

Pozas, M.A. (2015) *En busca del actor en la Teoría del Actor Red. I Congreso Latinoamericano de Teoría Social. Instituto de Investigaciones Gino Germani.* Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires. Disponible en: <http://cdsa.aaacademica.org/000-079/51.pdf>

Participantes:

- Mariana Minski - *Fake News, la información en tiempos de redes sociales.*
- Pamela Dávalos - *El Tráiler en las artes escénicas, un arte por sí sola.*
- Valeria Medina - *La palabra en la era de la imagen y el whatsapp.*
- Cecilia Propato y Emma Yorio - *Desmontaje de "¿Querés ser feliz o tener poder?" de Cecilia Propato, desde todos los signos escénicos.*
- Ayelen Rubio - *Tecnoteatro. La escena y las TICs creando nuevas pedagogías.*

Abstract: In the field of the scenic, as well as in most aspects of current life, technology actively participates in its different formats. Both in a pedagogical proposal in the privacy of an

acting class and in an advertising spot to disseminate a work, the various elements that make up the theatrical event (from the most symbolic, such as the word, to the most physical, such as a set design) they are traversed by the technology that collaborates and, in some cases, it becomes a primary tool for the composition of the theatrical event.

Keywords: Scene - art - technology - performing arts - theater

Resumo: No campo do escénico, bem como na maioria dos aspectos da vida atual, a tecnologia participa ativamente em seus diferentes formatos. Tanto em uma proposta pedagógica na intimidade de uma classe de atuação como em um spot publicitário para difundir uma obra, os diversos elementos que integram o acontecimento teatral (desde os mais simbólicos, como a palavra, até os mais físicos, como uma cenografia) vêm-se atravessados pela tecnologia que colabora e, em alguns casos, se volta uma ferramenta primordial para a composição do fato teatral.

Palavras chave: Cena - arte - tecnologia - artes cênicas - teatro

(*) **Ayelen Rubio.** Profesora de Arte en Teatro (IUNA). Profesora de Teatro para Niños, Adolescentes y Adultos y de Técnica de la Danza y Coreografía. Entrenadora Vocal y Corporal. Actriz.

Más allá del hecho artístico

Nicolás Sorrivás (*)

Fecha de recepción: julio 2019

Fecha de aceptación: septiembre 2019

Versión final: noviembre 2019

Resumen: Año tras año, el Congreso de Tendencias Escénicas reúne a diferentes representantes de la escena para debatir y reflexionar acerca del teatro como hecho artístico. En esta ocasión, a pesar de venir de mundos opuestos, ambos grupos de expositores coincidieron en el hecho de ir más allá de la obra, proponiendo en el primer caso, un modelo de producción híbrida, donde la figura del director esté acompañado de un gestor que pueda pensar la obra luego de las doce funciones por contrato, y en el segundo caso, el diseño de la identidad de una banda de rock y la construcción de los relatos visuales que hacen a su storytelling, y que bien podrían adaptarse a la construcción de una cooperativa o compañía teatral, o incluso, una obra. Ir más allá del hecho artístico, como respuesta de la corta permanencia de un espectáculo teatral en tiempo de crisis.

Palabras clave: Teatro - circuito independiente – producción – identidad visual – música – rock

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 104]

Buenos Aires es una de las grandes capitales teatrales del mundo. Con casi 200 teatros, y más de 150 salas en el circuito independiente, la oferta teatral porteña apenas es superada por ciudades como Nueva York, París, Tokio o Londres. Sin embargo, la mayor parte de las obras que se estrenan anualmente no subsisten más allá de las doce funciones. ¿Qué pasa con este fenómeno? ¿Se debe a la falta de público, al exceso de oferta, a la crisis económica que está atravesando el país? Paula Taratuto y Valentina Marzili, ambas Productoras Ejecutivas, plantearon su hipótesis que acerca la responsabilidad a las circunstancias de producción de las obras que en el afán por estrenar, caen en algunos errores que se están volviendo cada vez más comunes. Expondremos

aquí, varios de los motivos planteados por las expositoras y, luego, la solución que ellas proponen.

