros estímulos como efusividad, sonrisas y demás expresiones que conforman la comunicación no verbal, retroalimentan al actor para

saber el grado de aceptación que se obtuvo ya sea con una escena, con un diálogo o con la obra en general.

### **1.3.1 La comunicación publicitaria**

La comunicación ha trabajado de la mano con diferentes ciencias complementarias desprendiendo varias ramas, por ejemplo, la comunicación política, comunicación de las organizaciones, comunicación audiovisual, comunicación publicitaria, entre otras. Esta última nos permitirá hacer la investigación práctica de nuestro proyecto.

La comunicación publicitaria tiene como finalidad influir en la actitud de los receptores a través de distintas técnicas como la persuasión. El uso de la comunicación publicitaria permite conformar una actitud positiva ante algún producto, marca, persona o situación; una vez que se ha logrado incluir en esa actitud, busca reforzarla y en caso de que ya exista una actitud negativa por parte del receptor, pretende cambiarla para que ésta se vuelva positiva.

La publicidad aporta al funcionamiento de la sociedad y es parte de las disfunciones de ésta. Sin embargo, es importante matizar que la comunicación publicitaria no es creadora de necesidades, éstas ya se encuentran en los individuos. La publicidad utiliza la comunicación para informar la existencia de productos y servicios que satisfagan las necesidades de los consumidores. Para el consumidor “la publicidad es una importante fuente de información sobre el conjunto de bienes puestos a su disposición para la satisfacción de sus necesidades”.<sup>22</sup>

Con la presente investigación se corrobora la existencia de la actitud negativa por parte de los habitantes de Coacalco en la asistencia al teatro debido a que al ver teatros vacíos y, salas de cine llenas, la mayoría de ellos prefiere asistir al cine mostrando una necesidad de entretenimiento audiovisual y no escénica.

---

<sup>22</sup> Sánchez Guzmán, José Ramón. *Introducción a la teoría de la publicidad*. Ed. Tecnos, Madrid 1985, pág. 78.

El proceso de comunicación publicitaria tiene los mismos componentes que cualquier modelo de comunicación dónde hay emisor y un mensaje codificado enviado a través de canales y que llega a una masa de receptores que decodifican el mensaje con la intención de provocar en ellos un efecto. A pesar de lo anterior, el modelo de comunicación varía en función del fenómeno que se analizará.

El modelo de comunicación publicitario es parecido al que propone Berlo: los componentes del modelo de comunicación publicitario son los siguientes:

- Emisor, quien cuenta con la información a transmitir, que se divide en dos: emisor interesado (anunciante) y el emisor técnico (agencia de publicidad). Que en comparación del modelo propuesto por Berlo, el emisor técnico podría ser el endocodificador.
- Mensaje, que cuenta con un contexto, tiene contenido y está descrito por un código.
- Canal, es el medio por el cual se enviará el mensaje.
- Receptor, decodifica el mensaje y está cargado de actitudes y conocimientos.
- Retroalimentación.

Debido a que la comunicación publicitaria es dirigida a la diversidad de receptores, se sustenta en las teorías de la comunicación de masas, donde los receptores son concebidos como una masa homogénea a quienes dirigen los mensajes. Pero, este enfoque de la comunicación cambió cuando se introduce la teoría de las categorías sociales, donde la masa ya es considerada como heterogénea.

La heterogeneidad del público “a quien se dirige la comunicación de masas proviene del hecho de la masificación del auditorio, en el que intervienen personas que viven en condiciones diferentes, en culturas variadas, que provienen de diferentes estratos sociales, tienen distintas ocupaciones y por lo tanto poseen intereses que difieren entre sí”.<sup>23</sup>

---

<sup>23</sup> Ibíd. pág. 57.

Por tal motivo, la comunicación publicitaria adecúa sus mensajes dependiendo a la categoría que se va a dirigir, donde el mensaje suele insertarse en la cultura en la que se encuentran sus receptores para que resulte más eficaz.

La publicidad hace uso de la teoría de las categorías sociales para el estudio de su consumidor. En este caso son los receptores de la comunicación, de tal manera que los agrupan por categorías de acuerdo a sus necesidades, gustos, estilos de vida y nivel socioeconómico.

Con ello se obtiene el indicador del comportamiento y las actitudes de su consumidor, la manera en que utilizan los medios de comunicación y los efectos que les provocan. Así no solo sabrán qué decir en el mensaje, también sabrán qué canal utilizar para que el mensaje sea más efectivo.

Recordemos lo que planteaba Gerbner: “La elección tanto del canal como del código y de la información repercute en la percepción que el receptor tendrá sobre el mensaje”. Y, como mencionaba Mattelart, el medio es el mensaje, lo que significa que el canal que se utilice determinará la decodificación o interpretación del mensaje.

Diferentes investigaciones han tratado de argumentar qué tanto se da este cambio de actitud en los receptores. “La exposición selectiva explica que en razón de la cultura de cada individuo y de factores intervinientes (edad sexo, educación, religión, valores, aprendizaje, asociación) se elige arbitrariamente el contenido intelectual que transmiten los medios.

“La retención selectiva permite que los mensajes de los medios sean seleccionados y aceptados en función del interés, capacidad y habilidad de cada receptor; en tanto que la conversión define el número de personas que adoptan una nueva posición ante la influencia de los medios, pero en función del grupo social (teoría de las categorías sociales) al que pertenecen”.<sup>24</sup>

---

<sup>24</sup> Mc Quail, Dennis. *Introducción a la teoría de comunicación de masas*. Paídos, México, 1992, pág. 221.



Si Benkay lanza la difusión de sus eventos por canales, como las redes sociales, es debido a que pretende atraer principalmente un segmento joven, pues sus puestas en escena generalmente son de interés para ellos debido a las temáticas que trata, aunado a que son quienes dedican más tiempo al uso de las redes sociales.

La comunicación publicitaria desarrolla sus técnicas para la creación de mensajes efectivos. Dentro de su proceso, primero se hace la determinación de la existencia de un caso de comunicación; posteriormente, se debe estudiar la audiencia, es decir analizar a sus consumidores para identificar sus actitudes, estilos de vida y hábitos de consumo. Los datos se analizan con el fin de plantear la estrategia de comunicación que dé solución al caso. Y, finalmente, se pone en acción, se supervisa y se miden los resultados.

Actualmente hay facilidad para crear contenido en las redes sociales, pero son pocos los administradores de las páginas de internet que tienen un conocimiento del proceso anterior, lo que implica a que mucha de la información y contenido que comparten se convierta en aspectos insignificantes.

Anteriormente, la comunicación publicitaria estaba preocupada por tener un mayor alcance en sus mensajes. Con el tiempo se preocupó más por la efectividad de los mensajes, lo que provocó un estudio del receptor que les permitiera conocerlos y así saber cómo elaborar mensajes comprensibles para el receptor. El resultado fue la comunicación efectiva.

Cuando el grupo de teatro Benkay se presenta, en la página oficial y los integrantes del grupo, se comparte el contenido a gran escala, de manera masiva. Pero, retomando las estrategias de comunicación publicitaria, no solo importa la cantidad sino saber a quién dirigirlo. No solo hay que publicar y compartir la información. Hay que hacer la invitación personalizada y planificada para el incremento del número de asistentes.

El proceso:

1. La publicidad encuentra un problema
2. Evaluación del problema
3. Recopilación de datos e información
4. Ordenar la información
5. Planeación de acciones de comunicación
6. Modificación de la actitud de la audiencia.

Los tres objetivos fundamentales de la comunicación publicitaria son: informar, persuadir y recordar. Informar a los consumidores de la existencia de un producto o servicio, así como sus características. Al analizar nuestro caso, aseguramos que el Taller de Teatro Benkay Arte logra informar a sus seguidores sobre cada uno de sus eventos, como se observa en las imágenes anteriores (1.1, 1.2, 1.3 y 1.4) el mensaje informativo está presente y es claro.

Alcanzado el primer objetivo, se hace uso de la persuasión a través de mensajes motivantes para que el receptor decida adquirir el producto o servicio y no el de la competencia. Podemos mencionar que de estos mensajes se encuentran “No faltes” “Entrada libre” y “Te esperamos”.

Hay que determinar qué tan motivante resulta para los receptores el mensaje ya que si no son persuasivos se ve reflejado en el número de asistentes a la puesta en escena. Y, finalmente, hay que recordar al consumidor las cualidades del servicio con la finalidad de que este no decida dejar de adquirir dicho producto.

La persuasión es una técnica en la comunicación publicitaria que ayuda a influir y “utiliza determinados argumentos con el propósito de inducir a un individuo o grupo de individuos a creer o realizar una cosa”.<sup>25</sup> La persuasión se basa en la argumentación, los sentimientos y las emociones; un estructurado trabajo de persuasión llega a influir en las actitudes de la gente.

---

<sup>25</sup> Sánchez Guzmán, José Ramón. *Op. Cit.* pág. 82.

Hay tres tipos de persuasión que dependen de los recursos que se emplean para convencer. La persuasión emotiva es aquella que utiliza recursos como los sentimientos y emociones. La persuasión racional se basa en la argumentación. Y la persuasión inconsciente se apoya en los instintos.

La difusión que realiza el grupo de teatro se cataloga como mensajes de persuasión racional al tratar de convencer al público con argumentos y al utilizar mensajes como: “Entrada libre”, con el que se pretende que el grupo de teatro está dando un argumento o motivo por el cual no debes faltar, que es gratis y que no invertirán dinero para acceder a la obra teatral.

En el libro *Introducción a la teoría de la publicidad*, de José Ramón Guzmán, se plantea que la persuasión como una pieza clave en la publicidad porque ser uno de los factores que contribuyen en la presión social. Es decir, la presión que hace la sociedad sobre la conducta de los individuos, configurando hábitos y creencias, implantando modos de vida con funciones y disfunciones para mantener un equilibrio y orden social. Recordemos que esa es una de las premisas del funcionalismo.

En el enfoque comunicacional mencionamos que el mensaje es poco entrópico porque no genera un alto impacto. Si logramos crear un mensaje entrópico, que genere conmoción en el receptor, estaremos aumentando el nivel de persuasión de los mensajes. A partir de esto podemos inferir que la entropía está ligada a la persuasión.

La difusión de los eventos del Taller de Teatro Benkay Arte se realiza a través de Facebook, dónde se publica constantemente la información del evento. De la misma forma, los integrantes comparten la información e invitan a sus conocidos. Operativamente, se coloca una lona en el lugar del evento con la información de la obra que se presentará. Esta difusión no ayuda mucho porque no se ve reflejado en el incremento del número de asistentes.

Sin embargo, una de las campañas de difusión de éxito en el Taller de Teatro Benkay Arte fue la realizada en febrero 2017 dónde se re-lanzó la puesta en escena *Vaselina* después de casi un año de no ser presentada. *Vaselina* es una de las obras de teatro musical más presentadas por el Taller de Teatro Benkay Arte y que la gente ha recibido con entusiasmo.

En dicho relanzamiento, durante un mes se compartió por redes sociales, semana a semana, videos dónde los actores caracterizados con su personaje invitaban a los seguidores para asistir a la función. Se creó expectativa entre el público del elenco pues algunos personajes serian interpretados por actores que no habían estado en la puesta anterior.

Con este tipo de mensajes se logró entropía y persuasión. El indicador fue el lleno de la butaca del Centro cultural y recreativo Ecatepec.



1.5 GREASE, SEÑO TORRES Y EUGENIO

Cuando se observa este tipo de difusión, que resulta exitosa y cumple con el objetivo principal, podemos asegurar que la publicidad es una herramienta efectiva, una planeación estratégica y que el seguimiento de sus principios implica buenos resultados.

La teoría de las categorías sociales permite entender que la persuasión logra que exista presión social. Revisemos el siguiente planteamiento: “Considerando al individuo receptor de los mensajes publicitarios como miembro de un grupo social, en el que desempeña determinados papeles y ocupa ciertas posiciones que mediatizan su nivel forma de consumo, pueden estudiarse las condiciones que ha de cumplir la publicidad y el grupo social a quien va dirigida para que el mensaje ejerza la presión necesaria para provocar el cambio buscado”.<sup>26</sup>

En las categorías o grupos sociales se presentan aspectos o comportamientos que son importantes a considerar por la comunicación publicitaria. Por ejemplo:

1. Las normas que tienen
2. Su sistema de roles, status
3. Sentido de identidad, o de semejanza de intereses que les permite diferenciar a sus miembros de quienes no lo son

Para la comunicación publicitaria, los grupos sociales tienen importancia “en la medida en que esas normas e intereses comunes sean puestas en juego por la publicidad, las posibilidades de que la presión social del mensaje sean mayores ya que las normas del grupo son esenciales en todo proceso de comunicación persuasiva”<sup>27</sup>, como la publicitaria.

La influencia social de estos grupos es importante para la comunicación publicitaria por lo tanto el conocimiento de las personas que compran sus productos es crucial para enviar mensajes adecuados, donde se refuerce el estereotipo de ese grupo social.

---

<sup>26</sup> *Ibíd.* pág. 356.

<sup>27</sup> *Ibíd.* pág. 357.

Una técnica que se emplea en el ámbito publicitario es el de segmentación de mercado, que facilita la acción publicitaria. Es una técnica estadística que divide al mercado total en diferentes grupos (categorías sociales) de consumidores que tienen características comunes: estilo de vida, hábitos de consumo, edad, entre otras. La identidad de estos grupos es la clave de acción del proceso de este tipo de comunicación.

En resumen:

- Un mensaje persuasivo será efectivo cuando proviene de un líder de opinión de la categoría a quien se dirige el mensaje y que además de los argumentos que buscan persuadir señala argumentos contrarios; hace uso de recursos emocionales.
- La persuasión es más eficaz si el mensaje va dirigido específicamente a un grupo y no a una masa.
- Las necesidades latentes en cada individuo son un área de oportunidad para la publicidad.

## CAPITULO II

### 2.- EL TEATRO COMO ARMA DE PERSUACIÓN SOCIAL

#### 2.1 El teatro como rito

Los orígenes del teatro son religiosos, se encuentran vinculados al rito y al culto, desde las sociedades primitivas que solían hacer rituales en la dramatización de un suceso para rendir respeto a sus dioses; se caracterizaban pintando sus cuerpos, de esta manera aseguraban entrar en comunicación con ellos.

Pero “estas celebraciones no solo tenían como finalidad colocar al hombre en contacto con las fuerzas sobrenaturales, sino que eran actos mediante los cuales se comunicaban por medio de símbolos y acciones rítmicas, todo un acervo sociocultural que se transmitía de generación en generación”.<sup>28</sup>

La propia presencia del público en el teatro es lo que reafirma y legitima el rito porque “el espectáculo es vivido por los espectadores como un rito que, si bien no se instala en ninguna esfera religiosa, trasciende los límites de lo cotidiano y natural”.<sup>29</sup> A su vez “el actor debe ser capaz de poner al cuerpo en estados que extra-limiten esa normalidad cotidiana a partir de la deformación de la misma, de la ruptura de automatismos propios”<sup>30</sup> para alcanzar el objetivo deseado.

---

<sup>28</sup> Prieto Stambaugh Antonio. *El teatro como vehículo de comunicación*. Ed. Trillas, México, 1992, pág. 4

<sup>29</sup> Zayas de Lima, Perla (10, febrero,2018). “Rito y teatro”, pág. 430, recuperado de:  
<http://www.caia.org.ar/docs/Zayas%20de%20Lima.pdf>

<sup>30</sup> Vázquez Ramírez, Juseth. *Entre la ritualidad teatral y la teatralidad ritual*. Universidad del Valle Facultad de Humanidades. Santiago de Cali, 2011. pág. 104.

No existe una definición universal de rito, ya que es un concepto complejo que involucra diferentes ideas, pero “independientemente de la cultura de la que se trate, siempre implica eficacia, una participación de la audiencia real y efectiva por la fe que la une y un oficiante poseído, en trance, que busca ligarse con lo trascendente en un único estatuto espacio temporal. Su rasgo distintivo es la dramatización por medio de la cual se toma conciencia de las cosas y se les otorga un valor social”.<sup>31</sup>

Por tal motivo, el teatro es considerado un acto ritual pues el público representa la audiencia real que se manifiesta en el rito, teniendo en común un mismo objetivo de fe hacia una realidad alterna que es representada por el oficiante o actor, quien debe estar en trance para encarnar en su cuerpo a alguien más (personaje) manifestándose en una realidad distinta, creando una atmósfera.

