



DESAFÍOS DE LA GESTIÓN CULTURAL: NICHOS DE PÚBLICOS Y AUDIENCIAS POTENCIALES

Bourdieu fue el primero en abordar la relación entre el consumo cultural y la estratificación social. Su teoría de la homologación estableció que aquellas personas pertenecientes a clases sociales altas tienden a consumir alta cultura, mientras aquellos grupos de clase social baja consumen cultura popular. La teoría del Omnívoro-Unívoro principalmente desarrollada por Richard Peterson, reconoce esta relación entre consumo y clase social, sin embargo, amplía el espectro de consumo de las clases sociales altas, postulando que este sector de la población no sólo consume cultura de élite como la ópera, sino que al mismo tiempo participa de actividades culturales consideradas de masas, como conciertos de música pop.

Si bien la distinción entre clases sociales y su relación con la cultura sigue siendo un aspecto relevante para conocer los públicos de las artes, lo cierto es que hoy nos enfrentamos a una composición de la sociedad distinta de aquella conformada por una estratificación determinante. Una tercera teoría, la Individualización, comprende el consumo cultural a partir del surgimiento de comunidades formadas de acuerdo a gustos similares más que como producto de la diferencia de clases. La sociedad actual valora la voluntad, la libre elección y los estilos de vida diferenciados de las personas, lo que ha provocado que las fronteras entre clases sociales respecto de la cultura, se difuminen.

Siguiendo esta última teoría, la cultura se vuelve un motor de identidad social, dando espacio a la aparición de nuevos grupos reunidos a partir de intereses, motivaciones y preferencias comunes. Una sociedad de nichos que rompe la tradicional distinción de clases sociales y que permite identificar a las personas de acuerdo a su búsqueda de realización personal más que a características socialmente estandarizadas.

En este contexto, el desafío actual de los gestores culturales respecto del trabajo con los públicos tiene que ver con identificar y conocer las diferentes comunidades que existen, así como aquellas que están surgiendo. Las generalidades ya no existen, sino más bien nos enfrentamos a una creciente atomización de los públicos. Ahora bien, es cierto que se trata de generar proyectos dirigidos a audiencias específicas, sin embargo, es necesario también generar puntos de fuga en las creaciones que permitan que otros grupos o nichos, inicialmente no considerados como público objetivo, se sientan convocados.

En junio pasado, tuve la oportunidad de ver en Londres la obra belga *The Hamilton Complex*, en la que trece niñas de trece años, durante una hora y cuarenta minutos, nos hicieron partícipes del precipicio que significa la transición entre la niñez y la adolescencia. Clasificarla no es posible: ¿es una obra para niños? ¿Para adolescentes? ¿O adultos? La dirección magistral de Lies Pauwels logra cautivar a todos por igual, permitiendo ver en la niñez, lo adulto; y en lo adulto, la niñez y la adolescencia. Si bien el impulso inicial es asumir que el público objetivo son precisamente “niñas de 13 años”, el desafío es identificar qué aristas presenta la creación que permitan tender un vínculo con públicos que se alejan del nicho específico.

CAROLINA COURBIS

Actriz de la Universidad Católica y Magíster en Gestión Cultural de la Universidad de Chile. Actualmente se encuentra realizando el programa de Master in Creative Producing en Central School of Speech and Drama en Londres.

Por lo tanto, hoy la gestión cultural tiene la tarea de reconocer la composición de la sociedad contemporánea a través de nichos; de identificar su audiencia específica; de conocer sus características y barreras de acceso y, a la vez, ser capaz de visionar aquellos públicos potenciales que bordean los límites de lo que conocemos como el público objetivo. Se trata, por tanto, de considerar de manera simultánea el desarrollo de audiencias junto con la creación de nuevos públicos para las artes, y buscar formas de nutrir de manera recíproca el vínculo entre grupos objetivos y potenciales.