

Fecha	Fuente	Pag.	Art.	Titulo
25/04/2011	LA TERCERA (STGO-CHILE)	34	8	MAYOR CONSUMO DE CULTURA

## Mayor consumo de cultura

Señor director:

Con mucho agrado hemos podido ver como en Santiago han proliferado salas de espectáculo, ofertas internacionales variadas y otras nacionales de gran formato.

Al parecer existe un público consumidor dispuesto a invertir en cultura, entretenimiento y deseo de participar de este fenómeno social. Basta ver solamente la venta de entradas del próximo concierto de Paul McCartney, donde algunas superan el millón de pesos y ya han sido adquiridas.

Se está desarrollando un público nuevo y ello debemos verlo como una oportunidad, pero, por lo mismo, los creadores y agentes culturales deben estar más alerta que nunca a las necesidades de las personas. Las ofertas deben aportar valor real a la gente. La calidad debe ser irrenunciable. La mirada al mundo, a las lógicas de participación y opinión debe ser tomada en cuenta.

Lo anterior, demanda un mayor grado de profesionalización en los creadores nacionales. La mirada debe estar puesta en la viabilidad de los proyectos y en los impactos reales.

La cultura requiere del vínculo y la comunicación entre personas, de respetar la opinión de éstas y no puede actuar como si la gente no tuviera criterio o discernimiento. Si se quiere que la cultura recupere liderazgo, sus participantes tienen que estar dispuestos a escuchar, observar y ser empáticos.

**Alvaro Pacull Lira**

Director Carrera de Teatro  
Universidad del Desarrollo