La representación teatral es básicamente “un discurso de ficción. En principio, un discurso puede considerarse ficcional si el emisor y/o el receptor son ficticios, o bien si, a pesar del carácter –digamos- real de ambos, el enunciado construye un referente que, al carecer de valor existencial, es simple ilusión referencial.

“Pero según su creador en este caso no hay ficción, más que de una representación, se trataría entonces, de una presentación. Como el chamán, el actor se entrena para entrar en trance y encontrar los caminos para entrar y salir de diferentes estados de conciencia. El cuerpo del actor se convierte en revelador de verdades ocultas, de lo tabú, en una situación de entrega límite”.<sup>32</sup> Y con entrenamiento logra cumplir con su labor de emitir un mensaje que sea creíble para el público.

El rito es un proceso comunicativo en el que se involucran componentes que se van relacionando uno con el otro para generar el proceso.

El rito provoca la imaginación a través de la ilusión, imaginación para el espectador y el actor porque en algún momento se realiza la conexión de actor, personaje y público para asumir una situación. No siempre se logra, pues no es una labor

---

<sup>31</sup> Perla Zayas de Lima. *Op. Cit.* pág. 426.

<sup>32</sup> *Ibíd.* Pág. 429.



sencilla, se requiere experiencia y preparación y la atmósfera creada por los involucrados con la idea de alcanzar la abstracción. Una vez logrado, se puede penetrar en la mente del espectador enviándole el mensaje que el guionista desea.

La ritualidad teatral “sucede cuando se crea una energía que suscita nuevos estados, podría decirse extra-cotidianos, a partir de la pre expresividad y expresividad del actor, fundándose un cosmos bajo un ordenamiento estructural de signos y símbolos de manera estratégica a través de impulsos (...) con la finalidad de develar y librar aspectos que en esencia identifican las naturalezas humanas”.<sup>33</sup>

Así; con el teatro, el hombre manifestó sus fantasías e imaginación. El escenario es el lugar dónde se puede hacer lo que en la vida real no es posible o no se ha hecho. Es, también, un espejo de la sociedad porque es un acto comunicativo por excelencia porque con el lenguaje oral involucra otros modos de expresión: el lenguaje no verbal, el simbolismo, lo onírico y provoca a la imaginación.

De igual forma, el teatro sirve de vehículo para la crítica social, política y moral. En diferentes periodos históricos, ha sido una importante forma de comunicación que va de generación en generación. En la Edad Media, los portadores de la iglesia eran el poder dominante, quien adoptó al teatro como una manera de educar y persuadir a la sociedad a través de los mensajes contenidos dentro de la obra, además era un instrumento de propaganda.

En la entrevista realizada para esta investigación, la socióloga Karina Mendoza afirma la importancia del teatro a nivel social: “Si lo vemos desde sus inicios, el teatro plasma lo que es la vida cotidiana. Sabemos que el hecho de escribir y representar una obra de teatro, trata de comunicarnos lo que pasa en nuestro entorno y en nuestra cultura. Por ejemplo, el famoso Kabuki, en Japón, que está

---

<sup>33</sup> Vázquez Ramírez, Juseth. *Óp. Cit.* Pág. 103

representado por hombres que se visten de mujer, e interpretan a través de una obra alguna situación de su cultura”.<sup>34</sup>

Y si servía de instrumento persuasivo y propagandístico, actualmente el mismo teatro puede no solo ser publicitado sino también publicitar pensamientos e ideales colectivos que pudiesen servir de motivación a la sociedad; esto en cualquiera de los géneros teatrales: lírico, musical, de terror, pieza, entre otras.

Tomemos otro caso: *Josefa, el musical*, una reciente puesta en escena que tiene la idea principal de destacar la unión entre los componentes de una nación para que pueda existir y florecer dentro de sí. El reto del director de teatro es lograr que sus actores persuadan al público a través de comunicación verbal con sus mensajes o diálogos; con el guion o la narrativa de la historia y con elementos no verbales: vestuario, escenografía e iluminación.

Todo con el objetivo de realizar el cambio de perspectiva en por lo menos una persona del público. En la antigüedad se hacía con fines políticos y religiosos. Hoy, el teatro puede hacerlo para mejora de una sociedad.

## **2.2 Breve semblanza histórica**

Al ser el teatro parte de las primeras formas de comunicación de la humanidad, consideramos importante mantenerlo como el medio de comunicación para la sociedad. Quizás sea el de mayor persuasión, pues el teatro es el medio de comunicación vivo, capaz de impactar en tiempo real, pues en los mensajes conjunta lo racional y lo emocional y sirve de fuga de las pasiones, deseos y temores del hombre manifestados a través de la representación para la colectividad.

Diversas compañías de teatro, Universidades y grupos sociales se han encargado de difundir al arte teatral considerándolo parte del patrimonio cultural mundial pues el

---

<sup>34</sup> Entrevista original de la autora Estefanía Yuliana González Villanueva, realizada a la Encargada de dependencia RIA , Coacalco de Berriozábal, 16/03/2016 (RIA es un centro educativo, donde brindan cursos de inglés, reforzamiento de materias para los niños, emprendimiento, finanzas personales y arte)

teatro es el arte que se ha retomado y practicado por diversas culturas en diferentes partes del mundo desde hace siglos.

Conservar la práctica teatral como patrimonio cultural une a diferentes culturas. De acuerdo al escrito *Los usos sociales del patrimonio cultural*, de Néstor García Canclini, el patrimonio cultural es todo aquello que “expresa solidaridad, que une a quienes comparten un conjunto de bienes y prácticas que los identifica, pero suele ser también un lugar de complicidad social.

“Las actividades destinadas a definirlo, preservarlo y difundirlo, amparadas por el prestigio histórico y simbólico de los bienes patrimoniales, incurren casi siempre en cierta simulación al pretender que la sociedad no está dividida en clases, etnias y grupos, o al menos que la grandiosidad y el respeto acumulados por estos bienes trascienden esas fracturas sociales”.<sup>35</sup>

Tomando en cuenta esta definición, se considera al teatro como patrimonio cultural de la humanidad porque une sin importar raza, edad, sexo y condición económica.

En cada país, el teatro se manifiesta con diferentes cualidades, pero mantiene la misma esencia que lo diferencia del ballet, de la pintura o la música.

El teatro occidental, como expresión artística, tuvo sus orígenes en Grecia. Para los griegos el teatro no fue una diversión cualquiera, fue el arte social por excelencia, en el que se hacía la celebración del rito religioso y representación de mitos. La tragedia griega se divide en los cantores dónde la temática central era el culto a la fertilidad.

La tragedia y comedia son las grandes expresiones del teatro griego. Sin embargo, con el paso de los años van surgiendo géneros basados en el más profundo sentir de la vida misma y del sentir popular.

---

<sup>35</sup> García Canclini, Nestor. *El Patrimonio Cultural de México*. (E. Florescano, comp. *El patrimonio cultural de México*). Departamento de Antropología de la UAM-Iztapalapa, F. C. E., México 1993. pág. 17.

El teatro se convirtió en algo que le competía al Estado, pues se gastaba más en el espectáculo teatral que en la flota. Además, era un espectáculo al que todo tipo de personas tenía acceso: el pobre y el rico. Es el arte a través del cual las sociedades de los distintos periodos de la historia se han comunicado.

En la actualidad, el teatro no le compete al Estado, ya no es un medio de persuasión para el mismo y tampoco es su prioridad. Cuando la nación vela para la protección social, la salud, educación, entre otras, decrece el presupuesto destinado para la cultura y las artes.

En 2016 el presupuesto era de 15 mil 255 millones de pesos, para 2017 se redujo 21.1% y quedó en 12 mil 428 millones de pesos.<sup>36</sup> La cultura y las artes en la actualidad dejaron de ser una prioridad para el Estado.

Sin embargo, la insistencia en mantener activo al teatro se debe a que ha sido la forma de comunicación humana dónde se representa posibles realidades de la sociedad. Además, se divulgan hechos históricos, problemas sociales, inquietudes y deseos del hombre. Representa fragmentos de la realidad social mezclados con fantasías.

Stanislavsky afirma al respecto: “El actor y el teatro, se convierten en la posibilidad de hacer tangible lo que pudiera suceder, es la materialización y la comunicación de emociones, energía, poder y sentimientos”.<sup>37</sup>

Tomando en cuenta que el rito tenía objetivos religiosos y que el teatro proviene del rito, su origen también es religioso, pues a través de los rituales el hombre realiza representaciones que incluían elementos dancísticos, cánticos e incluso caracterización. Los hombres “se disfrazan de animales, se revisten de una piel, se cubren la cabeza con una máscara esculpida, imitando, caracterizados de esta

---

<sup>36</sup> (11, noviembre, 2016). “Reducen presupuesto en cultura para el 2017”, en *El universal*, recuperado de: <http://www.eluniversal.com.mx/articulo/cultura/2016/11/11/reducen-presupuesto-en-cultura-para-2017>

<sup>37</sup> Prieto Stambaugh, Antonio. *Óp. Cit.* pág. 127.

manera, los movimientos del animal que representan: su paso, su rugido, su manera de conducirse. Así comenzó en todas partes el teatro”.<sup>38</sup>

Cuando el hombre comienza a divinizar a la naturaleza (el sol, la tierra, la luna, entre otros) se sintió con la necesidad de comunicarse con ellos ya sea para pedir o para dar gracias. Así surge el rito, por la necesidad de comunicación con sus superiores, con una comunicación extra cotidiana, pues para comunicarse con sus dioses no podían realizarlo de manera convencional. De ahí que el rito lleve una previa preparación física y mental.

La forma en la que se comunicaban era no verbal, con el uso del cuerpo: gestos, expresión facial y volumen de voz, así como la imitación de animales y de la naturaleza lo que se convirtió en pieza clave para los rituales. Pero esto todavía no era teatro, sólo un proceso de comunicación que se puede entender como diálogo con emisor, mensaje y receptor. Para ser teatro hacían falta elementos de literatura, el guion, la música, la danza, entre otras.

La danza tiene un papel importante dentro del rito, acompañada de sonidos y cantos; con el paso del tiempo el hombre ya no se limitaba a realizar sus ritos sólo con cantos, ahora los acompañaba con instrumentos musicales, principalmente, en los ritos de iniciaciones llenos de aspectos simbólicos por el uso de objetos, colores, y todo aquello que causara asombro y atracción visual.

“En estos inicios las ceremonias tribales de súplica o de agradecimiento se expresaban por medio de signos fuertemente codificados en los que intervenían los lenguajes a los que ya hemos hecho alusión (voz modulada, expresión corporal, música, mascarar)”.<sup>39</sup> Este simbolismo actualmente se ve reflejado pues el actor

---

<sup>38</sup>Baty Gastón, Chavance René. *El arte teatral*. Ed. FCE, México-Buenos Aires, pág. 9.

<sup>39</sup> Universidad Alcalá, (13, febrero, 2018), “Historia universal del teatro”, *TEMA I: Rito y comunidad: hacia un concepto del teatro*, recuperado de:  
[https://portal.uah.es/portal/page/portal/universidad\\_mayores/download\\_material\\_docente/material\\_monograficos/documentos/Tema1\\_rito\\_comunidad\\_concepto\\_teatro.pdf](https://portal.uah.es/portal/page/portal/universidad_mayores/download_material_docente/material_monograficos/documentos/Tema1_rito_comunidad_concepto_teatro.pdf)

utiliza elementos a los que denomina utilería, que dentro de la obra adquieren un significado importante.

De igual manera, hay colores utilizados en cada puesta en escena con la finalidad de crear atmósferas y sensaciones que comuniquen algo al público. Por ejemplo, en el musical *Hoy no me puedo levantar*, el blanco y el rojo son colores representativos (ver fig. 2.1).

En *Hairspray*, el cual es considerado dentro del género comedia musical se utilizan colores llamativos como el azul, el amarillo o el fucsia (ver figura 2.2) a diferencia de *Los miserables*, que se utilizan colores fríos (ver figura 2.3).





FIG. 2.2 HAIRSPRAY EL MUSICAL DE BROADWAY



FIG. 2.3 LOS MISERABLES EL MUSICAL

Antiguamente los sacerdotes eran los principales actores pues encarnaban el papel de dioses para dar vida a una historia; así, el sacerdote se convierte en el primer actor de la humanidad.

El teatro se conforma por: actores, encargados de vestuario, espectadores, bailarines, la construcción arquitectónica, entre otros. De los primeros teatros que reúnen estos elementos podemos mencionar los de Oriente.

“En la tierra sagrada del Gran Lama, el budismo instituyó un verdadero teatro religioso y legendario (...) El escenario consiste en un recinto protegido por un toldo, alrededor del cual se encuentra la multitud de espectadores sentados en el suelo (...) Nada de decorado y menos maquinaria, ni bastidores donde se oculten los actores. No se trata de producir la ilusión, sino de suscitar la imaginación”.<sup>40</sup>

Ese era el verdadero trabajo actoral: convencer a un público que se encontraba en una realidad alterna sin más elementos y recursos que la palabra y el movimiento del cuerpo; suscitar a la imaginación, tal cual lo hace un libro. En fechas recientes, en el teatro se cuenta con una gran producción que ayuda al actor a que el público crea el mensaje diferentes elementos: iluminación, efectos de sonido, pantallas, escenografía, vestuarios y otros.

Pero si se llegaran a quitar y se dejara al actor con su talento, ¿causaría el mismo impacto? Teatro escolar y Talleres de teatro como Benkay no cuentan con recursos para la producción para que el público se adentre a la atmósfera de la historia. Pero se recurre a otros elementos básicos y relacionados únicamente con el potencial de proyección, interpretación e imaginación. Sin embargo, con el uso de tecnología hay quiénes han perdido la capacidad de sorprenderse.

---

<sup>40</sup> Ibídem. Pág. 16.



### 2.2.1 El teatro en Grecia

Grecia no se quedó atrás pues el vestuario tenía ya una mayor importancia, y comenzaron a realizar sus representaciones sobre escenarios similares a los que conocemos en la actualidad.

“Hemos visto al hombre inventar el disfraz, y la mímica para una ceremonia mágica; luego descubrir la danza, el canto y el poema en sus plegarias religiosas. La liturgia le condujo a establecer el diálogo, la acción y el decorado, el teatro alcanzó así todos sus medios de expresión”.<sup>41</sup>

Pero ni en la actualidad se alcanza siempre todos estos modos de expresión. Hay obras de teatro en las que no se cuenta con vestuario suficiente o con escenografía y el trabajo del actor deberá potencializarse para persuadir, tal como lo hace un niño al jugar.

La comunicación no verbal deberá ser un elemento clave para lograr el objetivo, pues si un actor interpreta el personaje de 80 años, pero no cuenta con los medios necesarios para la caracterización deberá trabajar al doble su caracterización sin elementos ajenos a su cuerpo: como cambiar su postura erguida por una más corva, usar un timbre de voz distinto, practicar la manera en la que se moverá pues no camina igual un joven de 18 años que un señor de 50 o un adulto mayor de 80 años, dando lugar a la creación de personaje.

Remontándonos a los orígenes del teatro en Grecia, podemos decir que surge del mismo sentido religioso dónde el hombre se encuentra en un constante diálogo con la naturaleza. Los griegos representaban a sus personajes a través de la imitación. Para ellos la imitación tenía un sentido estricto, pues el actor griego trata de hacer presente al personaje y de encarnarlo, de imitar las acciones trágicas y a partir de esto comenzaba a construir su personaje.

---

<sup>41</sup> Ibíd. Pág. 23.

Se le conoce a Grecia como la tierra en que floreció el teatro. Surge en un momento en el que Grecia se encontraba en un excelente equilibrio religioso y cívico, justo con las fiestas Dionisiacas y el arte coral con el sentido religioso; y reinaba el drama y cada vez se observaba una mejora en los elementos que utilizaban para el espectáculo: la mímica, los elementos literarios, música, danza; todos tenían valor. Comenzaron a utilizarse vestuarios y máscaras alcanzando así diferentes modos de expresión.

Era un espectáculo que duraba cerca de tres días, con la participación de toda la ciudad en actividades corales. Buscaban el lugar de ensayo, utilizaban vestuarios y hacían representaciones cómicas y dramáticas. Esta actividad se convirtió en una festividad muy importante para los griegos, y poco a poco se transformó para ellos en el arte supremo.