El liderazgo manco. Cuando el director es además autor, productor, asistente, agente de prensa y hasta, en algunos casos, dueño de sala. Aquí las responsabilidades recaen sobre una única persona que tiene que pensar la obra como un hecho artístico pero también como una realidad a concretar. Son tantas las variables que aparecen paralelamente en su pensamiento que el porcentaje de efectividad se reduce. O bien se detiene en responder las inquietudes de los actores y actrices bajo su responsabilidad, o bien, estos terminan dirigiéndose solos, mientras el director está terminando de enviar las invitaciones para el estreno de prensa o pintando la escenografía.

El hecho romántico. La otra razón que Taratuto y Marzili expusieron, tiene que ver con ese amor incondicional por el teatro que se contenta con el estreno, con que el director y su elenco lleguen a concretar las doce funciones que piden los subsidios y que seguramente no genere ganancias significativas, todos hemos escuchado la poca afortunada frase de “el teatro no da dinero”. Hacer una obra sólo por el hecho romántico de estrenarla puede terminar resultando un doble infortunio ya que, como afirmaron las expositoras, no existe el hecho teatral sin público.

Mi público es mi familia, mis amigos y algunos colegas. Sin público, no hay obra. Entonces el director y su elenco, al menos aquellos que quieren mostrar lo que estuvieron preparando todos estos meses, salen a la venta de las entradas para su obra como si se tratara de una rifa para recaudar fondos para el viaje de egresados. Esta acción termina cerrando aún más el círculo vicioso del teatro alternativo que llena las salas, en el mejor de los casos, con un público que no ve teatro, que no está acostumbrado al teatro, y que es poco probable que encienda el boca en boca.

Para que el boca en boca active su funcionamiento se necesitan, al menos tres meses de continuidad. Entonces, cuando el público de teatro, el que se enorgullece de encontrar nuevos directores, autores y actores del under, descubre la obra, la obra baja de cartel porque ha finalizado su contrato con la sala.

Las salas que, a pesar de no tener la culpa, terminan interfiriendo en el crecimiento de la obra. Porque, claro, tienen una preocupación mayor: pagar las facturas. Y necesitan que las obras que programan llenen sus butacas. Entonces, sobre programan la grilla y, cuando una obra por fin funciona, no tiene espacio para expandirse. Quienes en algún momento de nuestras vidas hicimos teatro independiente o alternativo, sabemos que éstas, lamentablemente, son constantes con las que nos encontramos a diario. Sin embargo, Paula Taratuto y Valentina Marzili, también expusieron una solución posible: pensar la figura del Productor Ejecutivo como gestor del proyecto.

Pensemos un minuto en la figura del Productor Ejecutivo en el teatro comercial. Lino Patalano, Gustavo Yankelevich, Carlos Rottemberg, entre otros. El Productor Ejecutivo no es quien pone el dinero para hacer la obra, sino el que la gestiona, el que se ocupa de pensar en la realidad de la misma ubicando en tiempo y espacio el estreno, pero también la continuidad. Al Productor Ejecutivo le interesa la continuidad de una obra porque, de esta manera, puede llegar a recuperar lo invertido. Entonces, en el teatro comercial, hay una idea de post-producción que funciona.

La post-producción o la producción más allá de las doce funciones. Cuando pensamos en una post-producción de nuestras obras en un espacio alternativo, señalan las expositoras, aparece la idea del desarrollo en el tiempo donde proponemos acciones en un marco de hasta dos años luego del estreno. Entonces, tenemos que, si o si, funcionar más allá de los errores comunes ya que una obra que queremos que dure ese tiempo no puede tener un director que se encargue de todo ni un público que se sustente con familiares y amigos.

