

TESIS
3030

Universidad del Salvador

Facultad de Ciencias de la Educación y de la Comunicación Social

Licenciatura en Publicidad

Tesis monográfica
“El teatro como recurso publicitario”

Alumna: María Eugenia Gómez

Director de la carrera: Prof. Lic. Natalio Stecconi

Asesor metodológico: Prof. Lic. Cozza

Tutor de la tesis monográfica: Prof. Lic. Adrián Bechelli



Buenos Aires, 20 de septiembre de 2010

marugomez670@hotmail.com

Cel: (15) 4577 - 4614

“El teatro como recurso publicitario”

Breve resumen del contenido de la tesina

Este trabajo se propone investigar la relación que se establece entre la publicidad y el teatro en la ciudad de Buenos Aires.

Las marcas pueden encontrar en el teatro un recurso eficaz para el desarrollo de su estrategia de comunicación y de creatividad que les permitirá acercarse a su audiencia de una forma diferente, poco explotada hasta el momento.

El teatro ha llegado con la conquista en nuestra ciudad. De las primeras manifestaciones rudimentarias en patios de antiguas casonas, se fue transformando tal como lo conocemos hoy en día.

Al principio, no hubo cabida para autores nacionales y se carecía de elencos propios. Algunos de los géneros que se desarrollaron fueron el circo criollo, drama gauchesco, zarzuelismo español, sainete, grotesco criollo, entre otros.

La época de oro se produjo entre 1902 y 1920 con tres autores: Florencio Sánchez, Gregorio Laferrere y Roberto Payró.

En 1930, se produjo una crisis por la quiebra institucional en el país en la que el teatro nacional se volvió un enorme comercio de artículos adulterados y el teatro profesional se convirtió en teatro abiertamente comercial. La excepción fueron artistas que se agruparon en cooperativas y actuaron durante el verano. Fue el comienzo de una actividad fervorosa que vio su ciclo terminado cuatro décadas más tarde en 1970 con la instauración de un gobierno de facto.

A partir de allí, se destacaron autores como Cossa, Rozenmacher, Somigliana, Talesnik y Pavlosky con obras de estilo realista frente a una sociedad que se vio plagada de frustraciones. La represión había instalado el miedo, atentados en los teatros, persecuciones a artistas, etc. que impedían el desarrollo de la actividad. Fue en consecuencia, que surge “Teatro Abierto”, un movimiento iniciado por un grupo de autores en 1981 cuyo fin era demostrar la existencia y vitalidad del teatro argentino. El éxito del mismo hizo que se repita algunos años más hasta 1983 que se instauró la democracia.

Desde entonces, se destacaron nuevos autores, Griselda Gambaro, Carlos Gorostiza y Ricardo Monti, y empezaron a surgir nuevas tendencias que buscaban donde expresarse y dieron lugar a otras variables como la técnica del clown, la danza-teatro, la historieta y el videoclip.

Finalmente, el teatro como parte de la vida de nuestro pueblo, se desarrolla en tres diferentes circuitos: el oficial, el comercial y el alternativo, y posee, como medio de comunicación, características similares al cine: un receptor cautivo, poca saturación de marcas, la posibilidad de establecer una relación emocional y un público segmentado.

Los tres circuitos se diferencian en su forma de accionar y objetivos, y también en el modo en que se relacionan con las marcas.

El circuito oficial posee un público variado según el contenido de la obra, de una edad promedio de 30 a 50 años, culto, de nivel socioeconómico medio, etc. y se desarrolla en el Complejo Teatral San Martín y Teatro Colón dependientes del Gobierno de la ciudad y en el Teatro Cervantes dependiente del Gobierno Nacional. Tras la carencia de fondos, las marcas se vuelven importantes para solventar la actividad. Por lo general, los teatros presentan programas y fundaciones mediante los cuales incentivan y buscan el apoyo económico de las empresas que se acercan para apegarse a la cultura buscando emparentar su imagen con el compromiso social.