Si bien no podemos decir si la música, la pintura o la danza tienen mayor supremacía una entre la otra, no hay quien determine su jerarquía, ningún estudioso de las artes tiene la capacidad para determinar la supremacía de las artes, todo es bello y tiene su grado de complejidad.

Cada artista determina la supremacía de su arte con respeto, dedicación y disciplina. Los griegos se referían a este conjunto de motivos y le denominaron el arte supremo, pues se encargaban de dedicarle horas de ensayo, lectura, escritura y perfeccionamiento con el fin de la perfección.

Comenzaron a abordar representaciones con temáticas políticas y filosóficas basada en sus leyendas. Los actores debían tener dotes de dicción, expresión (como el gesto), tono de voz y ritmo, entre otros.

La atracción de espectadores fue en aumento y poco a poco se comenzaron a colocar gradas alrededor de la orquesta en un semicírculo. Así, el arte teatral comenzó a florecer. En las grandes ciudades se construyeron salas de espectáculos. Pero, las compañías ambulantes no dejaron de presentar sus espectáculos al aire

libre o bajo carpas. Aquí inicia la mercantilización y despojo del arte: la producción empezaba a ganar terreno y lo importante era impresionar al público con ilusiones y no con imaginación.

Este ambulante se asemeja al teatro amateur que, aunque sigue vivo, las grandes compañías terminan ganando terreno. Benkay ha participado en escenarios en ferias, deportivos, centros sociales, auditorios, sin tener un lugar fijo de presentaciones. Y compite con compañías. Y, pese a que el teatro ambulante no desaparecerá, existe un grado de complejidad para las presentaciones porque las grandes empresas quieren acaparar el mercado.

No es malo el teatro de grandes compañías, pero recordemos que uno de los objetivos de la presente investigación es dar un lugar a los talleres y grupos de teatro independientes que se ven afectados en su labor causados por distintos factores entre los que se pueden identificar:

1. Falta de buena publicidad.
2. Desinterés del Estado.
3. La nueva forma de hacer teatro con tecnología de punta.
4. La apatía de la sociedad poco educada en la cultura y las artes.

### **2.2.2 El teatro en Roma**

El teatro griego tuvo influencia en la India, China y Roma, este último fue dónde se adoptó a manera de copia al teatro griego. Pues según diversos autores, el teatro Romano no aportó algo distinto, sino que únicamente se encargó de realizar idénticas historias con los mismos personajes y una similar construcción literaria que en Grecia. Pues los romanos sólo hacían uso del lado superficial de las historias griegas sin profundizar en ellas.

Algunos autores difieren con el origen que tuvo el teatro en Roma al afirmar que proviene de un origen etrusco. Otros, afirman que es griego. Sin embargo, es sabido

que el teatro romano tuvo una gran influencia del teatro griego y en Roma, cómo en cualquier otro lugar, el teatro ve su origen religioso, provenía de los ritos sagrados.

Pero; en Roma, la religión estaba sometida a autoridades civiles debido a que la religión era un instrumento de poder, a diferencia de Grecia, donde tenía un trasfondo espiritual y de unión con los dioses.

En Roma, los espectadores veían al teatro sólo como una actividad de distracción, “la paz romana propicia el marco para la fiesta, centrada principalmente en los juegos. En ellos se impone el espectáculo, la muestra hecha para ser admirada, contemplada de modo entusiasta, todo se organiza espectacularmente: desfiles militares, celebraciones de victorias, cortejos fúnebres, procesiones y juegos”.<sup>42</sup> Con este contexto, se comprende que el teatro romano se basaba principalmente en entretener y no en enviar un mensaje al público receptor.

Este es el inicio del teatro como espectáculo para entretener, que deja de lado el mensaje, la imaginación, y se convierte en algo frívolo, un show de mero entretenimiento.

Por otro lado, el elemento dancístico y musical proveniente de Grecia fue muy gustado por los romanos y fue incorporado en la pantomima significativamente en forma de expresión teatral.

La danza y el teatro se han construido al paralelo, desde su origen de ritual hasta nuestros tiempos. La danza era el principal papel de las ceremonias tribales. En diferentes momentos de la historia; el teatro y la danza se han separado, pero de igual manera se han vuelto a juntar. El teatro reincorporó a la danza en sus representaciones integrándola como parte de su lenguaje; a su auge se le conoce como teatro danza.

---

<sup>42</sup> Sin nombre, capítulo 3, *El teatro en Roma*, recuperado de:  
<http://ecaths1.s3.amazonaws.com/artuarteatro/166820208.CAP%C3%8DTULO%20III%20EI%20Teatro%20%20en%20%20%20Roma.docx>. (consulta agosto 2016)

Al incorporar la danza en las puestas en escena, el director de escena logra reforzar el mensaje o idea principal a través de una comunicación no verbal pues el mensaje se vuelve entrópico, es decir, curioso y suele causar un mayor impacto.

### **2.2.3 El teatro mexicano del siglo XIX**

El teatro mexicano del siglo XIX experimentó diferentes etapas, pero para hablar del teatro mexicano de esta época comencemos por dar una breve semblanza histórica.

Durante el periodo histórico que comprende de 1867 a 1910 la cultura mexicana recibió una gran influencia de la europea, específicamente la francesa, en todos los ámbitos: moda, arquitectura, literatura y teatro. “Se recibió principalmente la influencia del teatro comercial en todas sus formas, mientras que las corrientes artísticas que fueron constituyendo la vanguardia europea no empezaron a aclimatarse a México sino hasta después de la primera guerra mundial”.<sup>43</sup>

A nivel global también fue un periodo histórico importante, de grandes cambios: “El avance científico tecnológico constituyó un fenómeno nunca antes visto en la historia. El fin del siglo la llamada Belle Epoque fue la época de los últimos grandes imperios, la despreocupación ante el futuro, la teoría darwinista de la supervivencia del más fuerte; la filosofía positivista, la fe en el progreso material el apogeo del capitalismo que soñaba salvar al mundo; fue en fin la época del optimismo general”.<sup>44</sup>

“La burguesía se inventó sus propios valores y su propio universo con un vocabulario propio (...) esta burguesía capitalista se convirtió en la nueva aristocracia; en la mayoría de los casos una aristocracia del dinero mas no de la cultura cuyas preferencias de nuevo rico y cuyo mal gusto afectaron y marcaron profundamente a las artes de su tiempo.

---

<sup>43</sup> Ramos Smith, Mayra. *Teatro musical y danza en el México de la Belle Epoque*. Ed. Escenología, 1995, México, pág. 19.

<sup>44</sup> *Ibíd.* Pág. 20.

“El arte que patrocinaban debía ser portavoz de sus valores sociales, económicos y morales; debía ser autocomplaciente, escapista, optimista, fácil y espectacular”.<sup>45</sup> El poder que alcanzaron los orillaba al derroche, a la ostentación y lo grandioso donde todo debía ser masivo.

El artista complacía a esos consumidores o creaba arte para una minoría. Fue el momento en el que comenzó la decadencia artística. En cuanto al teatro, la comercialización del arte y la industria cultural ganó nuevos espacios; en el momento en el que el arte se comienza a comercializar sufre una transformación que le recodifica el espíritu, la esencia de ser arte “una tendencia común en el teatro occidental es la de ignorar los principios vitales del arte para inventar o copiar a la carrera las llamadas reformas que pueden atraer al público, en lugar de las necesarias para la salvación del arte”.<sup>46</sup>

Así fue como empezamos a ver la misma historia con diferentes actores y bailarines, y diferente nombre, rigiéndose bajo una misma temática: si una idea funciona, todos la quieren hacer.

Este periodo se distingue por el predominio del teatro musical: ópera, opereta, zarzuela, comedia musical, dentro de las cuales la danza era una pieza clave. Las coreografías dejaron de lado el romanticismo y comenzaron a ser más modernas y empezó a orientarse más hacia lo espectacular.

“El argumento era lo de menos, lo que importaba era la puesta en escena, el lujo de la escenografía y vestuario y los efectos especiales: espectaculares cambios de escenografía a la vista del público, apariciones y desapariciones, vuelos transformaciones de unos objetos en otros y efectos de iluminación”.<sup>47</sup>

Actualmente es un fenómeno, en el que ya no importa si el actor entra en su personaje y logra transmitir emociones, pues el público va a ver caras y cuerpos

---

<sup>45</sup> *Ibidem.*

<sup>46</sup> Gordon Craig, Edward. *El arte del teatro*. Ed. Escenología, pág. 151.

<sup>47</sup> Ramos, Smith Mayra. *Op. Cit.* pág.29.

espectaculares y el talento queda en segundo término. Se afecta a los verdaderos artistas y a personas con la capacidad de hacerlo, pero se ven limitados por aspectos físicos o económicos.

Una de las raíces del problema se encuentra aquí, en el momento en el que la tecnología desplazaría al actor, donde el público desearía ver: iluminación, escenarios dinámicos para creer lo que el actor quiere comunicar. Será difícil afirmar si el uso de estos elementos desplazaría el poder de comunicación del actor.

Quizá ahora el actor ya no deberá esforzarse tanto para hacer creer al público que hace frío en una escena pues el uso de cámara de gas, iluminación y pantallas lo podrá dar a entender sin necesidad de que el actor se esfuerce.

Por otro lado, ayuda a reforzar una buena actuación. Sin embargo, el mercado del entretenimiento pone en sus elencos a personas con poca técnica actoral, pero con fama; y hay quienes pagan un boleto por ver a esa persona pese a su falta de técnica actoral, pues para los productores lo importante es vender.

Ejemplo de lo anterior es *La feerie* francesa, uno de los géneros teatrales preferidos por el público, antecesor a la comedia musical, en la que las variantes dependían del factor económico de cada país, pero en general eran producciones comerciales, destinadas a atraer la mayor cantidad de público. En ellas encontrábamos por lo menos una marcha espectacular, con la participación de un sin número de: bailarines, actores, cantantes y extras.

De igual manera comenzaron a surgir nuevos géneros dancísticos con diversas influencias que se incorporaron a los teatros de revista y variedades, como el *Can Can*, las danzas folclóricas. Algunas fueron estilizadas y teatralizadas como el flamenco, o dieron origen a nuevas danzas como el Tap, el tango y las danzas del vientre.

“Con aportes muy diversos, la danza teatral continuó enriqueciéndose; constantemente fueron surgiendo nuevos géneros y nuevas formas propiciadas por

varios factores: la comodidad de inventar algo nuevo que resultara atractivo y lucrativo”,<sup>48</sup> ya no importaba la estética o el conocimiento artístico. Lo que más interesaba era la espectacularidad de las representaciones. Más que una obra de teatro se pensaba en un espectáculo dónde aparecieran las más bellas “bailarinas” con cuerpos exuberantes.

El teatro era de multitudes, las familias se preocupaban por destinar parte del gasto familiar al teatro, los hombres generalmente solían asistir para cortejar a alguna de las actrices o de las bailarinas. Se convirtió en la opción número uno de entretenimiento y diversión, pero la calidad artística estaba devaluada.

Pero no fue por mucho tiempo, cada vez el Estado destinó menos presupuesto a la cultura, los teatros comenzaron a demolerse o se asignaban para otro tipo de actividades. Varios teatros cerraron y las compañías de teatro comenzaron a fracturarse. También, los teatros de la Ciudad de México no se especializaron y dejaron de seguir una programación.

La censura influyó a la decadencia teatral. Las obras censuradas fueron por irrumpir la moral. Obras que incluían el *Can Can* y, principalmente, las que expresaran crítica política. Otro factor, en 1869, fue que el público exigía mayor calidad por menor precio.

La situación económica del país comenzó a ser poco favorable, la diferencia entre ricos y pobres era notoria. Lo anterior influyó en la asistencia al teatro debido a que resultaba caro pagar la entrada a la galería.

Por otro lado, la dramaturgia nacional no se consolidó por competir con la dramaturgia francesa, del teatro dramático y del musical. La constante lucha de lo nacional contra lo europeo y la predilección del público por el teatro musical, llevó a muchos dramaturgos nacionales a la quiebra. El desinterés del público por lo que no fuera musical fue notorio, esto llevo a la crisis al teatro dramático.

---

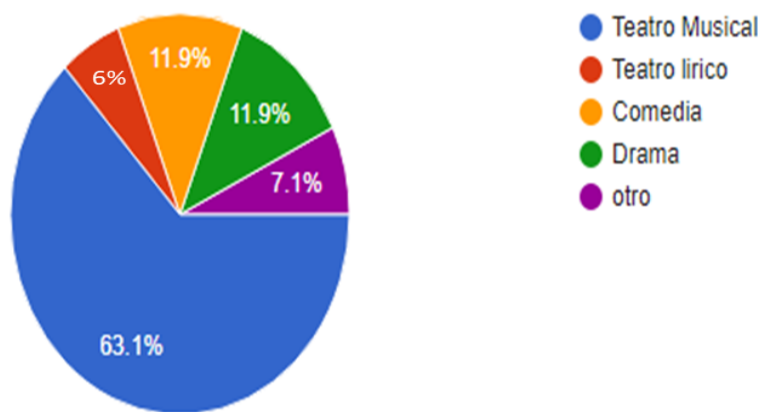
<sup>48</sup> *Ibíd.* pág. 35.



Actualmente es mayor la difusión en la cartelera teatral de obras musicales. En el mercado hay más obras de este género. Se realizó un sondeo con formato de encuesta descriptiva, para recabar información cuantitativa sobre los gustos e intereses en cuanto a entretenimiento por parte de los habitantes de Coacalco, principalmente personas entre los 20 y los 40 años, dónde el 63% de la población ha visto teatro musical y, únicamente, el 11.9 % ha visto teatro del género dramático. Se comprueba que el teatro dramático no es de los géneros de mayor demanda en el mercado.

### ¿Qué tipo de teatro has visto?

84 respuestas



Así, el fenómeno teatral de la época fueron las corrientes del teatro comercial. Sin embargo, al buscar medios de expresión artística que se alejaran de la superficialidad del teatro y el ballet e intentando un retorno a la estética de Grecia clásica, surgieron reformadoras hacia fines del siglo.

Isadora Duncan dio origen a una vital y extraordinaria forma de danza teatral: la danza moderna, que alcanzaría su madurez, su propia técnica y su plena expresión en el siglo XX. Se reformó y perfeccionó la danza teatral y, por ende, al mismo teatro. Entonces, resurge el teatro musical de 1883 a 1885, en el que se vivió el

apogeo del teatro musical por su renovación, con danza de mayor calidad, con actores nacionales e internacionales.

El mensaje teatral comienza a volverse entrópico en el momento en que incluye danza, música, vestuario y efectos especiales y hace más llamativo el mensaje con la idea de enganchar rápidamente al receptor.

Para finalizar el capítulo, retomamos la teoría funcionalista de la que hablamos al principio: el teatro desempeña en cada uno de los periodos estudiados una función social; es parte del todo al brindarle equilibrio, armonía y estabilidad. Recordemos que toda actividad repetitiva, como el teatro, forma un equilibrio social.

En Grecia y Roma cumplía con un modelo de comunicación masiva por ser evento para todos los ciudadanos. En el teatro mexicano del siglo XIX se comenzó a dirigir a segmentos específicos porque eran puestas en escena creadas a segmentos específicos. Solo la burguesía cumplía con la economía y los estilos de vida a los que el teatro, y en específico sus mensajes, se tenían que dirigir.

## CAPITULO 3

### 3.- TALLER DE TEATRO BENKAY ARTE

#### 3.1 El teatro en Coacalco

Actualmente, en el plano nacional, el teatro se encuentra en condiciones desfavorables. Los factores significativos son: la falta de financiamiento al sector teatral por el Estado, demolición de recintos, dejando a los actores y a la población con un número reducido de espacios para su práctica, su comercialización tipo espectáculo, la falta de información y educación teatral de la población.