La figura del Productor Ejecutivo equilibra la balanza, permitiéndole al director trabajar con su elenco ocupándose únicamente de aquello que va a enriquecer la puesta. Además, el Productor Ejecutivo va a ser el nexo ideal entre la obra y la sala, proponiéndole un diseño de producción que combine las necesidades de su proyecto a las del espacio en el que se va a presentar.

A veces, nuevamente en el afán por estrenar, los directores terminan encontrando un espacio no ideal para sus proyectos. Una sala fría o una sala cuya programación se define dentro de otros parámetros estéticos o artísticos. La figura del Productor le permitiría encontrar, al director y a la obra, otras alternativas más satisfactorias. Finalmente, el Productor Ejecutivo vería la posibilidad de expandir la obra más allá de sus propias fronteras, proponiéndole al proyecto, por ejemplo, participar de festivales o salir de gira.

Los factores público, presupuesto, dinero, sala, elenco, director, obra, se re ordenan en un diseño de producción encabezado por la figura de un Productor Ejecutivo. En el Diseño de Producción aparecen claros los factores que deberían estar fuera del pensamiento del director: el diagnóstico, los modos de producción, la búsqueda de la sala, las estrategias de prensa y difusión. Así, los casos de éxito se multiplican cuando el Productor Ejecutivo forma parte del proyecto teatral, incluso siendo parte de la Cooperativa.

Alejándonos de la escena teatral, nos encontramos con los expositores de la segunda ponencia presentada en la mesa: Alberto Cortés, Hernán Bermúdez y Daniel Cardell. Según sus propias palabras, ellos provienen de un ambiente aún más improvisado: el rock and roll. Aun así, las ponencias parecen completarse ya que, rápidamente, aseguran que las bandas de rock que trascienden la historia son aquellas que cuentan con un manager que puede reflexionar más allá de la música. Los músicos, como los directores de teatro que se autogestionan, tienden a descuidar otros aspectos de su carrera. Entonces, la figura de un representante, como la de un Productor Ejecutivo en el teatro, es vital para que Los Piojos terminen convirtiéndose en Los Piojos y perduren en el tiempo.

Los expositores no son los managers de las bandas y, sin embargo, actúan como tales. Son los encargados de diseñar la identidad visual de los espectáculos musicales, de pensar a la banda, leer su identidad y hacerla realidad más allá del hecho musical.

En el caso de Cortés, Bermúdez y Cardell, llevaron adelante la creación del diseño de varios discos y shows de Los Piojos y de Ciro y los Persas. En primer lugar, porque ya no se venden discos, entonces hay que pensarlos como una experiencia que los fans de la banda deseen adquirir. Y, en segundo lugar, porque como los seguidores de las bandas de rock pueden pasar horas en donde se realiza el recital, les ofrecen una experiencia que comience antes de que los músicos empiecen a tocar.

Entonces, todo tiene un sentido. Cada uno de los últimos discos de Ciro y los Persas recorrieron un viaje estético que se inició con la creación del diseño del packaging y que finalizó con las visuales y la creación escenográfica de los shows. Así, el artista tiene la posibilidad de agradecer a su público con una experiencia que trascienda sus sentidos, que se vuelva inolvidable.

A pesar de que teatro y rock a veces no van tan de la mano, ambas ponencias hablaron de cómo enriquecer un hecho artístico, recuperando la figura del manager o el productor ejecutivo, del gestor del proyecto y coincidiendo en que lo más importante no es una idea sino un concepto que pueda hacerse realidad, que pueda trascender la historia. Ya que somos muchos haciéndolo, destacarse será la respuesta para no pasar desapercibidos, para ir más allá de las doce funciones.