El circuito comercial con un público en su mayoría de mujeres, ABC1, entre los 30 y 50 años, se desarrolla principalmente en la tradicional calle Corrientes. La relación con las marcas es fundamental ya que todo se piensa en función de la venta. Se buscan hacer productos atractivos que despierten el interés de las empresas y que al participar, estas encuentren un modo de relacionarse con la cultura. Las categorías que más se involucran son bancos, telefónicas, shoppings, tarjetas de crédito, etc. que pueden a través de los servicios que brindan, darles a sus consumidores un beneficio particular como ser importantes descuentos para las obras.

Finalmente, el circuito alternativo, con un público más joven y aficionado a las artes, se desarrolla en las zonas del Abasto, Palermo y San Telmo. Su esencia de hacer teatro por amor al arte y su proveniencia entonces del ámbito vocacional, lo hace alejar de cualquier tipo de negocio y, en consecuencia, la relación con las marcas es casi nula.

Desde los teatros, existe desinterés por las empresas y para las empresas es un terreno desconocido.

Para participar en el teatro, entonces, las marcas deben elegir un circuito al cual apegarse analizando las distintas opciones que se encuentran en él y las características que posee cada uno. Luego, dentro del circuito deben elegir uno o varios teatros y dentro de los teatros a qué obra, es decir, a qué contenido se ligan. Esa elección depende, como se realiza con otro tipo de medio de comunicación, del mensaje a comunicar y público al que se destina.

No obstante, el teatro como medio de comunicación debería ir evolucionando con las marcas no sólo en los espacios que se encuentran del teatro para afuera sino también buscar esos espacios para adentro. Es decir, seguir buscando formas más originales de estar presentes en los programas de mano, en las antesalas, en los descuentos para entradas y promociones, etc. pero también buscar de qué modo comunicar el concepto de la marca en una obra de teatro y generar así contenidos en el arte.

Si bien la ficción ya ha sido utilizada como recurso por la publicidad, se ha hecho no en el ámbito del teatro sino más bien en el de la televisión, de la radio, o de internet ahora en el último tiempo. Y los contenidos, se han estado generando pero más en otro tipo de soportes como ser festivales de música, películas, libros, etc.

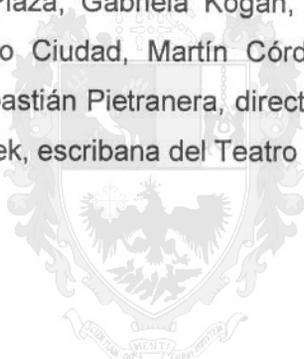
Ya que en la actualidad, las marcas no encuentran espacios para llegar a sus consumidores que no estén saturados, les cuesta diferenciarse y captar a su audiencia, pueden encontrar en el teatro un medio para hacerlo. Por sus características puede ser un canal propicio para alimentar un tipo de relación emocional que la lleve a ser elegida por sus consumidores, luego.

Tres palabras claves: publicidad, teatro, circuitos.

Agradecimientos

Les quería especialmente agradecer a todas aquellas personas que colaboraron en la concreción de este proyecto. Cada uno desde su lugar se dispuso a darme esa ayuda tan necesaria e importante para mí. Sencillamente, sin ellos no hubiera podido.

Gracias a mis papás, mis hermanos, a mis amigos/as, a todo el personal de la facultad, en especial a Natalio Stecconi, Adrián Bechelli y Silvana Cataldo, y a mis compañeros de trabajo de Mediaedge Cia. También, a los teatros y empresas relacionadas con el arte que me abrieron sus puertas para esta investigación. A Carolina Civale del Complejo Teatral San Martín, Francisco Buero de la Ciudad Cultural Konex, Ignacio Apolo, director de teatro, dramaturgo, Enrique Battliana, gerente de marketing de Time For Fun, Adine Pellegrini, Mariano Carrara, Marianela Pasquadisceglie, marketing del citi, Patricia Bareiro de Paseo La Plaza, Gabriela Kogan, escritora y editora, Alberto Burda, jefe de marketing del Banco Ciudad, Martín Córdoba, marketing del Centro Argentino de Teatro para ciegos, Sebastián Pietranera, director comercial de DG Medios, Lautaro Vilo, dramaturgo, Sabrina Duek, escribana del Teatro Cervantes, entre otros.