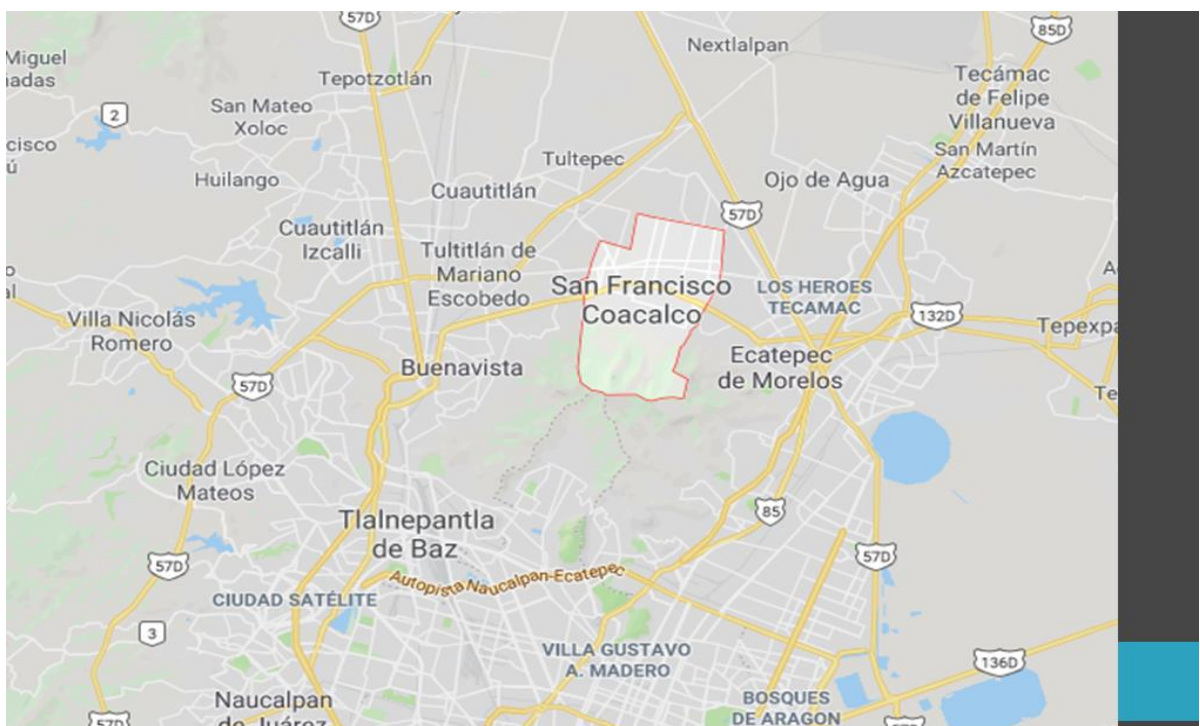
Por el nivel de influencia que llega a tener como vehículo de comunicación y por la riqueza artística y cultural que ofrece es importante y necesario reposicionar al teatro en las nuevas generaciones, en tanto disciplina artística con historia.

El reto principal es la mercantilización empresarial. Así ocurrió en la *Belle Epoque* pues la mercantilización del arte afecta la esencia y le convierte en espectáculo.

El teatro, en la práctica escénica y artística, ofrece ventajas en el artista, el público y la sociedad. También, el teatro debe renovarse porque compite con la tecnología y los nuevos gustos colectivos. Así, el empresario debe crear estrategias para llenar sus taquillas y lograr la inversión. El teatro en la producción ofrece mayor

profesionalismo, pero el problema radica en el momento en que se encuentra lo que vende perdiendo así el aura del arte.

En Coacalco, municipio que “se localiza en la parte norte central del Estado de México, limita al norte con Tultitlan, al sur con Ecatepec y la Ciudad de México, al oriente con Ecatepec y al poniente con Tultitlan”,<sup>49</sup> los habitantes no están familiarizados con la asistencia a eventos culturales. En este municipio no se cuenta con un teatro, tiene una población de 285.943 habitantes<sup>50</sup> que suelen pasar su tiempo libre en cines y plazas comerciales.



**3. Ubicación del municipio de Coacalco en el Estado de México.**

En los alrededores de Coacalco existen poco más de seis puntos en los que podemos encontrar salas de cine: Cinemex La Laguna, Cinemex Plaza Coacalco, Cinemex Plaza Zentrallia, Cinemex las Flores, Cinemex Power Center y Cosmopol.

<sup>49</sup> Conoce Coacalco medio físico (en línea) fecha de consulta: 16 de abril 2015, documento recuperado de: <http://coacalco.gob.mx/portal/#>

<sup>50</sup> Ibídem.

En el municipio hay tres bibliotecas: Biblioteca Pública Municipal José Vasconcelos, ubicada en la colonia parque residencial; Biblioteca Heriberto Enríquez ubicada en Coacalco Centro y La biblioteca Paco Ignacio Taibo II, ubicada sobre la Avenida López Portillo.

El municipio también cuenta con una enorme cantidad de plazas comerciales o los famosos malls dentro de los que podemos mencionar: Plaza Coacalco, Plaza las Flores, Plaza Zentralia, Plaza Jardines, Power Center y Cosmopol.

Finalmente, los deportivos y parques: en varias colonias del municipio hay parques y deportivos. Los que destacan: Deportivo Villa de las Flores, Deportivo de San Rafael, Acuasol, Parque ciervo de la nación de la Sierra Madre de Guadalupe.

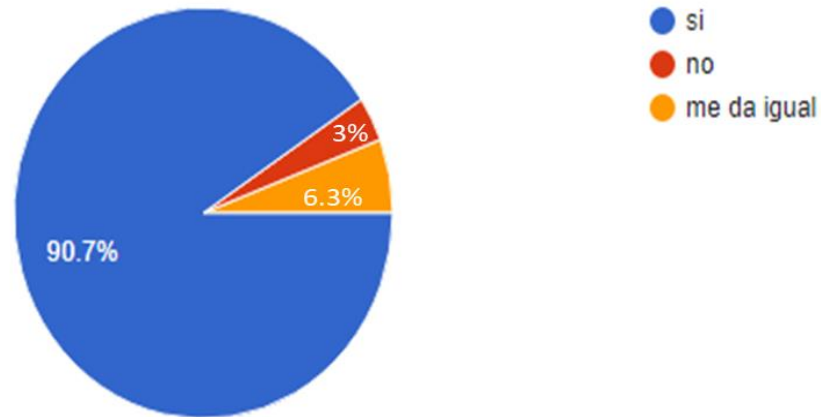
Así, en el municipio encontramos diferentes centros recreativos, deportivos y culturales dónde los habitantes pueden realizar actividades. Pero, al hablar de teatros no se cuenta con ninguno a nivel público. Y podemos decir que existen dos foros particulares en el que ocasionalmente compañías de teatro independiente llegan a realizar presentaciones: Covacha de Bufones y Centro de Desarrollo Artístico.

En ambos casos las instalaciones son básicas y el espacio es reducido a un cupo máximo de 80 personas. Y en ninguno se cuenta con la difusión del lugar y de sus eventos; ni la apertura para que compañías ajenas a los foros lleguen a presentar sus puestas en escena.

Es necesaria la construcción de un teatro en el municipio de Coacalco, pues los mismos habitantes son quienes consideran que sería benéfico para su sociedad. El 90.7 % le gustaría que pudiera haber un teatro.

## ¿Te gustaría que hubiera un teatro en Coacalco?

86 respuestas



En Coacalco los habitantes tienen el interés de asistir a una puesta en escena y así apropiarse de este arte, pero se los impide la falta de un recinto donde puedan hacerlo y consumirlo.

Ante este panorama resulta importante que los habitantes se acerquen al arte en tanto que este aborda problemáticas sociales de una forma estética y sensibiliza a su público, además de proporcionar conocimiento y generar reflexión. Y concientiza.

Un ejemplo es la Alcaldía de Coyoacán; en un artículo publicado en la página oficial del portal de internet *Animal Político*, señala que la Procuraduría General de la Ciudad de México reporta que esta Alcaldía es la que tiene el menor índice de violencia y delitos contando con el 3.48%, colocándose en el penúltimo lugar.<sup>51</sup> Es importante mencionar que se posiciona dentro de las tres alcaldías que ofrecen una mayor oferta cultural gracias a sus museos, teatros y eventos.<sup>52</sup>

<sup>51</sup> Arturo Ángel, (15, agosto, 2017), "Inseguridad crece en 11 delegaciones de CDMX; Tláhuac y Cuauhtémoc, con la mayor alza criminal", documento recuperado de: <http://www.animalpolitico.com/2017/08/inseguridad-delegaciones-cdmx/>

<sup>52</sup> Colaborador, (27, septiembre, 2016), "Top: las delegaciones con más museos", Recuperado de: <http://www.chilango.com/cultura/top-las-delegaciones-con-mas-museos/>

El arte y la cultura ayudan a combatir la violencia. Otro caso es Ecatepec, catalogado como el municipio más violento e inseguro del Estado de México. En la colonia Valle de Anáhuac, dónde se encuentra ubicado el Centro Cultural y Recreativo Ecatepec se hace labor activa los fines de semana: teatro, recitales y eventos culturales, con la idea de aminorar la violencia en estas zonas.

La colonia dónde se encuentra ubicado el Centro Cultural no es de las más peligrosas dentro del municipio. No atribuimos toda la labor al Centro Cultural, ya que influyen más variables, pero es un ejemplo, al igual que en Coyoacán, en el que se puede detectar que el arte, si bien no es un factor determinante para la reducción de la violencia, si es una variable para la disminución de la violencia.

En entrevista para este trabajo, el maestro José Juan Durán Barrera, coordinador de eventos y difusión artística en el Centro Cultural y Recreativo Ecatepec, comenta que el Centro Cultural Ecatepec abrió las puertas a Benkay durante los últimos dos años, para la presentación de sus proyectos artísticos. Comparado con el municipio de Coacalco, en Ecatepec, con este espacio la población tiene mayor acercamiento a eventos culturales.

Para el maestro José Juan, al mes llegan a presentar entre tres y cuatro funciones en domingo, a la una y dos de la tarde. Las actividades artísticas y culturales son gratuitas: presentaciones de libros, cuentacuentos, recitales de poesía música, danza y obras de teatro.

Del escrito de García Canclini, *Los usos sociales del patrimonio cultural*, retomamos la idea de que para que la sociedad pueda apropiarse del teatro y la cultura deberá existir una igualdad social. Muchas veces no se trata de que una obra de teatro sea o no gratuita, o de que un museo no cobre entrada a estudiantes.

Las desigualdades sociales provocan desigualdad cultural porque las clases hegemónicas tienen oportunidad de acercarse al patrimonio común, es decir cuentan con mayor información y formación para comprender el arte, para apreciarlo y para

crearla. Por lo que ellos son quienes lo controlan y les dan mayor o menor valor a determinadas creaciones artísticas.

En una entrevista realizada por la autora de la investigación a la socióloga Erika Mendoza, la entrevistada se interroga a si misma: “¿Quiénes van a la ópera? Los más cultos, porque la sociedad no es consciente de que todos podemos ir a ver obras de teatro. Se estaban regalando boletos para *Lago de los cisnes* y pocos fueron”. Con ello reflexionamos que la sociedad no va al teatro porque no ha tenido la oportunidad de tener una formación teórica y cultural para apropiarse del teatro como arte.

En Ecatepec el nivel socioeconómico promedio es bajo. Según el CONEVAL, Medición Municipal de la Pobreza en el año 2010 se registró que el 40.8% de su población vive en condiciones de pobreza comparado con Coacalco donde el índice de pobreza registrado es del 22.4%.

A pesar de ello, en Ecatepec se ha apoyado y fomentado el arte en mayor grado que en el municipio de Coacalco. Esto ayuda a demostrar que puede influir el nivel socioeconómico, pero no es un factor que determine, pues depende de las instituciones que la población pueda tener un mayor alcance y acercamiento a estos eventos.

La situación es dialéctica pues, por un lado, como menciona Canclini, aunque los museos y los teatros lleguen a ser gratuitos la desigualdad cultural existe y se ve reflejado por el nivel socioeconómico.

Por otro lado, el índice de pobreza no es un factor que determine a la población para que tenga acceso a estos eventos pues la labor de una institución es imprescindible para acercar el arte a la sociedad.

En estos dos municipios, hay una relación ambivalente con el arte debido a que en Coacalco valoran el arte y tratan de promoverlo con la idea de ser integrador social,



pero no les entregan lo necesario a los artistas para realizarlo, ni al público para apreciarlo.

En contraste, en Centro Cultural de Ecatepec han sido cinco años de labor para lograr que la gente se interese en sus eventos y lo cual ha logrado resultados pues los habitantes del municipio, principalmente de las colonias aledañas han manifestado un mayor gusto por los eventos teatrales.

Lo anterior se corrobora tanto con comentarios publicados en su sitio de google maps obteniendo como calificación por parte de los usuarios el 4.2 de 5, a continuación, se muestra la compilación de algunos comentarios



**CHARLIE WHEEL**  
12 opiniones · 4 fotos



★★★★★ 3 meses atrás

Esta bien el centro cultural, aunque el sitio da miedo dejar el coche afuera... de hecho hay que salir y ver a todos lados y a correr! Hacen falta más lugares de estos por este lado. Para fomentar la cultura y no halla tanto chacka...

👍 Me gusta    ➦ Compartir



**Luis hernandez**  
9 opiniones · 23 fotos



★★★★★ hace 1 día

Buen lugar para pasar el rato



👍 Me gusta    ➦ Compartir



**NAHUM CENTENO BENITEZ**

Local Guide · 23 opiniones



★★★★★ 2 meses atrás

Lugar para disfrutar de obras de teatro y de arte,  
confortable, limpio y con vigilancia

Me gusta

Compartir



**Martha Alicia Cisneros**

Local Guide · 13 opiniones · 38 fotos



★★★★★ 2 meses atrás

Muy buenos espectáculos y exposiciones, gratuitos.  
Actividades para niños y adultos.

Me gusta

Compartir



**Man German**

Local Guide · 79 opiniones · 722 fotos



★★★★★ 3 meses atrás

Excelente lugar del Municipio de Ecatepec seguro,  
limpio cuenta con un auditorio grande

1

Compartir



**humbertoabogado67 Gómez**

1 opinión



★★★★★ 3 meses atrás

Es un lugar comodo, accesible y bien ubicado

Me gusta

Compartir



**ANRAHE DIAZ**

Local Guide · 49 opiniones · 38 fotos



★★★★★ 4 meses atrás

Muy buen lugar para la cultura ojalá fuera más  
grande el teatro

Si las autoridades de Coacalco no realizan acciones de promoción de actividades artísticas, específicamente el teatro, no se da el rescate cultural. Como menciona

Canclini: “El efectivo rescate del patrimonio incluye su apropiación colectiva y democrática, o sea: crear condiciones materiales y simbólicas para que todas las clases puedan compartirlo y encontrarlo significativo”.<sup>53</sup> Contar con un foro o un teatro, hacer préstamo de espacios para ensayos, dar una difusión digna son algunas de las acciones que deberían ponerse en marcha.

“La labor no ha sido nada fácil”, comenta José Juan pues de manera directa o indirecta el centro cultural compite con centros comerciales, sin embargo, han planificado sus eventos en horarios estratégicos: de 9 a 3 pm. “Pues si alguien quiere ir al centro comercial generalmente lo hace por la tarde después de la hora de comida”.

Pero, por otro lado, se encuentra la competencia con el entretenimiento en casa por ejemplo “un domingo de partido del Guadalajara, el América o de la selección es sinónimo de que no viene mucha gente”.

No es solo ofrecer una obra de teatro gratuita, es realizar toda una planeación con objetivos alcanzables dónde se engloben las fortalezas y debilidades y se encuentre una buena comunicación. El mensaje es la clave para que despierte la curiosidad en el público.

Por ejemplo: “Estamos rodeados de escuelas, entonces hacemos volantes como boletos, que se entregan a la salida de las escuelas, a la gente le gusta. También les pedimos su correo electrónico para mandarles carteles de las presentaciones. Elaboramos volantes con programación del mes. Aquí hay una sala de exposiciones en la que montamos esculturas, fotografía etc.”.

Ha funcionado la estrategia para llegar a un porcentaje de la población, aunque no es suficiente. El auditorio tiene una capacidad para 270 personas y en la mayoría de las puestas hay de 150 a 180 en promedio; es buena audiencia, pero no se llena porque la gente no está acostumbrada a estos eventos. No se compara el estreno

---

<sup>53</sup> García Canclini, Néstor. *Óp. Cit.* pág. 22.

de una obra de teatro con el estreno de una película en el cine donde las salas se llenan de asistentes.

La contraparte se encuentra en Coacalco, dónde hay algunos espacios que han brindado los gobiernos pasados poco adecuados para los artistas.