Expositores

- Paula Taratuto y Valentina Marzili - *“Producción teatral cooperativa: hacia un modelo híbrido”*

- Alberto Cortés, Hernán Bermúdez y Daniel Cardell - *“Identidad visual en proyecciones para espectáculos musicales”*

Abstract: Year after year, the Congress of Scenic Trends brings together different representatives of the scene to discuss and reflect on the theater as an artistic event. On this occasion, despite coming from opposite worlds, both groups of exhibitors agreed to go beyond the work, proposing in the first case, a hybrid production model, where the figure of the director is accompanied by a manager that the work can think after the twelve functions by contract, and in the second case, the design of the identity of a rock band and the construction of the visual stories that make its storytelling, and that could well adapt to

the construction of a cooperative or theater company, or even a play. Go beyond the artistic fact, in response to the short permanence of a theatrical show in times of crisis.

Keywords: Theater - independent circuit - production - visual identity - music - rock

Resumo: Ano após ano, o Congresso de Tendências Cênicas reúne a diferentes representantes da cena para discutir e refletir a respeito do teatro como fato artístico. Nesta ocasião, apesar de vir de mundos opostos, ambos grupos de expositores coincidiram no fato de ir para além da obra, propondo no primeiro caso, um modelo de produção híbrida, onde a figura do diretor esteja acompanhado de um gestor que possa pensar a obra depois das doze funções por contrato, e no segundo caso, o desing da identidade de uma banda de rock e a construção dos relatos visuais que fazem a seu storytelling, e que bem poderiam ser adaptado à construção de uma cooperativa ou companhia teatral, ou inclusive, uma obra. Ir para além do fato artístico, como resposta da curta permanência de um espetáculo teatral em tempo de crise.

Palavras chave: Teatro - circuito independente - produção - identidade visual - música - rock

(*) **Nicolás Sorrivas.** Licenciado en Enseñanza de las Artes Audiovisuales (UNSAM, 2008). Realizador Audiovisual (CIEVYC, 2005), Crítico de Cine (El amante / Escuela, 2006). Autor, director, docente.

Spoiler alert: el futuro ya está entre nosotros

Fecha de recepción: julio 2019

Fecha de aceptación: septiembre 2019

Versión final: noviembre 2019

Nicolás Sorrivas (*)

Resumen: Con la aparición del video on demand, la televisión y el cine se transformaron, adquiriendo un formato cada vez más parecido. Hoy, no vemos televisión en el televisor y, aunque seguimos yendo al cine, las posibilidades de viajar más allá de las pantallas, con un relato transmedia, nos convierte en espectadores cada vez más activos. Asociados a una pantalla que ya es parte de nuestro cuerpo (la pequeña pantalla de los celulares desde donde manejamos toda nuestra vida), la tendencia en torno a los medios audiovisuales parece ser, por fin, eso que se proponían los relatos de la ciencia ficción. Ahora, ¿somos lo suficientemente críticos con los avances de la tecnología? ¿O el futuro llegó demasiado rápido a nuestras vidas y nos agarró desprevenidos?

Palabras clave: Pantalla – cine – televisión – espectador – Internet – redes sociales

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 106]

Este texto buscará reflejar los pensamientos de los productores, directores, autores y críticos de cine que compartieron esta jornada de debate y reflexión sobre los medios audiovisuales. Como en el pasado, aquí la grieta se hace visible, poniendo en veredas diferentes aquellos que celebran que el futuro haya llegado y aquellos que creen que Internet es aún más malvada que la televisión, la caja boba. Spoiler alert: al final de la comisión, la grieta aún seguirá encendida.

La primera postura, la de Fabián Podrabinek, se presentó muy combativa: Internet nos está convirtiendo en una sociedad donde no existís si no estás en las redes. Para comenzar con su exposición, nos presentó una definición del concepto tendencias. Si la tendencia es una inclinación a determinados fines, está claro, afirmó Podrabinek, que la última tendencia en medios audiovisuales es la invasión de Internet en nuestras vidas. Ahora, cómo responde cada individuo a esta tendencia. Nos converti-