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

Índice

Introducción

1) Acto 1: El teatro en si mismo

1. Cap. 1 - Cómo surgió el teatro en la ciudad de Buenos Aires – **1 a 12**

2. Cap. 2 - Conceptos básicos del teatro – **13 a 18**

i. En cuanto a su esencia

ii. En cuanto a la comunicación

iii. En cuanto a su relación con el pueblo

3. Cap. 3 – Hábitos de compra y consumo – **19 a 25**

i. Qué se consume

ii. Quienes lo consumen

iii. Dónde se consume

iv. Cómo se consume

v. Entradas de los espectáculos

4. Cap. 4 – El teatro como medio de comunicación – **26 a 28**

5. Cap. 5 – Listado de teatros de la ciudad de Buenos Aires – **29 a 43**

2) Acto 2: Los tres tipos de circuitos y su relación con la publicidad

6. Cap. 6 – Los tres tipos de circuitos – **44 a 45**

7. Cap. 7 – Circuito Oficial – **46 a 48**

8. Cap. 8 – El Complejo Teatral San Martín – **49 a 59**

9. Cap. 9 – Teatro Cervantes y Teatro Colón – **60 a 67**

10. Cap. 10 – Circuito Comercial – **68 a 72**

- 11. Cap. 11 – La Categoría Bancos – **73 a 79**
 - 12. Cap. 12 – La Categoría Telefonía Móvil – **80 a 84**
 - 13. Cap. 13 – Circuito Alternativo – **85 a 88**
 - 14. Cap. 14 – Ciudad Cultural Konex – **89 a 91**
- 3) Acto 3: Conclusiones – **92 a 100**



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

Introducción

El principal motor de búsqueda de la tesis presentada a continuación es el de investigar el modo mediante el cual la publicidad se relaciona con el teatro en la ciudad de Buenos Aires. A pesar de que el análisis esté volcado a los últimos años, se podrá alcanzar una visión general de la unión entre ambos conceptos ya que en mi parecer el pasado es fundamental de cara a comprender profunda y no superficialmente, lo que sucede en estos tiempos más cercanos.

Aunque muchas veces pareciera que la existencia de un hecho se legitima mediante el lenguaje y en este caso, no son muchos los escritos encontrados al respecto, no podríamos decir que no hay relación entre la publicidad y el teatro. Sí podría decirse que quizás no sea una de las más cercanas o de las más fuertes, de las más antiguas o fieles. ¿Pero es que realmente no tienen nada que ver? ¿Acaso no se necesitan? ¿O es que aún esa relación no ha sido explotada en su potencial? Miles de preguntas pueden hacerse. Y sí. Sigo pensando y son realmente miles. Pero para qué empezar una rueda de preguntas si antes quizás ya tenemos algunas respuestas.

A continuación, se desarrolla el contenido que no pretende responder las miles y miles de preguntas, al menos hoy no planteo objetivos imposibles, pero sí intentar abordar varios puntos que puedan mostrar un poco ese camino: cómo las marcas pueden encontrar en el teatro un recurso eficaz para el desarrollo de su estrategia de comunicación y creatividad que les permitirá acercarse a su audiencia de una forma poco explotada hasta el momento.

Lo primero a saber es cómo surgió el teatro en Buenos Aires. De dónde viene ese arte que hoy tanto nos representa como sociedad. Así como en cualquier campaña, los antecedentes de la marca entre tantos otros datos no pueden obviarse si de construir una campaña justificada y bien naciente estamos hablando, aquí tampoco. Así, tomaré ese recorrido para abordar los conceptos que al teatro incumben en su esencia y luego, terminar viendo lo que sucede en cada uno de los tres circuitos que habitan en nuestra ciudad, el oficial, el comercial y el alternativo.

Acto 1: El Teatro en si mismo



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

Cap. 1: ¿Cómo surgió el teatro en la ciudad de Buenos Aires?