Se investigó cuáles son los recursos que el municipio de Coacalco brindó a sus habitantes y artistas desde 2012 a la actualidad, para que pudiesen asistir y crear este tipo de eventos. Y se tomó en cuenta la razón que motivó o detuvo a los habitantes del municipio a asistir o no a este tipo de eventos. Esta investigación servirá como punto de partida para detectar el problema de raíz.

Realizamos una entrevista al licenciado Oswaldo Cruz, encargado de Casa de cultura y difusión artística en Coacalco, quien mencionó que muchas de las compañías no han estado en contacto con las autoridades e instituciones que pudiesen ayudarlos. Benkay ha sido uno de los grupos de teatro que se han acercado para pedir espacios como la concha acústica para presentar algunos de sus proyectos, y las autoridades han puesto trabas en cuestión de trámites, así como del equipo.

En 2015 el coordinador del grupo Franklin Jiménez se acercó a las autoridades para solicitar la concha acústica para la presentación de *Vaselina*. Se realizó el préstamo en condiciones deplorables instalaciones sucias, falta de equipo de audio, entre otras.

Sin embargo, las autoridades de Coacalco señalan que “el teatro se puede hacer en cualquier lugar no es necesario un teatro, sólo es necesario un espacio”.

Hay muchas compañías teatrales en Coacalco amateurs y profesionales. Las compañías profesionales cuentan con más recursos comparadas con las primeras. Estas compañías tienen un poco más de producción, son más fuertes, tienen iluminación, vestuario, escenografía; lo anterior porque su administración es de tipo

mercantil. Por ejemplo, buscan la manera de solventar vendiendo clases, pues el sector privado busca la manera de atraer más gente para obtener más dinero.

Las grandes empresas realizan un sinfín de efectos especiales para causar asombro, pero deja en un segundo plano la calidad artística, la trama de la obra y se pierde de vista los principios de la belleza artística.

### **3.2 Taller de Teatro Benkay Arte**

Taller de Teatro Benkay Arte es un grupo independiente de corte musical, con la trayectoria de diez años en la realización de puestas en escena de este género y está conformado entre 20 y 30 integrantes de 15 y 35 años.

Los jóvenes encuentran en el teatro la manera de expresar las emociones a través del arte. Y consideran que Benkay es una escuela de enseñanza de las bases del canto, del baile y la actuación. Se innovan y construyen conceptos en torno al vestuario, escenografía, maquillaje y utilería con el objetivo de realizar proyectos con el sello del taller.

Su historia comienza el 1° de Julio del 2005; con un grupo de diez jóvenes que no solo esperaban el triunfo en los escenarios, sino salir de lo ordinario dentro de sus vidas; y alejados de protagonismos y de falsas ideas.

La filosofía de Benkay es que en el mundo de las artes hay una relación importante entre la persona y el artista “A MEJOR ARTISTA MEJOR PERSONA; Y A MEJOR PERSONA MEJOR ARTISTA”. Benkay es un taller y lugar para crecer artística y personalmente.

Para los sectores con nivel socioeconómico bajo resulta complicado apropiarse y verse inmersos en el contexto artístico (música, pintura, teatro). Sin embargo, hay asociaciones y grupos que difunden e incorporan a estas personas al arte.

El grupo de teatro Benkay brinda esa difusión y acercamiento artístico. Una de las finalidades por las que nace este grupo es la necesidad de los jóvenes por hacer

teatro; y, al no tener los recursos suficientes para pagar una academia o escuela, Benkay les apoya.

En entrevista para esta investigación, el director general del Taller de Teatro Benkay Arte, Franklin Mayotte Jiménez Juárez habló del desempeño del grupo en la sociedad: “He visto casos de chicas de 15 años embarazadas porque no tiene la atención en casa, de chavos que se drogan o son asaltantes; y la sociedad se queja de eso.

“Pero no hay las suficientes actividades deportivas y culturales para apoyarlos y apartarlos de dicho entorno. Benkay ha logrado aportar una idea diferente a los jóvenes para no ser como el resto de la gente: ayuda a formar mejores seres humanos”.

Aprendes a pararte en el escenario y a enfrentar los miedos, algo comprendes al integrante por la convivencia con personas que tienen estilos de vida, vivencias y edades diferentes. Lo anterior enseña a los integrantes a ser tolerantes.

Cada una de las funciones presentadas son distintas y para públicos diferentes. El actor de Benkay se vuelve más humano y sensible debido a las experiencias generadas en cada presentación porque involucran cambios intrapersonales.

No es lo mismo una función para un público donde se encuentran familiares de los actores que para una feria de pueblo, para un hospital o un orfanato. No olvidemos que la labor de los artistas en general es mover sentimientos, pero esto solo puede lograrse cuando el mismo actor ha logrado conocerse, asumirse y asumir a su prójimo.

Los integrantes del grupo aseguran que el teatro es una disciplina que requiere de mucho estudio. Y consideran que para estudiar teatro musical se necesita tener buen nivel económico, “es una de las carreras más caras que puedes encontrar”.<sup>54</sup>

Existen escuelas especializadas en teatro musical Como G Martell, Expresión, CEFAE, Arte Estudio, con colegiaturas elevadas; y a los integrantes del grupo les resulta difícil cubrir las mes con mes. Ese es uno de los motivos por los cuales algunos de los integrantes se encuentran en Benkay.

Sin embargo, la mayoría aseguró estar ahí por la pasión, “la pasión nos mueve, y las grandes experiencias que uno adquiere aquí”.<sup>55</sup> Es “un ambiente cómodo y familiar en este medio reinan las envidias, críticas y ego de los compañeros y en Benkay eso no se da”.<sup>56</sup>

El taller es liderado por Franklin Jiménez, coordinador y director de las puestas en escena; también es el encargado de difusión y gestión de espacios de las presentaciones de las puestas en escena, “es evidente que nuestros proyectos están llenos de sueños...pero de sueños hechos realidad”.

Su trabajo es sin fines de lucro, son ellos quienes sustentan las puestas en escena: el vestuario, escenografía, las clases de canto y jazz, entre otras. Benkay presenta las obras de teatro gratuitamente, no se necesita tener mil pesos para ir al teatro, lo cual permite a la sociedad en general conocer obras como *Los miserables*, un clásico de Broadway basado en la novela del escritor Víctor Hugo.

Es así como Benkay fomenta y difunde la cultura para todo público tanto para los realizadores de la obra como para los espectadores, sobre todo jóvenes. En la realización de una obra de teatro los integrantes se preparan física e

---

<sup>54</sup> Entrevista original, realizada por la autora de la investigación a Miguel Ángel González, integrante del Benkay arte, Coacalco Villa de las Flores, febrero 2016.

<sup>55</sup> *Ibidem*.

<sup>56</sup> Entrevista original, realizada por la autora de la investigación a Vanessa Medina integrante del Taller de Teatro Benkay Arte, Febrero 2016.

intelectualmente; leen y revisan información histórica; indagan y observan comportamientos.

La búsqueda de información y alternativas enriquecen el intelecto de los actores del taller y fomenta el conocimiento. De la misma forma, difunde la cultura porque al ser un taller de teatro, llevan sus puestas en escena a cualquier lugar haciendo teatro callejero.

En los espacios abiertos se focaliza en personas con pocas posibilidades de ir a Broadway a presenciar un musical. En su colonia puede conocer y disfrutar de la puesta en escena como por ejemplo *GódsPELL*.

No se puede comparar la calidad en cuanto a producción, pero se democratiza el arte cuando la persona, pese a que no cuente con los suficientes recursos económicos y en algunos casos intelectuales, puede asistir, entender y disfrutar la obra de teatro musical desde *El fantasma de la ópera* hasta *Grease*.

### **3.3 Las funciones**

Las funciones de Benkay son variadas, es decir no tienen una temporada fija en algún teatro. Hay ocasiones en las que se tienen dos funciones a la semana; otras, solo dos funciones al mes. Depende de los espacios conseguidos, pues las agendas de los teatros suelen estar saturadas.

Algunos de los lugares en los que se han presentado son: La Feria de Ixmiquilpan Hidalgo, Casa de Cultura de Coacalco, Concha Acústica de Coacalco, Salesiano de Coacalco, Centro Comercial "Zentralia", Auditorio General "Mariano Escobedo", Centro Social de Valle de Aragón, Teatro Arlequín, Instituto Mexicano de la Juventud (IMJUVE), Centro Cultural María Rojo, Teatro "Centenario" Tlalnepantla, Teatro San Benito Abad, Centro Cultural Rafael Solana, foro cultural Ecatepec, Futurama Lindavista, entre otros.



Las presentaciones de Benkay pueden ser en cualquier lugar. No se necesita de un teatro para presentarse: deportivos, escuelas, ferias y explanadas, generalmente estos lugares suelen tener una cantidad basta de público, pero cuando las presentaciones son en foros culturales y teatros, el número de público se reduce de manera considerable: entre 5 y 30 de espectadores.

La calidad de la obra no depende del número de espectadores. A pesar de ello, es significativo la escasa asistencia al teatro; sobre todo si se compara con las salas de cine que se encuentran llenas. Contar con un número reducido de espectadores no genera ventajas, al contrario, son desventajas a las que el taller se debe enfrentar.

Muchas veces los administradores de centros culturales abren más espacios en la agenda si ven que el grupo puede atraer más público. Si no sucede así es probable que no se otorguen más funciones. Otra desventaja es que en ocasiones el grupo renta el teatro y además de costear el vestuario y escenografía deben hacer el gasto de la renta del teatro.

Y se desplaza boletaje para aminorar o cubrir el gasto, pero si los boletos no logran ser desplazados en su totalidad, se genera un gasto mayor.

En el teatro musical la creación y producción es muy elevada, pues se necesita de un elenco grande, vestuarios, maquillaje, luces, sonido y efectos especiales para satisfacer la audiencia por la costumbre de lo ostentoso que ve en el cine comercial.

Ante tal situación se desea tener un mayor número de asistentes en sus obras de teatro para difundir la cultura y las artes, principalmente entre los jóvenes en tanto que son los más alejados de este tipo de eventos, principalmente en Coacalco.

La mayor difusión de los eventos ayuda no solo a tener más espectadores y a cambiar percepciones que pudieran tener los jóvenes hacia el teatro y a reducir los índices de violencia.

### **3.4 Sector privado vs. Sector público en el municipio de Coacalco**

José Gabriel López Antuñano repasa las características principales del teatro posmoderno, que sirve más a la representación y que posee mayor intensidad emocional debido a la cercanía con el espectador; aún más que las obras dramáticas clásicas.

Una peculiaridad del teatro del siglo XXI es el retorno a lo real. Se hace al mostrar en escena elementos que pongan en riesgo la seguridad física del actor con fuego o agua. E incluyen tecnología en sus escenografías: uso de luces, micrófonos, pantallas digitales, con el fin de proporcionar al público nuevas experiencias. Y, sin faltar, la representación artística del teatro funge como crítica social.

A pesar de la inclusión de la tecnología en los escenarios, en el siglo XXI el número de espectadores ha disminuido. Desaparecen los grandes espacios y la gran cantidad de espectadores. Los teatros son más pequeños y las entradas más costosas.

Todo lo anterior, diferente del origen del teatro en Grecia dónde el vulgo tenía acceso a estos eventos. En el siglo XXI el teatro se convierte en un arte que solo disfruta una élite, la de la gente culta o con dinero.

El Estado, comparado con otros siglos, se ha desinteresado del tema y sólo destina presupuestos bajos al arte. Por otro lado, surgen múltiples compañías y grupos teatrales independientes en busca de divulgar este arte; con sus propios recursos mantienen viva la práctica del mismo, en recintos o en la calle.

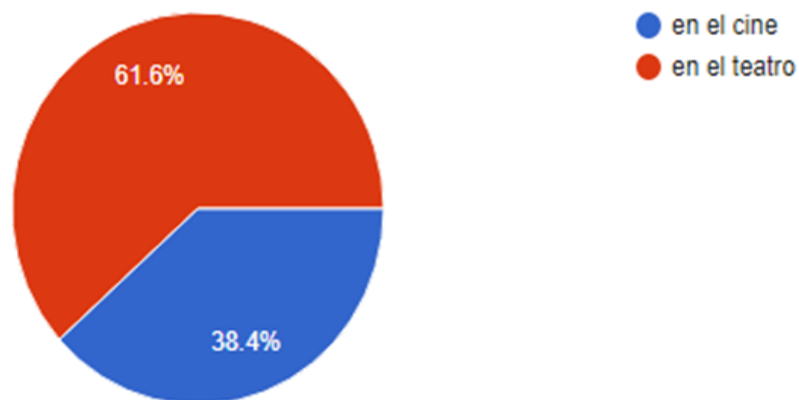
El teatro en siglos anteriores llegó a ocupar una importante posición; hoy, las nuevas tecnologías lo han desbancado. Anteriormente el teatro era el número uno de los divertimentos de la sociedad. El teatro del siglo XXI es entretenimiento de élites: quien asiste a una obra de teatro, generalmente, suele ser la comunidad estudiantil, círculos de personas cultas y personas con un poder adquisitivo elevado debido a

que el costo de las entradas suele ser elevado por los monopolios del entretenimiento.

En la siguiente gráfica, de un sondeo realizado en Coacalco en julio del 2017, para este escrito, observamos que en Coacalco el 61.6% de las personas consideran que gastarían más dinero en el teatro que en el cine.

### **¿Dónde crees que gastarías más dinero, en el cine o en el teatro?**

86 respuestas



Es más fácil llenar una sala de cine que de teatro. Aunque hay que desmitificar que el teatro en general es caro ya que existen puestas en escena de gran calidad a costos accesibles. Las compañías de teatro independientes, y los talleres de teatro como Benkay, únicamente piden cuota de recuperación.

Aquí surge otra pregunta que es importante responder ¿qué busca la gente, ir a ver un espectáculo o arte?

En los últimos años han existido productos artísticos sin espíritu, ni identidad. No solo ocurre en las artes escénicas, de igual manera sucede en la pintura, la escultura e incluso con el cine. Al mercantilizar el arte y volverlo un producto de venta masiva, el empresario arrebató su esencia y la sustituye por algo rentable económicamente.

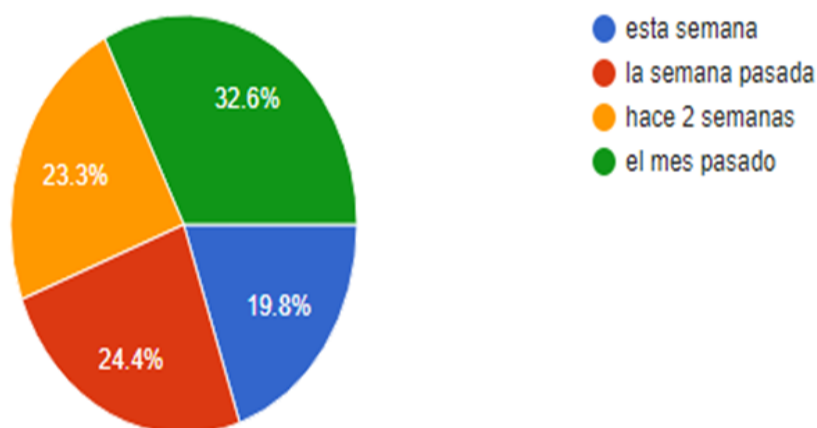
En el caso del cine, el lenguaje de una película se ha reducido a tener excelentes efectos especiales lejos de una buena trama o diálogos, las personas gustan por ver este tipo de películas donde el arte queda en un segundo plano y el espectáculo es lo principal.

Películas como *Civil War* que logró recaudar más de 940 millones de dólares de manera global,<sup>57</sup> *Rogue one* que recolectó más de 290 millones de dólares en el mundo sin haber sido estrenada en países como China y Corea del Sur<sup>58</sup> entre otras, se han posicionado en 2016 como unas de las cintas más taquilleras y mucho de ello se lo atribuimos a los efectos especiales que atrapa al público.

Tomando en cuenta la gran popularidad que causaron cintas como *Civil War*, en el mismo sondeo realizado en julio del 2017 se cuestionó a los participantes del sondeo, cuándo fue la última vez que asistieron al cine, y la respuesta fue: que el tiempo promedio que han dejado pasar sin asistir al cine es solamente un mes.

