

EL DEPARTAMENTO DE PROMOCIONES DE LA COMPAÑÍA NACIONAL DE TEATRO EN BUSCA DE LA CULTURA POPULAR

Miguel Díaz

Coordinador Departamento de Promociones

A seis años de la creación del Departamento de Promociones, en 1974, la Compañía Nacional de Teatro ha logrado ubicar a una veintena de promotores teatrales que desarrollan su trabajo distribuidos por todo el territorio nacional.

El hecho en sí, significa un salto de calidad en los programas del Departamento, no solamente por el grado de formación alcanzado por los promotores, sino también por el nivel de cobertura e implementación logrado.

No cabe duda de que la disposición hacia el teatro en Costa Rica se transformó en la década 70-80, y que los programas de promociones llevados a cabo por la Compañía Nacional de Teatro, han constituido un factor determinante en la divulgación y desarrollo de la actividad teatral.

El Departamento de Promociones significa para las comunidades alejadas de la capital, la posibilidad inmediata de disfrutar y practicar diversas actividades culturales, en especial la teatral. Se refuerza así la actividad generada por las comunidades con un trabajo sistemático, constante y de atención permanente de los promotores. Con esto se pretende desarrollar una alternativa ante la concentración y el monopolio metropolitano de la cultura.

EXPERIENCIA

A pesar de lo mucho que se ha hecho en Promociones, es poco lo que ha quedado escrito; la ausencia de una evaluación científica del proceso mismo, implicó que no se registrara y aprovechara la experiencia, con lo cual cada promotor partía prácticamente de cero y guardaba para sí los conocimientos y experiencia.

Pese a estas dificultades, los programas seguían su curso, al mismo tiempo que se buscaban soluciones permanentes al trabajo de promoción teatral en nuestro país. Es así como se llega a concretar la creación del Taller Nacional de Teatro, como institución encargada de formar promotores, garantizando un nivel y calidad de la formación y, paralelamente, suplir las necesidades de promotores que urgían las comunidades, colegios, instituciones, etc.

ACERCAMIENTO DEL TEATRO AL ESPECTADOR

Para el director del Taller Nacional de Teatro, Oscar Fessler, el programa de promociones "es una forma de acercamiento del teatro al espectador". Sobre esta perspectiva amplió que "es importante conseguir que el espectador se involucre en el espectáculo; de esta manera no sólo se crean nuevos grupos interesados en el teatro aficionado, con posibilidades de generar un teatro profesional, sino que se proyecta su influencia al crear una inquietud en el espectador desde muy joven".

Y es precisamente con la experiencia formativa del Taller Nacional de Teatro, y los esfuerzos de la Compañía por registrar y sacar provecho de la experiencia de las Promociones, que se sientan las bases para el desarrollo y consolidación de un teatro aficionado de características nacionales y populares en nuestro país.

LO POPULAR

Por la dinámica, métodos y sectores de trabajo, los



promotores de la Compañía son de los pocos miembros del movimiento teatral de Costa Rica que conocen lo que podría ser el inicio de un teatro de raigambre popular en nuestro país.

A un corto plazo han logrado sentar bases para el conocimiento de dicha problemática, así como convertirse en factor de su desarrollo. Sin embargo, lo fundamental es el carácter popular que alienta el trabajo de promociones; éste se busca rescatando el rol protagónico de las comunidades, colegios, instituciones, etc. Es decir, la participación directa y creadora de los estudiantes, obreros, empleados, campesinos, etc.

Otro elemento que afirma la disposición de desarrollar un amplio movimiento aficionado de características populares, está dado por la definición de los sectores de trabajo que se han señalado como prioritarios: sectores populares (empleados, obreros, campesinos, estudiantes) y sectores marginados.

En esta perspectiva que reivindica a sectores importantes de nuestra población como protagonista del hecho cultural en su temática, en su participación y en la expresión de sus valores e inquietudes naturales, el Departamento de Promociones encamina su actividad.

TRABAJO CULTURAL

El trabajo de promoción teatral realizado por los promotores de la Compañía, se entiende entonces como una importante base para desplegar un trabajo más amplio de coordinación y promoción de la actividad cultural generada por la comunidad. Se trata de recoger la producción cultural en su fuente misma de inspiración, promoverla y darla a conocer para disfrute y beneficio de la globalidad de la comunidad.

LO IMPORTANTE: LOGROS

Lo importante, al concluir el año 80, es que la actividad generada por los promotores ha permitido bases para labores de mayor envergadura en el desarrollo, divulgación y organización de un movimiento de aficionados en nuestro país.

La experiencia lograda nos indica los caminos a seguir, y esta experiencia nos muestra a Lianne Solís, promotora en San Carlos, realizando un montaje infantil con niños sordo-mudos. Nos muestra la importancia del teatro en la Educación, con la realización del Seminario para Maestras que, a nivel regional, se realizó en Ciudad Quesada. Nos muestra en Rubén Garro, promotor en San Ramón, haciendo un montaje sobre el problema de la tierra, donde los participantes y creadores de la pieza son los mismos vecinos de la comunidad. Sobre esta misma base de participación, Emperatriz Chaverri realiza en el Instituto Nacional de Seguros un montaje con los niños del Taller, que son hijos de los empleados de la institución; Marcia Maiocco hace lo mismo con los niños de la escuela de Paraíso, y, en otro punto geográfico (San Isidro del General), Francisco Hidalgo y Vera Ramírez logran montar "La Colina" y "Yerma", obras que, por su repercusión en la comunidad, se hace necesario incluir en los programas de



estudio de Español de Secundaria. Luis Roberssi, luego de un año lleno de actividades, cierra con un festival cantonal de música que logra llenar el gimnasio de Tilarán, y en el cual los intérpretes son todos de la localidad.

Y Bernal López, en Cristo Rey, Arturo Meoño, en Alajuela, Hansell Morúa, en el centro Rositer Carballo, etc., etc., todos los promotores han desarrollado una intensa actividad en su totalidad.

Lo que sí se puede dar a conocer, nuestros beneficiarios lo pueden indicar, es que con nuestros programas hemos abierto la posibilidad, un primer paso, para el desarrollo de una cultura que parta de nuestra realidad y se exprese en formas y contenidos populares.