El teatro, en nuestro lugar, llegó con la conquista. Antes, había solo ciertas manifestaciones rudimentarias de danzas y ceremonias de rituales indígenas.

Primero, se desarrolla como herramienta de catequización y dominio temporal, y luego, para la diversión de los españoles. Los espectáculos eran infaltables en toda festividad religiosa y conmemoración cortesana. Ya en ese entonces, se puede ver la afición que los habitantes de la colonia sentían por el teatro gracias a algunas decisiones políticas que se tomaban. Por ejemplo, en 1723, un acta del ayuntamiento de la ciudad de Buenos Aires, autoriza para que sean abonados "los gastos de comedias" y en 1733, se registra la interpretación de Catamarca de una comedia y un sainete.

Los espacios elegidos para su desarrollo, eran los patios de antiguas casonas, tinglados y levantados al aire libre. Surgió la idea de un lugar propio para el desarrollo del teatro con el virrey Vértiz. Siendo una de las personalidades más relevante de las colonias y de ideas progresistas, sentía al teatro como una de las mejores escuelas de costumbre.

Frente a las dificultades de construir el teatro, se levantó un galpón (calles Perú y Alsina actuales) al que se llamó La Ranchería ya que en ese entonces, esa parte de la ciudad estaba compuesta de ranchos.

Durante su actividad se exhibieron obras como dramas, comedias y sainetes que pertenecían al teatro español. Luego, dejó de funcionar en 1792, cuando un cohete disparado de una iglesia cercana cayó sobre su techo de pajas y lo destruyó.

Hay dos obras que se pueden considerar los inicios de un teatro propio de raíces americanas al menos en su temática. Una de ellas es *Siripo*, tragedia del escritor y poeta nativo Manuel José de Lavardén, representante de la clase liberal progresista. Fue una de las acciones de conquista del Río de la Plata antes de la primera fundación de Buenos Aires por Pedro de Mendoza. La otra es *El amor de la estanciera*, que sin tener la certeza de si subió o no a La Ranchería, tiene el mérito de reflejar la diferencia de quienes aún siendo de España, iban sintiéndose cada vez más de América.

Luego del incendio de La Ranchería, Buenos Aires estuvo varios años sin disponer de un teatro estable y el arte escénico volvió a refugiarse en sus iniciales e improvisados patios.

En 1804, se autorizó la construcción de un Coliseo Provisional al cual se llamó Coliseo Chico. A partir de 1838 hasta 1872, llevó el nombre de Teatro Argentino.

Al ubicarse frente a la iglesia de Merced, tuvo serios conflictos con la iglesia. Sin embargo, no fue la iglesia quien logró cerrarlo sino la metralla disparada por los ingleses desde Plaza Mayor en 1810, después de producida la Revolución de Mayo.

Se reabrió a fines de 1810, con algunos espectáculos líricos y mientras se gestionaba la llegada de artistas del exterior.

En este teatro puede decirse que surgió la idea de disponer de un himno nacional. Fue en 1812, cuando Luis Ambrosio Morante, una de las figuras más interesantes y curiosas del arte escénico estrenó en el Coliseo el arreglo de La Marsellesa a falta de una canción patria que nos representara.

Además, El Coliseo estuvo muy ligado a la revolución. Desechó de la cartelera las obras del antiguo repertorio español y se dedicó a la animación del clima liberal imperante en una época de plena exaltación.

En 1817, se organizaron grandes fiestas tras la batalla de Chacabuco y fueron subiendo otras obras con notable suceso: *Tartufo* de Moliere, *El sí de niñas* de Moratín, entre otras. El éxito de las mismas, alentó a que Martín de Pueyrredón formara la Sociedad del Buen Gusto del Teatro, que sería representante de la patria a fin de manifestar una fuerte creencia en el teatro como educador.

También, en 1825, se cantó la primera ópera que se oyó en Buenos Aires: *Barbieri di Siviglia*, de Rossini, que impulsó al género lírico acogido con gran entusiasmo por el público.