## ¿Cuándo fue la última vez que asististe al cine?

86 respuestas



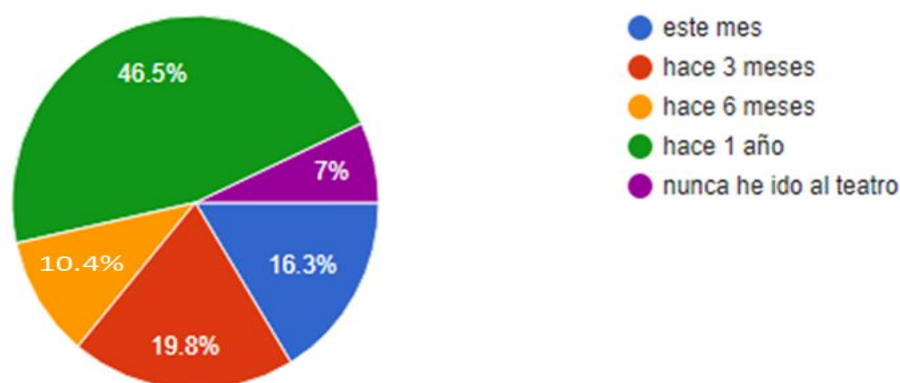
<sup>57</sup> Sin nombre, (16, mayo, 2016), "Los números que muestran el imparable fenómeno de Capitán América: *Civil War*, en el mundo, teletrece", recuperado de: <http://www.t13.cl/noticia/tendencias/espectaculos/los-numeros-muestran-imparable-fenomeno-capitan-america-civil-war-mundo>

<sup>58</sup> (16, mayo, 2016), <http://www.elfinanciero.com.mx/>

Comparando las respuestas, el 46.5% la última ocasión que asistieron al teatro fue hace un año, lo más alarmante es que el 7% de esa población nunca ha asistido al teatro.

## ¿Cuándo fue la última ocasión que asististe al teatro?

86 respuestas



En el teatro, las obras con mayor concurrencia son las que presentan más que buenos actores, buen vestuario, escenografía y figuras públicas con más fama que talento. “Por primera vez en mi vida hice un elenco no buscando un elenco, no buscando nombres. Siempre, todos los productores, estamos sufriendo a qué gente de renombre metemos para que *jale*”,<sup>59</sup> asegura el productor Alejandro Gou, en entrevista telefónica realizada por Javier Poza.

OCESA, la compañía líder en el mercado del entretenimiento, ha logrado acaparar la industria del entretenimiento, estableciéndose como monopolio. Al ofrecer producciones teatrales a costos muy elevados, ocasiona que mucha gente rechace la opción de asistir al teatro y opta por el cine por lo económico del boleto.

<sup>59</sup>Javier Posa en formula, (5, enero, 2017), “Javier Poza entrevista a Alex Gou”, (archivo d video) recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=FOzV40Hs1Lo>

Las compañías de teatro independientes y casas de cultura están en declive. Al ver butacas vacías y poca concurrencia en el teatro es evidente que la gente disminuye su interés en asistir a una obra de teatro de estas compañías. No sólo por el poco interés que tienen hacia la cultura, sino a la creencia de que la calidad de la obra sea muy baja.

Dicha creencia sucede si se compara al arte con un espectáculo, o con las puestas en escena producidas por OCESA o GOU en la que las producciones, el vestuario, la iluminación y la escenografía son costosos y espectaculares.

El pasado viernes 13 de octubre del 2017 Benkay arte se presentó en la Feria del Atole de Coacalco. Se contó con un escenario equipado: pantallas digitales, micrófonos e iluminación. Al evento asistieron, aproximadamente, 1000 personas de las cuales un 80% se encontraban disfrutando del taller de teatro Benkay.

El trabajo fue bien recibido por el público pues los comentarios fueron favorables porque se demostró que el grupo cuenta con el nivel artístico de compañías profesionales y reconocidas. En esta ocasión hubo producción, lo que impactó y deslumbró a los asistentes. Se comprobó que el público encuentra mayor atracción por puestas en escena con alto grado de producción.



3.1. Feria del atole Coacalco 2017 “Las eras del rock, aquí voy otra vez”, AM fotografh



3.2 Feria del Atole Coacalco 2017 “Qué Plantón, al otro Lado del espejo”, AM fotografh



3.3 Feria del Atole Coacalco 2017 "Hoy No Me Puedo Levantar, Medley 2" AM fotografh

A nivel nacional el teatro se ha convertido en un entretenimiento que pocas personas frecuentan. En Coacalco la cultura y las artes se han devaluado y a pesar de ello, se ha detectado que existen escuelas de teatro y grupos de teatro independientes, con presentaciones en la Casa de Cultura de Coacalco, en auditorios, escuelas, entre otros.

Con esto podemos asegurar que el teatro no está en decadencia, le hace falta difusión e inversión, Coacalco, no ha logrado potencializar la difusión artística comparada con municipios como Tultitlán y Ecatepec o con Alcaldías como Coyoacán.

Agrega Franklin Jiménez: "En Coacalco hay cultura y gente interesada en ella, pero le falta difusión, si tú indagas en la población hay muchos chicos teatreros o que bailan o actúan. Me he topado infinidad de generaciones de chavos que prefieren

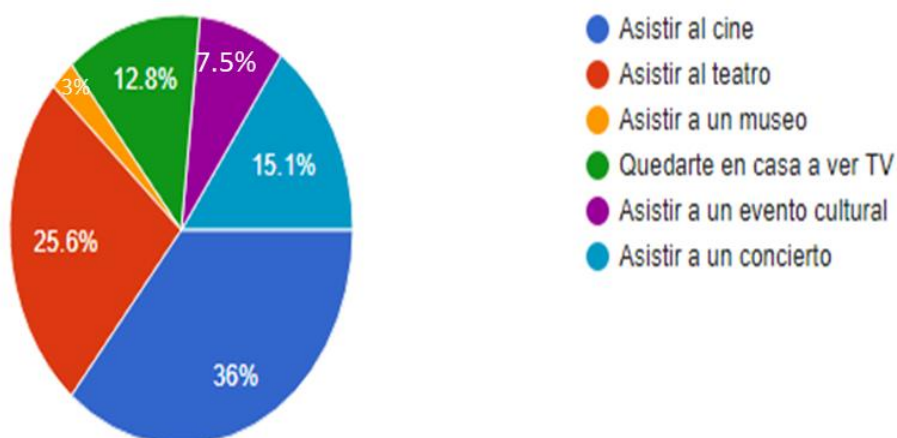


irse a la Ciudad de México porque aquí en Coacalco no hay espacios suficientes para el arte”.

Si bien los habitantes de Coacalco no han tenido la costumbre de asistir al teatro por algunos medios que su entorno no les facilita, la opción de acudir al teatro no queda en último lugar.

## ¿Cuál de estas actividades te resulta más atractiva en una tarde libre?

86 respuestas



Al presentarles un grupo de opciones para una tarde libre, el 36 % de los encuestados prefería asistir al cine, seguido por el 25.6 % a quienes les resultaba atractiva la opción de ir al teatro, lo cual nos indica que es una alternativa que aun consideran los coacalquenses pese a no contar con la costumbre de asistir a estos lugares.

La mayoría de los jóvenes muestran predilección por acudir al cine, sin embargo, el interés en el arte está latente, pero ¿por qué las butacas están vacías? ¿Existirá algún problema en la difusión de estos eventos por parte de los grupos de teatro? ¿Qué tanto influye el gobierno municipal en la difusión de dichos eventos?

Es difícil dilucidar dónde se encuentra el problema de raíz:

- En el gobierno municipal
- En los habitantes
- En los grupos de teatro

Qué tanto influyen cada uno de éstos para que las butacas sigan sin llenarse.

Por su parte, la responsabilidad de los grupos y compañías de teatro reside en la eficacia de su comunicación organizacional; y en la persuasión de sus mensajes y de la puesta en escena; porque los actores, a través de su personaje y de la historia, tratan de persuadir al público por dos motivos: uno, para que se queden a ver la obra y por el interés por saber de qué se trata y qué va a pasar; la otra, para que el mensaje final de la obra sea aceptado por el espectador.

El discurso de la obra de teatro debe ser persuasivo para convencer al espectador de lo que está sucediendo, lo que ve y escucha. Así es como a través de la comunicación verbal y no verbal los actores, productores y directores hacen uso de la comunicación verbal y de la no verbal para lograr capturar la atención del público. El objetivo es que sienta lo que ve, que viva cada escena e interprete los mensajes a partir de la construcción de todos los elementos de la obra.

Para esta investigación se consideró el punto de vista del público, del gobierno municipal, así como de los actores, creando un panorama que permita detectar el problema y proponer una posible solución.

Dentro de la investigación documental podemos comenzar por el Plan de Desarrollo Municipal 2003-2006 el cual señala la siguiente información:

“La cultura más que elemento característico de los pueblos busca el proceso cultural que cada pueblo aporta como los bienes para el goce estético de las personas, alimento espiritual que se erige en valor social, el reconocimiento y la retribución de la comunidad. Los bienes de la cultura adquieren una dimensión capaz de capturar todas las esferas del desarrollo humano incluyendo la satisfacción de necesidades materiales.

“La misión del municipio es la preservación y difusión de los elementos de la cultura y sus bondades, buscando consolidar los espacios dedicados a la cultura y las artes. Dando a la cultura constante difusión.

“Coacalco cuenta con una casa de cultura que ofrece actividades artísticas como artes plásticas, guitarra, danza, canto, violín, dibujo y piano; todas estas son gratuitas a las que acuden un total de 94 alumnos a la semana aproximadamente.

“Así mismo se realizan puestas de obras teatrales los días jueves, además de implementar el sábado de recrearte donde se presentan espectáculos de danza regional y conciertos de guitarra entre otras actividades.”

Dentro de los inmuebles que ofrece el municipio de Coacalco para la presentación de obras teatrales se encuentran:

- Auditorio municipal
- Casa de cultura
- Concha acústica

Los ratos de ocio de la sociedad actual son comercializados, pues una vez que llega el fin de semana, cuando no hay trabajo, escuela o actividades domésticas, la sociedad aprovecha los ratos de ocio para descansar, visitar alguna plaza comercial y, en algunos casos, asistir a eventos culturales y deportivos.

En nuestra sociedad, el principal lugar al que va la gente es a una plaza comercial a comprar ropa, artículos de belleza, comida o acudir al cine.

Los hábitos y prácticas de consumo culturales de los mexicanos según datos del Consejo Nacional para la Cultura y las artes muestran que en 2010 el 16% de los mexicanos prefirió descansar y ver televisión en sus ratos libres; el 48% de la población aseguró tener poco o nada de interés por los asuntos culturales.

La afluencia a este tipo de eventos en ratos de ocio es una cifra muy baja pues no hay interés en el tema y no se va por su propia voluntad a un evento de este tipo. Al

explicar por qué no asisten al teatro, danza y museos, aseguraron que se debe a 1)  
Falta de tiempo

2) Falta de dinero

3) Desinterés

“Los mexicanos somos muy cómodos; buscamos pretextos. Nuestras funciones no se cobran, pero si yo vendo el boleto en 50 pesos dicen: ‘no tengo dinero’. No se lo dejas gratis y te dicen: ‘no tengo tiempo’ o ‘está muy lejos’ o ‘es muy temprano’ o ‘es muy tarde’. Siempre hay pretextos. La gente quiere un teatro que se adapte a sus horarios, que esté a la vuelta de su casa; y aun así pondrán pretextos.

“Pero a final de cuentas hay una pasión por parte de nosotros, los artistas, que más que el dinero lo que mueve a Benkay es la pasión y así tengamos tres personas de público se debe dar la función y con la misma energía”, explica Franklin Jiménez director general Benkay Arte

El primer problema es que la sociedad rechaza la cultura en general. El ejemplo es Coacalco: no hay un foro cultural o un teatro, sin embargo, el municipio cuenta con cinco plazas comerciales. ¿Hasta qué punto el arte es importante para la sociedad y para sus gobernantes? El no asistir a estos eventos ¿es decisión o imposición?

En entrevista para esta investigación, el licenciado Oswaldo Cruz, responsable en el 2016 del área de difusión artística y cultural en casa de cultura Coacalco “CALMECAC” se le cuestionaba:

¿Cómo podremos saber el papel que ocupa el arte dentro de una sociedad?

Oswaldo Cruz comentó al respecto que si se hablara de un porcentaje no sería el 100 por ciento, pero “para determinar un parámetro de importancia hay que identificar si la gente cree que tiene una importancia. Es decir, la relación que la gente tiene con el arte.

“Ellos saben que tienen relación con el arte cuando tienen toda esta idiosincrasia artesanal y cultural y esta gama de tradiciones. Cuando son capaces de ver este tipo de evento de un orden clásico mayor, un indígena puede diferenciar cuando está teniendo un diseño en un textil de cuando está escuchando una melodía deliciosa de soprano de la academia clásica”.

Se analizó la forma en la que ejemplifica a un indígena apropiándose del arte. Mencionó que un indígena puede distinguir entre el grado de complejidad entre un textil diseñado por él y del “evento de un orden clásico mayor”. Entiéndase por esto “una melodía deliciosa de soprano de la academia clásica”.

Ambas deberían ser consideradas, respetadas y valoradas por igual: una prenda diseñada y tejida a mano tiene el mismo valor que una melodía de soprano. Pero “existe una jerarquía de los capitales culturales: vale más el arte que las artesanías, la medicina científica que la popular, la cultura escrita que la oral (...) los capitales simbólicos de los grupos subalternos tienen un lugar subordinado, secundario, dentro de las instituciones y los dispositivos hegemónicos, los diversos sectores se apropian en forma desigual”.<sup>60</sup>

Con lo expuesto se demuestra el pensamiento ideológico que poseen nuestros líderes y da origen a la desigualdad social y desigualdad en la apropiación del patrimonio cultural.

Oswaldo Cruz finaliza con el siguiente cuestionamiento: “¿Qué tanto de ese porcentaje de la población es susceptible al arte?”. Lo que plantea Cruz, se remite a los que Canclini dice en su escrito *Usos sociales del patrimonio cultural*: es una realidad que no todos tienen el mismo acercamiento a la cultura y principalmente al arte.

Todo ser humano es susceptible al arte: algunos como artistas y otros como espectadores u observadores. El hombre tiene la capacidad y susceptibilidad nata

---

<sup>60</sup> Néstor García Canclini. *Op. Cit.*, págs. 18 y 19.

para hacerlo. El problema es que no se tiene la misma oportunidad de acercarse a ella. “No basta que las escuelas y los museos estén abiertos a todos, que sean gratuitos y promuevan en todas las capas su acción difusora a medida que descendamos en la escala económica y educacional, disminuye la capacidad de apropiarse del capital cultural transmitido por esas instituciones”.<sup>61</sup>

Lograr que la sociedad se apropie del capital cultural de manera igualitaria es una labor difícil y que no se ha logrado cumplir. Posiblemente no podamos medir la importancia que el arte tiene en la sociedad. Hay interés: a un niño le interesa la pintura y, también, a un adulto mayor. Cada uno con sus necesidades, pero para ambos es interesante. No se trata de qué tanta importancia tenga para uno el arte en comparación con el otro, si no de qué tanta oportunidad tiene cada uno para acercarse al arte.

El teatro hace pensar a la gente, da la oportunidad de cuestionarse lo que viven en el entorno social como problemáticas; esta forma de comunicación impacta al público de manera directa y hace que las personas remuevan emociones ocultas en ellos.

En el teatro se maneja una forma de comunicación distinta de la que se utiliza en la televisión o el cine comercial. La construcción de estas puestas en escena suelen ser distintas a la estructura lineal que existe en la mayoría de las películas o en series de televisión.

Este grado de complejidad aunado a la falta de conocimiento para analizarlas y comprenderlas, dificulta la apropiación del patrimonio cultural, ya que no cuentan con las herramientas que les permitan adueñarse del mismo.

Una de las grandes problemáticas en el aspecto cultural en México es que la industria del teatro está en declive. En la Encuesta Nacional de Hábitos, Prácticas y Consumo Culturales realizada en el 2010, menciona que el 67 por ciento de la población nunca ha asistido a una presentación de teatro, prefieren el cine.

---

<sup>61</sup> Ibid. pág. 17.

¿Cómo puede una persona determinar si le gusta o le interesa el teatro si nunca ha asistido al mismo?