En ese momento, tercera década del siglo XIX, en medio de los enfrentamientos entre el interior y Buenos Aires y la lucha por la libertad de América, se empiezan a reflejar en el teatro personajes que utilizan un lenguaje criollo típico e identificable y que se empapan de los temas políticos circundantes. Por ejemplo, *La revolución de Tupac*

Amaru y *Las Bodas de Chivico y Pancha*. No obstante, había obras ajenas a la realidad de ese entonces que tenían como fin alcanzar el gusto de las elites como las tragedias *Dido* y *Argia* escritas por Juan Cruz Varela.

Durante la época de Rosas, 1829 a 1852, si bien se construyeron teatros como el de la Victoria, El Buen Orden y De la Federación, no fue una época que aportó algo nuevo a la dramática nacional argentina. A pesar de ello, cabe destacar a Juan Bautista Alberdi que como uno de los autores más importantes de la época, lleva acabo el primer intento de un teatro de masas que tuvo América desde las representaciones de las fiestas indígenas, con obras en donde los personajes se refieren con frecuencia a la decidida participación del pueblo.

Luego de la derrota del ejército de Rosas en la batalla de Caseros en 1852, las autoridades quisieron colocar al país a tono con el desarrollo económico, político y cultural de las naciones más destacadas con la firma de la Constitución de 1853 y el traspaso de un país ganadero a uno agrícola. En relación al teatro, se construyeron nuevas salas para que actuaran los mejores artistas extranjeros, animando las obras más importantes de la dramática y de la lírica universal.

En los espectáculos teatrales de la época se advertía la diferencia entre lo culto y lo popular. Por un lado, estaba el gran teatro y por otro, los teatrillos y los circos. Sin embargo, en ninguno de ellos, había cabida para autores nacionales y se carecía de elencos propios.

El circo criollo era un espectáculo popular que fue desarrollado exitosamente por la compañía Rosso-Podesta compuesta por los hermanos José, Juan y Pablo Podestá. José pronto se convertiría en Pepino 88, popular personaje que con su guitarra, entonaba canciones sobre la actualidad.

Otra compañía era la de los Hermanos Carlo que se desarrollaba en el Politeama Argentino. A ellos se les ofreció una de las primeras interpretaciones criollas. Adaptaron la novela Juan Moreira a escena que fue muy bien recibida por el público y dio comienzo al llamado drama gauchesco.

Paralelamente, se desarrollaba el zarzuelismo español, que constaba de zarzuelas, revistas líricas y piezas del género chico de origen español. Estos populares

espectáculos tuvieron que adaptarse a nuestro hombre de campo y a la más variada gama del compadrito porteño.

Así, en los últimos años del siglo pasado, con el circo dramático gauchesco y los tablados donde se representaba el exitoso zarzuelismo criollo, con autores nacionales y un público entusiasta, se logró la afirmación definitiva de nuestro teatro.

Al principio, a nuestros autores, les era muy difícil llegar a escena y cuando ello ocurría no siempre lograban que sus textos fueran volcados con justeza requerida. Sin una compañía dramática argentina, no podía nunca llevarse a las tablas una obra verdaderamente nacional.

Hacia 1901, se formó la Gran Compañía Dramática con un plan ambicioso que consistía en animar exclusivamente obras americanas y especialmente, de autores nacionales. La dirigía Ezequiel Soria, escritor argentino. Si bien la empresa fracasó ya que su elenco no estaba capacitado para interpretar textos nacionales y lograr la necesaria atracción popular, representó un buen comienzo en esa materia.

Con el correr de los años, el primitivo grupo de los Podesta se fue ramificando, creando nuevos elencos que permitieron acercar aun más a los autores nacionales.

En esta época, sobresale la obra *Calandria*, comedia de costumbres campesinas de Martiniano Leguizamón ofrecida en el Teatro Victoria, y *Al Campo* de Nicolás Granada, una comedia costumbrista.

Luego, llegaría la llamada época de oro de nuestro teatro, entre 1902 y 1910, representada en su seno por tres autores de gran influencia: Florencio Sánchez, Gregorio Laferrere y Roberto J. Payró.

Florencio Sánchez nació en Montevideo en 1875. Fue no sólo el primer gran dramaturgo que tuvo el Río de la Plata sino, también, todo el continente americano. Se nutría con los jugos revolucionarios del anarquismo que imperaba por entonces y se expresaba mediante las fórmulas del realismo y del naturalismo, cuyo clima e influencias mayores habían llegado a través de Ibsen, Zola, Becque, Giacosa y Bracco. A pesar de ello, resulta original y auténtico pues partía de sus propias ideas con coherencia y claridad. Dentro de sus obras, podemos citar a *M'hijo el doctor*, *En familia*, *La Gringa* y *Barranca Abajo*, y sainetes como *Canillita*, *El desalojo* y *Moneda Falsa*.

Gregorio de Laferrere aparece, en algún sentido, como el reverso de Sánchez especialmente en lo que se refiere a su posición social y a su trato mundano. Nació en Buenos Aires el 8 de marzo de 1867 en un hogar que le permitió la formación de una cultura y un vivir desahogado de aristócratas. Era comediógrafo. Entre sus obras, podemos citar a *Jettatore*, *Locos de verano* y *Las de Barranco*.

Roberto Payró fue periodista como Florencio Sánchez aunque su formación cultural es mucho más profunda y cuidadosa. Desde muy joven, se sintió atraído por el periodismo, el teatro y la militancia política. Entre sus obras, podemos citar a *Canción trágica*, *Sobre las ruinas*, *Vivir quiero conmigo*, etc.

En esta época, también se hace presente el sainete. Arte escénico popular que se relaciona con la etapa migratoria dada entre 1871 y 1920, cuando cuatro millones y medio de extranjeros, de origen itálico y español en su mayoría, llegaron a nuestro país y con la evolución hacia el capitalismo, donde surgen las industrias, se acrecienta el comercio y la actividad económica se nivela a la de los pueblos europeos. Los inmigrantes poblaron los conventillos en barrios bajos, y sus vidas estaban al alcance de los saineteros.

El agotamiento del sainete llegaría a causa de la desenfadada comercialización que padeciera y habría de llevarlo a su destrucción. Por momentos, más que sainetes, es decir, breves comedias de costumbres, se trataba de vulgares disparates cómicos, en donde se practicaban bufonadas.

En definitiva, el sainete cumplió, a pesar de todas las reservas que pueden hacersele, uno de los ciclos más sobresalientes de la escena argentina cumpliendo su misión de reflejar el aluvión inmigratorio.

Desde 1910, año en que con la muerte de Florencio Sánchez se clausuraba, idealmente la llamada época de oro, hasta 1930, que fue cuando culminó la crisis que venía padeciendo la escena argentina, la trayectoria cumplida en las dos décadas, presentó altibajos.

Fue una época de experimentación. Sólo en la madurez de la etapa, podemos citar a tres autores destacados: Francisco Defilippis Novoa con su obra *He visto a Dios*, Samuel Eichelbaum con *La Quietud del pueblo* y Armando Discépolo.

Armando Discepolo fue toda su vida un hombre de teatro. Su primera etapa respondía al realismo imperante con piezas como *Entre el hierro*, *La fragua* y *El vértigo*. Luego, se abrió paso a un teatro distinto mucho más hondo y trascendente, fundando el grotesco criollo, variante tragicómica del sainete porteño. Entre sus piezas cabe destacar *Mustafá*, *Mateo*, *Stefano*, *Cremona*, etc.

En 1930 tras la quiebra institucional que se produce en el país, con el orden Uriburu (ley marcial, estado de sitio, prohibición de huelgas obreras e intervención militar en los sindicatos, deportación de dirigentes proletarios, prohibición de huelgas estudiantiles y exclusión de profesores y alumnos universitarios disconformes), el teatro nacional era un enorme comercio de artículos adulterados y el teatro profesional se había convertido en teatro abiertamente comercial, salvo algunas excepciones de artistas que se agrupaban en cooperativas y actuaban durante la época veraniega cuando las salas de Buenos Aires quedaban sin contratos y podían conseguir espacio.