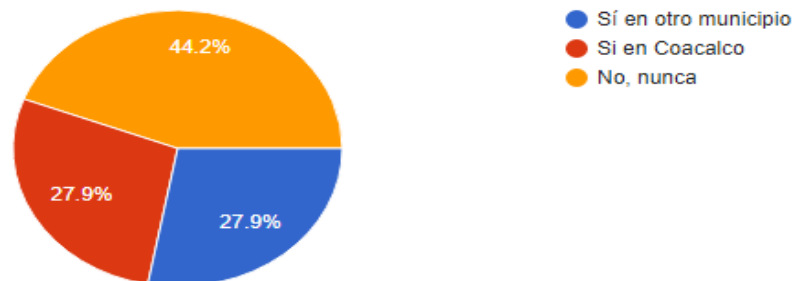
Para el economista Ernesto Piedras, “los datos de la encuesta nacional no hacen más que reflejar que el común denominador en el país en materia cultural es la carencia, pero eso no es lo que más nos preocupa, sino la equidad, pues hay lugares donde prácticamente no se tiene ningún contacto con la cultura”.<sup>62</sup>

Por otro lado, estadísticas del INEGI mencionan en la Encuesta Nacional de Consumo Cultural, realizada en 2012 - 2014 (última de la que se tiene registro), que 62 de cada 100 personas asistieron a sitios y eventos culturales que incluye cine, teatro, museos y bibliotecas. Considerando que ese número incluye distintos tipos de eventos culturales como pueden ser exhibiciones en museos, conciertos, premier de cine, queda cuestionarnos cuanto de ese porcentaje asistió a un teatro.

Transportando esta situación que vivimos a nivel nacional, en el municipio de Coacalco 44.2 % de la población nunca ha asistido a ver una obra de teatro en este municipio ni en municipios aledaños, por lo que, cuando han podido disfrutar de puestas en escena, ha sido en zonas más lejanas que contempla a la Ciudad de México.

### ¿Alguna vez has asistido a alguna obra de teatro en Coacalco o municipios cercanos?

86 respuestas



<sup>62</sup> Mateos, Vega Mónica, (16, diciembre, 2010), “CNCA: 48% de los mexicanos no muestran interés por la cultura”, en *La Jornada*, recuperado de: <http://www.jornada.unam.mx/2010/12/16/cultura/a03n1cul>

Otra problemática es que el cine llegó a acaparar al público del teatro, esta falta de público conlleva a que los costos del teatro se eleven, aunado a que el cine es reproducible con mayor facilidad. Al ser un material grabado tiene mayor facilidad de reproducción y masificación del contenido a diferencia del teatro.

Si las generaciones de jóvenes no incluyen la opción de asistir al teatro en sus planes, se tendrá un declive enorme en los años venideros.

Si lo económico determina la asistencia al teatro, entonces hay que comunicar y fomentar al público que las puestas en escena no necesariamente son caras.

Además, si se comparan las producciones de OCESA (compañía líder en el mercado del entretenimiento) con el teatro independiente, universitario y amateur, se puede demostrar que las puestas en escena son un abanico de opciones para que el público opte por ir a funciones teatrales de distinta índole.

Los medios audiovisuales han reestructurado las formas de entretenimiento y de cultura mundial: hay masificación del arte y de la producción en serie y se muestran contenidos efímeros. Frente a lo anterior los clásicos del teatro son vistos como algo “pasado de moda” o “aburrido”.

El fomento del gusto por el teatro es entretenimiento y exposición de contenidos culturales clásicos desde que comunica mensajes a través de este modelo discursivo; y es generador de cambio social.

Hasta este punto hemos podido detectar diferentes factores que contribuyen a que el número de personas que asisten a las obras de teatro de Benkay Arte sea bajo:

- Cultura de masas
- Monopolios
- Falta de apoyo del gobierno
- Rechazo de la gente hacia el teatro



- Comunicación deficiente por parte de Benkay

### **3.5 Análisis de caso Benkay Arte**

Los artistas como Franklin Mayotte Jiménez Juárez, director general de Benkay Arte, Jonathan Chamú, integrante de Benkay, Miguel Ángel González, Ricardo Pérez, Vanessa Medina, y los integrantes en general de Benkay arte, así como artistas de otras compañías, demuestran a las autoridades que todavía hacen falta actividades y acciones para mejorar la difusión de esta disciplina y hacen saber que hay nuevas ideas de arte y cultura.

El hecho de no ser una compañía de teatro limita a los integrantes para contar con los recursos técnicos suficientes y presentar una puesta en escena con los requerimientos escenográficos que necesitan. Lo anterior los pone en desventaja con compañías de teatro.

El lado económico “afecta para invertir en escenografía o vestuario. De repente se desaniman los integrantes porque es gastar mucho dinero, que con una cooperación no se alcanza a cubrir, porque se debe pagar a los maestros de canto de jazz, la renta del lugar, escenografía y vestuario. Definitivamente si se gasta”, aseguró el director general de Benkay arte.

Lo mencionado se conjunta a la carencia de apoyo por parte del municipio de Coacalco y de los pocos lugares con los que se cuentan para presentar el trabajo. Franklin Jiménez, narra que como grupo de teatro no han recibido ningún tipo de apoyo, “la mayoría de los integrantes son de Coacalco.

“Y desde hace más de seis años es nuestra zona de ensayos, cuando nació Benkay, no teníamos espacios para ensayar. Tocamos puerta en Casa de Cultura de Coacalco, en el que hay salones vacíos y nos pusieron trabas; se adueñan de esos espacios y no los quieren compartir”.

Oswaldo Cruz mencionó en la entrevista que para apoyar al grupo de teatro ellos deben conocer las características de los grupos y ver en qué sentido podrán ser apoyados: “no es apoyar por apoyar”.

En cambio, en el Centro Cultural Ecatepec, los grupos de teatro que se acercan a solicitar un espacio son apoyados con recursos técnicos que necesiten para su presentación: luces, audio, micrófonos, encargado de luces y sonido.

Anteriormente el Centro Cultural pertenecía al Instituto Mexiquense de Cultura. Actualmente es parte de la Secretaria de Cultura y no cuenta con los recursos para pagarles a los artistas. Pero, se les hace entrega de reconocimientos, se brinda difusión en escuelas como el Tecnológico de Ecatepec, la Universidad Estatal del Valle de Ecatepec.

El director del grupo de teatro señaló que anteriormente el auditorio Mariano Escobedo, ubicado en el municipio de Tultitlán, los apoyó al brindarles instalaciones del mismo: “Fue el primer teatro que pisó Benkay”, y actualmente en el Centro Cultural Ecatepec “ahí nos han apoyado mucho bajo sus posibilidades, siempre nos han recibido muy bien y nos han agendado muchas funciones”.

Hay municipios que han crecido a nivel cultural, desde sus instalaciones o mejora de espacios. Un ejemplo es Ecatepec, ya que en las Américas recientemente se levantó un Centro Cultural y Deportivo. Dos años atrás era un terreno vacío y hoy es un lugar adecuado para eventos culturales. También cuentan con el Centro Cultural y Recreativo.

En Coacalco tardaron más de seis años arreglando la concha acústica ya que se encuentra en condiciones desfavorables para la presentación de eventos artísticos y culturales. En Coacalco ni el sector público, ni el privado se encargan de ello: no hay labor de realizar un espacio que permita la difusión y la mejoría del teatro.

De haber interés por los dueños de las plazas comerciales para la construcción de un teatro tendría un buen resultado debido a que es un mercado sin explotar en el municipio.

Sin embargo, afectaría a las compañías y grupos de teatro pues las grandes empresas tendrían que trabajar con ética para facilitarles el uso de las instalaciones, sin trabas. De lo contrario afectará la esencia del arte con la mercantilización. Y, ante este panorama, los grupos y pequeñas compañías difícilmente podrían contar con el poder adquisitivo para invertir en ello.

En un panorama optimista, si el sector privado invierte en la construcción de este centro y lo administra con ética podría apoyar no solo a que los artistas tengan un mejor lugar de presentaciones y los habitantes de Coacalco estarían más familiarizados con la cultura del teatro. El efecto sería el interés de escuelas y grupos de teatro de los alrededores. Y Benkay tendría más alumnos y el arte se democratiza.

El teatro cumple con la función de fuga social, de modo de expresión y forma de entretenimiento. Y como vehículo comunicativo es una herramienta de comunicación, principalmente cuando el actor logra adentrarse en el personaje y conectar con el público, creando una realidad.

Por su parte, los actores necesitan interiorizar y comprender la importancia de la abstracción, adentramiento y comunicación intrapersonal a la que deben someterse para entregar al público productos de calidad.

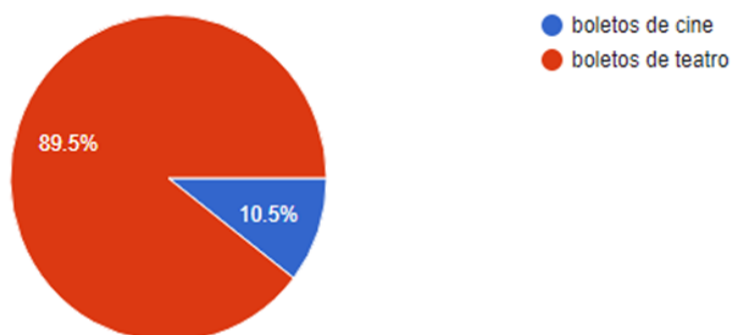
Las compañías de teatro independientes, escuelas, grupos y talleres de teatro como Benkay arte deberán prestar mayor atención a las necesidades de su segmento y al proceso de planeación de mensajes para lograr transmitir contenido de calidad y no en cantidad, haciendo uso de la comunicación publicitaria podrán lograr que su público cambie actitudes y percepciones con el fin de obtener un resultado favorable (teatros llenos).

“Es complicado porque evidentemente la gente ya no tiene tanto ese gusto por el teatro. Pero sí creo que es algo que funciona porque si no, no hubiera tantas producciones. La cartelera en México es extensa. Benkay ha estado en esa crisis porque la gente, además de que no asiste al teatro, ya no quiere hacer teatro. El

teatro está en una crisis: nunca hay tiempo para ir al teatro. Me he topado con gente que la invito y no va; pero, cuando llegan a ir, les gusta, cumplimos con nuestro objetivo los hacemos olvidarse un ratito de sus problemas”<sup>63</sup>

## Si te regalaran boletos para ir al cine o para ir al teatro ¿qué opción elegirías?

86 respuestas



Con estos datos se afirma que no hay apatía por parte de la población de asistir a esos eventos. Si a las puestas en escena de Benkay arte no asisten mucho se puede deber a la lejanía con la que cuentan los lugares en los que se presentan.

Pues el 89.5 % elegiría ir al teatro. Ir al teatro desplaza el asistir al cine. Así, en la sociedad no ha muerto ese interés por el teatro.

“Hay muchos chavos que les llama la atención todo esto, creo que el teatro no va a desaparecer, se va a modificar. Dudo que desaparezca porque siempre habrá vestigios, así como los arqueólogos encuentran manifestaciones culturales, pues igual del arte, forma parte de nuestra historia”, afirma la socióloga Erika Mendoza.

---

<sup>63</sup> Entrevista original, realizada por la autora de la investigación a Jonathan Chamú, integrante Benkay arte. Coacalco de Berriozábal, Villa de las Flores Mayo 2016

## CONCLUSIONES

La comunicación es un fenómeno social que ejerce el hombre para poder transmitir información en la búsqueda de interacción con el otro. Es un acto social que implica la transmisión de mensajes y retroalimentación.

La risa, el llanto y el aplauso conforman dentro del teatro lo que en el proceso de comunicación se conoce como retroalimentación o *feedback* que es la respuesta del receptor.

Cuando el público reacciona ante un estímulo emitido por el actor tenemos un acto comunicativo, estos tres tipos de respuesta permiten que el actor sepa que el espectador está reaccionando a los mensajes transmitidos.

En una obra con corte de comedia el objetivo es divertir al público, lograr que se ría. La comedia busca poner en el escenario situaciones embarazosas ante las cuales el público llega a verse identificado, la risa en la comedia da al actor el mensaje de que el espectador ha vivido una situación similar, obteniendo así una respuesta favorable y de aprobación.

Sin embargo, la risa no sólo es una respuesta positiva, pues una risa en una escena trágica comunica al actor que no está logrando conectar con su audiencia, y que el mensaje no es creíble, por lo tanto, es una respuesta desfavorable.

Hay puestas en escena en las que el público pasa por varias reacciones, del llanto los llevan a la risa o viceversa; el llanto se encuentra en un nivel más profundo que implica no solo sentirse identificado con una situación, también conlleva a un proceso de reflexión y diálogo interno, a lo que se conoce como comunicación

intrapersonal, que a su vez, está formando parte de un proceso de comunicación interpersonal emitiendo una respuesta al actor.

Por último, el aplauso, el cual podemos describir como una respuesta aprobatoria hacia el mensaje de la obra de teatro y al trabajo escénico, el nivel de intensidad del aplauso, combinado con otros estímulos como efusividad, sonrisas y demás expresiones que conforman la comunicación no verbal, retroalimentan al actor para saber el grado de aceptación que se obtuvo ya sea con una escena, con un diálogo o con la obra en general.

Explicado lo anterior, el teatro como proceso de comunicación cumple con dicha función, sin embargo, en la actualidad, el teatro ha tenido una baja concurrencia, provocando que la sociedad no lo considere una forma de comunicación y de transmisión de mensajes e ideas, como se hacía en el pasado, pues vivimos en una sociedad en la que la comunicación ha evolucionado.

Con el internet y el uso de más de tres pantallas distintas en un día (celular, computadora, tablet, televisor) se han generado nuevas formas de comunicación en las cuales no está involucrada la comunicación cara a cara.

Noticias, ideologías, modos de pensar, entre otras, son transmitidas a través de pantallas; el cine es un ejemplo de ello, por lo que nos resulta difícil creer que una obra de teatro pueda transmitir ideas o mensajes informativos, pues a su vez, el teatro ha evolucionado y se ha mercantilizado. Algunas empresas han hecho de la obra de teatro un espectáculo y escaparate que, más que informar, entretiene.

Debido a lo anterior, hay espectadores que buscan entretenimiento en el teatro, hay productores y directores que modifican guiones que sólo divierten, lo que ha provocado que la comunicación en esta nueva forma de hacer teatro envíe otro tipo de mensajes a la audiencia. No estamos en contra de ello, sin embargo, sabemos el poder de persuasión del teatro y que puede ser exprimida para generar cambios en las personas, por lo que además de divertir y entretener puede ser utilizado con fines informativos y educativos.

Como hemos estudiado, la persuasión se da cuando logras cambiar de parecer a una persona sobre una opinión, o cuando el persuasor logra que el persuadido adopte una posición determinada sobre una circunstancia, por lo que tiene relación con convencer.

Benkay Arte como agrupación teatral persuade a su público en dos niveles, el primero de ellos es cuando el grupo a través de mensajes o invitación personal (cara a cara) difunde información sobre una obra de teatro. Logrando asistencia del público y la venta de boletos, se comprueba que en ese proceso comunicacional hay persuasión.

El segundo nivel sucede si el público se convence sobre la interpretación de los actores y cuando el mensaje de la obra de teatro logra ser decodificado por el público: quienes lo convierten en una enseñanza para sus vidas o los lleva a la reflexión. De esta manera la agrupación teatral está persuadiendo a sus espectadores sobre situaciones que pueden sucederles, convenciéndolos de que una escena puede convertirse en un acontecimiento que a cualquiera le puede pasar.

Conociendo lo anterior, es importante la persuasión en cada uno de los niveles, pues no se puede dar uno sin el otro. Para lograr la persuasión en el primer nivel, la agrupación debe hacer uso de principios de publicidad basados en estrategias. Lo que permitirá esclarecer los esfuerzos de comunicación que se deben emplear para persuadir a una comunidad o un grupo a asistir al teatro, convenciéndolos de que el teatro no es aburrido; es otra opción de entretenimiento, no es caro o que vale la pena para asistir en una tarde de fin de semana.

Este primer nivel ha resultado difícil para Benkay Arte, ya que la mayoría de las veces dentro del público se encuentran amigos y familiares de los integrantes del grupo y pocas son las personas persuadidas a través de los mensajes publicitarios.