Surge el Teatro de Pueblo que crea todo un movimiento dentro del arte y la cultura nacional, muy influyente en el desarrollo posterior. Fundado en 1930 por Leónidas Barletta, buscaba lograr la dignificación de la escena, poniendo el foco en las necesidades artístico-culturales del pueblo. Se quería un teatro popular pero no populachero. Se recurrió a los grandes autores del repertorio universal de las más variadas épocas y escuelas y se incitó a los escritores nacionales a que escribiesen para el teatro. Así, llegaron a la escena Eduardo Gonzales Lanuza, Alvaro Yunque, Roberto Arlt, entre otros. Fue el comienzo de una labor renovadora.

Además, empezaron a formarse otros núcleos como el Teatro Juan B Justo, Teatro La Mascara, etc. que darían comienzo al teatro independiente.

En 1949, *El Puente* de Carlos Gorostiza se constituyó como un verdadero acontecimiento para el teatro independiente por la merecida resonancia que obtuviera.

Otros autores fueron conformando nuevas etapas. Entre ellos, Juan Carlos Ferrari, Carlos Carlino, Atilio Betti, Osvaldo Dragun, Andrés Lizárraga, Agustín Cuzzani.

Sin embargo, a cierta altura, el movimiento empezó a decaer por distintos factores como la carencia de locales, luchas internas, profesionalización de sus elementos de

manera individual y no colectiva, etc., quedando prácticamente desintegrado. Sólo perdura el grupo pionero del Teatro del Pueblo y el Teatro Florencio Sánchez.

El movimiento de teatros independientes influyó, de manera decisiva en los repertorios de los elencos profesionales y contribuyó a jerarquizar y modernizar nuestra escena con el aporte de numerosos egresados del Conservatorio Nacional, del municipal y de las distintas escuelas privadas de teatro.

Paralelamente al desarrollo del teatro independiente, se desarrollaban los teatros municipales. Además de las obras clásicas y modernas del repertorio universal, fueron subiendo a escena las creaciones más representativas del repertorio nacional y se presentó a nuevos autores. Al empezar los cambios de dirección, casi siempre por presiones de política extra artística la travesía del teatro oficial padeció altibajos muy serios, sobre todo en lo que concierne al mantenimiento de un repertorio vivo, que era lo que se había proyectado y hacia donde debía tenderse.

Los autores nacionales, siguieron figurando en las carteleras de los distintos tipos de organización escénica practicados en los últimos años. Entre ellos, Germán Rozenmacher, Juan Carlo Gene, Juan Carlos Silvain, Abelardo Castillo, Eduardo Pavlovsky, Mario Trejo, Ricardo Halac quien se inicia con *Soledad para cuatro* e impone un reflejo de nuestro contorno mediante fuertes pinceladas realistas, Roberto Cossa quien respaldó tal actitud con *Nuestro fin de semana* y *La pata de la sota*, Griselda Gambaro que irrumpió con un teatro de gran sugestión, Julio Mauricio con su característica obra *La valija* y Ricardo Talesnik con *La fiaca* y *Cien veces no debo*.

Por otro lado, varios de los textos del teatro de formulación más reciente poseen una bien definida actitud política como *El avión negro*, *Ceremonia al pie del obelisco*, *Chau papá*, entre otras.

Ahora, si bien hace unas líneas, ya veníamos hablando de teatro independiente, es en esta época donde bien podríamos datar su surgimiento definitivo gracias al grupo de intelectuales y artistas plásticos "De Boedo". El grupo lo integraban poetas, narradores, etc. que los enfervorizaba el pregonar la revolución social que hacía pocos años había triunfado en el mundo.

También formado de intelectuales, estaba el grupo llamado "De Florida" que se desarrollaba con trasfondos políticos y representaba una cara distinta de los "De Boedo".

Era el comienzo de una actividad fervorosa, aunque no siempre equilibrada, que vería su ciclo terminado cuatro décadas más tarde, en 1970.

Superando prejuicios iniciales, no resultó fácil entender que sobre el escenario sólo debía trabajarse "por amor al arte" y ganarse el sustento con otro quehacer. Los integrantes de los conjuntos independientes empezaron a sentir la necesidad de vivir de su arte. Su independencia se refería al empresario, al que solo preocupaba el rendimiento de la taquilla.

A pesar de que la tarea, se hacía sumamente difícil, la lucha y la experiencia no han sido vanas ya que los conceptos primordiales del teatro independiente fueron penetrando en el medio y hallando un respaldo cada vez más amplio en nuestra escena.

Los años setenta iban a marcar un hito dentro de la historia argentina por el desarrollo de los acontecimientos políticos, hechos que afectaron el normal desarrollo de la vida y de las diferentes actividades políticas, sociales, económicas y culturales.

Los intelectuales y artistas vieron su rutina infectada por amenazas contra la vida y siniestras desapariciones físicas.

La década se presenta políticamente con un gobierno de facto. Presidia el general Juan Carlos Onganía, quien ocupaba el cargo desde 1966, fecha en que fue destituido el presidente constitucional Arturo Illia.

Desde lo teatral, el inicio de los años setenta, fue una continuación de la década anterior, pero con una variante. Lo que había distinguido a los sesenta, la labor desarrollada por los teatros independientes, se presentó en los años 70 más desarticulado y, desde el punto de vista temático, aparecieron obras que traslucían una fuerte crítica político-social.

A partir de aquí, la Argentina empezaría a contar una historia más dolorosa.

Cossa, Rozenmacher, Somigliana y Talesnik que ya sobresalían por algunos títulos, manejaron en sus obras un estilo realista, como actitud frente a una sociedad que se veía plagada de desencanto y frustraciones.

Se destacan las obras de Eduardo Pavlosky que reflejaba en ellas un exacerbado realismo. *La mueca* y *El Señor Galindez* representan una denuncia contra la tortura realizada en un tono de realismo ilusionista. Destaca las diferentes formas de violencia que afectan a la sociedad argentina, el empleo de la tortura y las relaciones que se establecen entre torturadores y torturados.

Tanto Pavlosky como Mathie, otro autor de crítica social, iban a sufrir amenazas y tuvieron que buscar el exilio para sobrevivir.

Solo al restaurarse la democracia en 1983, la ciudadanía conoció el alcance de esta represión programada que determinó la tortura, la muerte y la desaparición tanto de subversivos como de inocentes.

En la segunda mitad de los años 70, la necesidad de expresarse, empezó con un profundo movimiento interno que fue en aumento progresivo. A los autores, les quedaba el recurso de la metáfora dramática o de los sondeos psicológicos. La autocensura era la moneda corriente entre los creadores.

Dentro de este clima, un grupo de autores, Osvaldo Dragun, Roberto Cossa, Carlos Somigliana, Carlos Gorostiza, comenzó a ver la posibilidad de hacer un gran espectáculo teatral dando comienzo a Teatro Abierto.

Veintiuna obras de diferentes autores iban a dar cabida a que actores, actrices, directores, escenógrafos, iluminadores, técnicos y utileros, se propusieran hacer el ciclo a partir del 28 de julio de 1981 en el Teatro del Picadero. Sin embargo, la noche del 5 al 6 de agosto, un incendio, premeditado según la opinión de muchos, decapitó la iniciativa e hizo estallar lo que luego se vendría. Productores comerciales ofrecieron gratuitamente sus salas para continuar con el ciclo. Entre ellos, Carlos Rottemberg y Guillermo Bredeston propusieron el Teatro Tabarís. El público respondió con energía y entusiasmo, tomando las palabras del Manifiesto como estandarte de emociones reprimidas. Tratar de ahogar la voz de un hecho cultural como Teatro Abierto, sólo sirvió para que se inflamara con fuerza popular.

El éxito de este ciclo alentó las esperanzas de repetir el fenómeno en 1982. Pero no fue lo mismo, porque el país tampoco era el mismo. La Guerra de Malvinas había provocado una profunda herida.