Sin embargo, recordemos que no existe la aplicación formal de una estrategia publicitaria y a pesar de ello, los mensajes de Benkay están logrando persuadir a

personas que no tienen lazos familiares con los integrantes, a asistir a sus obras de teatro. La propuesta es que empleando una estrategia de publicidad de manera formal se puedan alcanzar mejores resultados aumentando de manera considerable el número de asistentes.

El segundo nivel de persuasión está más enfocado a la comunicación intrapersonal: la que tiene el actor consigo mismo para encarnar a un personaje y convencer al espectador quién es; y el trabajo en equipo del grupo de teatro para que en conjunto comuniquen el mensaje que el director y el guionista desean.

Benkey Arte como grupo de teatro tiene más experiencia en persuadir a su público en este segundo nivel, ya que el uso de sus conocimientos artísticos y preparación que en cada ensayo tienen, logra ofrecer un mensaje en escena que cautiva al público, a través de las actuaciones, canciones y coreografías, así como la caracterización y creación de personaje que los integrantes han desarrollado, pues en los últimos años han ido perfeccionando estos elementos.

El teatro poco a poco fue evolucionando, convirtiéndose en un importante medio de persuasión y propaganda; anteriormente era uno de los principales medios de comunicación de las sociedades antiguas, en fechas recientes gran parte de ello se ha perdido, sin embargo, es posible lograr persuadir y cautivar nuevamente a las audiencias, y saber si el teatro está generando nuevamente impacto social, dicho impacto social se puede conocer gracias a la persuasión.

En esta investigación, detectamos dos niveles de persuasión por los que atraviesa el teatro, cada nivel lleva un proceso diferente, por ejemplo:

En el primer nivel que hemos descrito, fue fácil medir que hubo persuasión pues se refleja en el número de boletos vendidos, o en otro caso, cuando las funciones son gratis, en el número de asistentes.

Resultó difícil medir la persuasión para el segundo nivel porque es más complejo, pues existen diferentes procesos para comprobarlo, los cuales tienen que ver con la inmediatez. La primera parte del proceso se da cuando el público durante una



escena está entretenido, puede mantenerse cantando, riendo, aplaudiendo o llorando; sí esto sucede, el actor recibe una respuesta inmediata ante los mensajes y estímulos que está transmitiendo, entonces el actor ha logrado persuadir porque hizo cambiar una actitud, lo cual no es sencillo, pero el actor está más familiarizado a hacerlo, sin embargo puede quedar únicamente aquí.

Pero si el conjunto de mensajes transmitidos en cada escena de la obra genera algo más en el espectador, ellos se acercan a los actores o al director, felicitando su trabajo. La persuasión ha sido más fuerte pues ha logrado que el espectador sienta la necesidad de ir de manera personal a dar una respuesta sobre el mensaje de la obra de teatro, hay ocasiones en las que lo hacen a través de mensajes en redes sociales por lo que comprobar la persuasión a través de esta respuesta es de manera medianamente inmediata.

Y la última parte del proceso, y quizás la más compleja, se da de manera lenta pues no podemos comprobar al instante si persuadimos con el mensaje de una obra de teatro a un grupo social. Pero con el paso del tiempo si cada uno de los asistentes de determinada obra se llevan un mensaje el cual quieren aplicar en su vida, se logra convencerlos a hacer un pequeño cambio en su rutina y si todos los asistentes a esta obra lo hacen podremos ver en un lapso de tiempo quizás tres meses, un año o más.

Una persona puede pasar por las tres partes del proceso o quedarse únicamente en la primera parte o la segunda parte, el ideal que pretende Benkay arte y el teatro en general es llegar a las tres partes del proceso para poder comprobar qué tan lejos llegó la persuasión, tal es el caso del Centro Cultural Ecatepec pues el teatro ha logrado influir para bien en su comunidad.

Con el teatro se pretende influir en la sociedad para lograr una mejora, ayudando a combatir problemáticas sociales, informando y persuadiendo; y así a través de la difusión y consumo de este arte, sea el teatro uno de los factores que induzcan a tener una sociedad más informada, con mayor crítica y conciencia, pues es un medio de comunicación vivo; y el teatro musical llega a ser una forma más digerible y

atractiva de llevar ese mensaje a las comunidades, comparado con otros géneros teatrales.

No existe una solución definitiva hacia la reducción de índices de violencia o ignorancia en nuestro país, pero sí hay diferentes caminos que puedan disminuir esos índices y uno de ellos es a través del teatro, pues el estar acostumbrados a comunicarse a través de pantallas hace que las personas vivamos en una falsedad y que un grupo de personas en el escenario te digan a los ojos “vive en amor o teme por vivir” “ve en contra de la gravedad” motiva a los espectadores a ser o hacer algo diferente en sus vidas.

El teatro es parte de un rito, ya que lo conforman diferentes elementos como la reunión de un grupo de espectadores, que asumen estar observando una situación alterna, con personas caracterizadas que representan personajes y que tienen como finalidad comunicar, el rito en la antigüedad era una ceremonia ofrecida a los Dioses en la que los participantes se caracterizaban de animales y otros seres para poder hacer peticiones a sus supremos.

Actualmente, esa comunicación no va dirigida hacia los dioses, sino al mismo público, sin embargo, se sigue guardando el mismo respeto en el recinto y los espectadores asumen su papel creyendo por un momento que esa historia, (que pese a que sabemos que no es real) es una realidad en tal momento.

Luego entonces, el proceso por el cual se lleva a cabo una función de Teatro es parte de un ritual del que forma parte el espectador, pues anunciando la tercera llamada, el público guarda silencio y respeto hacia aquella nueva atmósfera que se empieza a crear. Incluso quien no es espectador en dicho momento es parte de este proceso comunicativo, en el momento en el que de manera indirecta están comunicando al director, a los actores y al resto del público, su indiferencia hacia presenciar la puesta en escena, pues al igual que la comunicación verbal, donde los silencios comunican, las butacas vacías también comunican.

La labor principal de quiénes se encuentran presentes en el rito es lograr persuadir al no espectador y generar inquietud por conocer lo que se hace en ese lugar, recordemos que el proceso de comunicación en el teatro se da en tres momentos diferentes:

- La compañía teatral hacia un mercado a través de la comunicación publicitaria
- Entre el actor y su personaje manteniendo un diálogo interno.
- Entre el actor y el espectador durante la obra de teatro

Enfocando al grupo de teatro Benkay Arte en el tercer momento de la comunicación, podemos decir que comunica a sus espectadores mensajes a través de sus obras de teatro.

Pero encontramos que se enfrentan a situaciones adversas que en ocasiones afecta uno de los tres momentos de comunicación y no permite que sus mensajes logren ser difundidos.

En el primer momento, detectamos poca entropía en sus mensajes, lo que causa en ocasiones una baja respuesta del público y una comunicación deficiente entre la compañía y el público.

En el tercer momento, se observa que la falta de teatros o equipo de sonido poco adecuados provoca ruido, entorpeciendo el proceso de comunicación entre el actor y el espectador, pues si se realiza una obra de teatro al aire libre y el clima presenta lluvias o calor intenso no permite que el público disfrute de la misma manera la obra de teatro.

Nos enfrentamos a otro problema de comunicación, si la obra de teatro va a ser presentada en Ecatepec, entonces debería publicitarse y hacerse la invitación en esta zona para que las personas de ese municipio asistan, por lo que la comunicación publicitaria está mal enfocada, y pese a que en ocasiones los teatros tienen su cartelera, no basta con este estímulo para persuadir a un número considerable de personas a la asistencia a una puesta en escena.

Una de las limitantes como Taller de teatro es que no se cuenta con personal de comunicación externa y de relaciones públicas del grupo, que logre invitar en escuelas y vecinos de la zona a cada presentación. Es un gasto monetario que el grupo no puede cubrir.

Las acciones son por medio de redes sociales dónde no únicamente se invite a amigos del perfil de esa página, sino que se enfoca la comunicación a los segmentos o nichos adecuados, por ejemplo los grupos que ya están divididos por zonas geográficas, dónde quizás se logre atraer a más personas, pues El Taller de Teatro Benkay Arte deberá considerar que los habitantes en Coacalco sí están interesados en el arte, pero se enfrentan a obstáculos como el traslado a sus zonas de presentación, sin olvidar que debe realizarse un plan de publicidad previo para que los esfuerzos de comunicación puedan verse reflejados de manera favorable en la asistencia a sus eventos.

En Benkay Arte, con estrategias de comunicación publicitaria se ha demostrado favorable el objetivo de romper con el mito de que el teatro es caro y que solamente grandes productoras como OCESA y GOU Producciones cuentan con teatro de calidad.

Igualmente se comprobó con la investigación que el interés del sector privado en invertir en la cultura y el arte ha provocado que el Estado se deslinde de esa labor, delegando al sector privado dicha tarea.

Así sucedió con el caso de Coacalco de Berriozábal, dónde, pese a que considerábamos que era un municipio poco interesado en este arte, descubrimos lo contrario: Los habitantes del municipio están interesados en ver y hacer teatro sin embargo el no contar con los recursos económicos y materiales para hacerlo y verlo, resulta poco familiar para ellos, quebrantando la posibilidad de ser un municipio que pueda acceder fácilmente a este arte.

De la misma forma, demostramos que si no existen espacios físicos adecuados para que los habitantes de Coacalco puedan asistir en su municipio a disfrutar de una

obra de teatro, sí están interesados en disfrutar de obras de teatro, por lo que sería necesario que como comunidad se tomen acciones para poner en marcha la construcción de un espacio que pueda brindar las condiciones que se necesitan para los eventos culturales.

La poca familiaridad que Coacalco tiene con estos eventos provoca una baja apropiación de su patrimonio cultural por lo que no tienen un acceso fácil a estos eventos.

El teatro callejero, en iglesias o escuelas, ha tenido éxito en algunas obras de teatro como *Vaselina*, o *Godspell*, sin embargo, no todas las obras pueden adaptarse con facilidad a este tipo de escenarios, tal es el caso de *Hoy No Me Puedo Levantar*, *Burlesque* o *Qué Plantón*, que requieren de un foro o un teatro.

Por otro, con la teoría de Maslow, quien menciona que las necesidades básicas como el alimento el agua y el calzado se encuentran en la base de la pirámide de lo que se debe satisfacer, en un país como México, se busca cubrir primeramente éstas.

Sin embargo, con esta investigación afirmamos que el teatro y el arte en general pudiera formar parte de las necesidades básicas de educación escolar, pues únicamente el sector privado es el más preocupado por realizarlo.

En esta indagación, una de las aportaciones es que el Estado no invierte en el arte recursos: recintos adecuados, ni planea asignaturas en los planes y programas de estudio impartidas por maestros calificados. En la educación privada, los alumnos tienen actividades artísticas semanales e incluso diario para potencializar la habilidad de los estudiantes, la educación pública podría contar con un plan similar para lograr que el arte sea para todos y no únicamente se de en las élites.

La sociedad en general y los habitantes de Coacalco deberán abrir su panorama en materia de entretenimiento, donde aprendan a percibir el arte y no el espectáculo; y que los sentimientos y los mensajes sean más significativos que el juego de luces e

iluminación; y donde se consolide la organización para construir un teatro sin necesidad de esperar a que su gobierno lo haga.

## BIBLIOGRAFÍA

- Baty Gastón, Chavance René. *El arte teatral*. Ed. FCE, México-Buenos Aires.
- Berlo. David K. *El proceso de la comunicación*. Ed. El ateneo, Buenos Aires, 2000.
- Cruz Santacruz, Luis. *El comportamiento no verbal humano: una aproximación a la kinesis y la proxémica*, CONEIC, México, 1999.
- Davis Flora. *La comunicación no verbal, saludos de un primate muy antiguo*, Alianza, Madrid, 1998.
- Delhumeau, Antonio. *La razón apasionada*. Universidad Nacional Autónoma de México, México, 2011.
- Eco, Umberto. *Tratado de semiótica general*. Ed. Lumen, Milán, 2000.
- Foucault, Michel. *Las palabras y las cosas*. Siglo XXI editores, Argentina, 2010.
- García Canclini, Nestor. *El Patrimonio Cultural de México*. (E. Florescano, Comp. *el patrimonio cultural de México*). Departamento de Antropología de la UAM-Iztapalapa, F. C. E., México, 1993.
- García Madrigal, Florencio. *Fundamentos de comunicación humana*. Mira editores, Zaragoza, 1994.
- Gilli, Gustavo. *Sociología de la comunicación de masas. Tomo II. Estructura y función de la comunicación en la sociedad*, Moragas Spá, Miquel, Barcelona, 1985.
- González Alonso, Carlos. "*Principios básicos de comunicación*". 2da edición, Trillas, 1997.
- Gordon Craig, Edward. *El arte del teatro*. Ed. Escenología, 1987.
- James, Judi. *El lenguaje corporal, el poder del habla*. Ed. Paídos, Barcelona, 2003.
- Mc Quail, Dennis. *Introducción a la teoría de comunicación de masas*. Paídos, México, 1992.
- Prieto Stambaugh Antonio. *El teatro como vehículo de comunicación*. Ed. Trillas, México, 1992.
- R, ELLIS, y McCLINTOCK, A. *Teoría y práctica de la comunicación humana, modelos de comunicación*. Paídos, Barcelona, 1993.
- Ramos Smith, Mayra. *Teatro musical y danza en el México de la Belle Epoque*. Ed. Escenología, 1995.
- Reed, H Blake. *Una taxonomía de conceptos de la comunicación*. Ediciones Nuevo Mar, México, 1997.

Rodríguez, Abelardo. *Logo ¿qué?* Siglo XXI editores, primera edición, 2005.

Sánchez Guzmán, José Ramón. *Introducción a la teoría de la publicidad*. Ed. Tecnos, Madrid 1985.

Vázquez Ramírez, Juseth. *Entre la ritualidad teatral y la teatralidad ritual*. Universidad del Valle Facultad de Humanidades. Santiago de Cali, 2011.

### FUENTES CIBERGRÁFICAS

<http://www.caia.org.ar/docs/Zayas%20de%20Lima.pdf> (consulta: 10 de febrero del 2018)

<http://www.eluniversal.com.mx/articulo/cultura/2016/11/11/reducen-presupuesto-en-cultura-para-2017> (consulta 11 de noviembre del 2016)

[https://portal.uah.es/portal/page/portal/universidad\\_mayores/descarga\\_material\\_docente/material\\_monograficos/documentos/Tema1\\_rito\\_comunidad\\_concepto\\_teatro.pdf](https://portal.uah.es/portal/page/portal/universidad_mayores/descarga_material_docente/material_monograficos/documentos/Tema1_rito_comunidad_concepto_teatro.pdf) (consulta: 13 de febrero del 2018)

<http://coacalco.gob.mx/portal/#> (consulta: 16 de abril del 2015)

<http://ecaths1.s3.amazonaws.com/artuarteatro/166820208.CAP%C3%8DTULO%20III%20El%20Teatro%20en%20%20%20Roma.docx> (consulta: agosto del 2016)

<http://www.animalpolitico.com/2017/08/inseguridad-delegaciones-cdmx/> (consulta: 15 de agosto del 2017)

<http://www.chilango.com/cultura/top-las-delegaciones-con-mas-museos/> (consulta: 27 de septiembre del 2016)

<http://www.t13.cl/noticia/tendencias/espectaculos/los-numeros-muestran-imparable-fenomeno-capitan-america-civil-war-mundo> (consulta: 16 de mayo del 2016)

<http://www.elfinanciero.com.mx/> (consulta: 16 de mayo del 2016)

<https://www.youtube.com/watch?v=FOzV4OHs1Lo> (consulta: 5 de enero del 2017)

<http://www.jornada.unam.mx/2010/12/16/cultura/a03n1cul> (consulta: 16 de mayo del 2016)

### FOTOGRAFÍA

Medina, Andrés, AM PHOTOGRAPHY



## *ENTREVISTAS*

Erika Mendoza Socióloga encargada de la dependencia RIA (Marzo 2016)

Franklin Mayotte Jiménez Juárez Coordinador Benkay Arte. (Febrero 2016)

Jonathan Chamú integrante de Benkay Arte. (Mayo 2016)

José Juan Duran encargado del centro cultural Ecatepec. (Mayo 2016)

Miguel Ángel González Integrante de Benkay Arte. (Febrero 2016)

Oswaldo Cruz encargado de casa de cultura Calmecac, Coacalco Edo de Mex. (Marzo 2016)

Vanessa Medina integrante de Benkay (Febrero 2016)