

Dramaturgistas: pensar el público desde la creación

APARICIO, Gabriela / UNAM - dramaturgista.ga@gmail.com

Tipo de trabajo: ponencia

» *Palabras claves: dramaturgista - creación - público - espectadorxs*

» **Resumen**

En 1767 surgió el dramaturgista en Alemania como búsqueda de apoyo a la programación y por tanto como una necesidad de analizar lo que se exponía al público en relación con el contexto. Es así como Gotthold Ephraim Lessing escribe la *Dramaturgia de Hamburgo*, propuesta donde se involucraría la documentación del acontecimiento escénico desde una perspectiva crítica. Esta visión fue olvidándose con el paso del tiempo, delimitando las tareas de un/a dramaturgista a las de un/a investigadorx o adaptador/a de una obra. El presente texto tiene la intención de dar a conocer algunas conexiones entre lxs dramaturgistas y el público. Para ello se presentan diversas dinámicas donde un/a dramaturgista colabora con el público (charlas, exposiciones, desarrollo de material publicitario, colaboración con el equipo de diseño y marketing, elaboración de contenidos en redes sociales, talleres, entre otros). Esta presentación pretende visibilizar el potencial que lxs dramaturgistas tienen para crear estrategias de vinculación y por tanto de incidir en la creación de públicos.

» **Presentación**

En el siglo XVIII surgió el dramaturgista como un aliado en la toma de decisiones de la programación del Teatro de Hamburgo, Alemania. Esto correspondía a la necesidad de pensar lo que se exhibía al público en relación con su entorno. El primer dramaturgista en la historia, Gotthold Ephraim Lessing escribe la *Dramaturgia de Hamburgo*, un registro crítico de las obras de dicho teatro que buscaba conectar con la voz del público: “¿Y no tiene el público el poder de eliminar o de corregir lo que puede haber de insuficiente en nuestro trabajo? Que acuda sencillamente, que vea y oiga, examine y juzgue. Jamás su voz será escuchada con desdén, ni su juicio acogido con acatamiento” (trad. en 1997: 82). El trabajo de Lessing fue detonando diversas reacciones en otras partes de Alemania y en otros países. Particularmente en Latinoamérica, la

labor de lxs dramaturgistas se ha concentrado en la investigación y en el acompañamiento del proceso creativo dejando de lado las posibilidades de conexión con lxs espectadores.

Si tuviéramos que pensar en quién es la persona dentro del acto creativo que se encarga del público es probable que encontremos asociaciones con todxs lxs colaboradorxs. La dramaturgista española Rocío Calvo considera que “Un dramaturgista es el primer espectador, un espectador privilegiado porque ha visto y ha participado en todo el proceso de trabajo” (2013). Desde esta posición, un/a dramaturgista no solo se encargará de pensar sino también de diseñar actividades para la recepción y vinculación con el público.

La labor de lxs dramaturgistas no solo corresponde a un solo momento de la creación, puede ser tan amplia como se requiera. En este sentido, encuentro tres momentos en los que se puede desarrollar sus actividades: antes, durante y después de la creación. A continuación haré una breve descripción de estos momentos con algunas tareas.

› **Dramaturgistas y el público**

Antes del proceso creativo

En la primera etapa, antes de comenzar un proceso creativo, lxs dramaturgistas apoyan en la configuración de una programación. Para ello es necesario reconocer el panorama o contexto, las intenciones creativas de los teatros o agrupaciones, así como los intereses del público. La dramaturgista Natacha Kolevska Kourteva sostiene que siendo mediador entre el público y el teatro “Es un papel que el dramaturgista no debería olvidar y sobre todo cuando se trata de la elección del repertorio” (2011:153). Así mismo clarifica que “Los directores proponen pero es el dramaturgista el que tendría que realizar el equilibrio y pensar en el repertorio como una unidad”. (2011:153). Considerando que esta unidad se ha concebido no solo desde las intenciones artísticas sino también de los intereses de lxs espectadorxs. Esta práctica se ha llevado a cabo por años en países como Alemania y Estados Unidos donde lxs dramaturgistas trabajan en teatros establecidos. En Latinoamérica aún es una práctica distante, que poco a poco comienza a resonar en las instituciones. Por lo que me parece necesario nombrarla ya que nuestro panorama se podría enriquecer si se pone a prueba.

Durante la construcción de la obra

Durante el proceso creativo, el trabajo con el público consiste en ponerse en su lugar. De esta forma, unx dramaturgista se mirará como uno de lxs primerxs espectadorxs. Siendo investigadorx apoyará en la coherencia de los que vendrán. En palabras de Itziar Pascual “El dramaturgista es una suerte de crítico

interno, que sigue el proceso de ensayos y comprende que estamos ante un trabajo que tiene tres partes: el texto, el espectáculo y el público. El dramaturgista pone en valor, precisamente, lo que el público va a recibir, lo que va a llegarle” (2013). Como compañeros de viaje su labor será dar sentido y coherencia para lo que vivirá el espectador. Es así que por medio de las preguntas y encaminando la toma de decisiones de lxs colaboradorxs se incentiva a no olvidar al público.

Por otro lado, el material publicitario es una de las primeras conexiones que un/a espectador/a tendrá con una obra, por lo que es una oportunidad para crear lazos entre el público y la agrupación o teatro. Por ende, lxs dramaturgistas pueden intervenir en el pensamiento de contenidos dentro del programa de mano y la publicidad, con el fin de introducir a lxs espectadores al mundo de la obra.

El trabajo de lxs dramaturgistas en las funciones

Si bien la labor de un/a dramaturgista siempre está en constante contacto con lxs espectadores, el momento de mayor cercanía será cuando la obra se ponga en funcionamiento. Lxs dramaturgistas fomentan la creación de público a partir de las siguientes actividades:

- Creación de contenidos de redes sociales
- Dinámicas que complementen la experiencia previa a la presentación de la obra como exposiciones en la sala de espera o conversatorios
- Actividades con enfoque educativo como talleres
- Documentación de la recepción del público

Anteriormente señalé que uno de los primeros acercamientos a la obra es el vínculo entre el material publicitario y el público. Esto no termina cuando la obra se estrena, sino que puede tener continuidad en las redes sociales. En conjunto, dramaturgistas y equipo de marketing, diseño y/o producción pueden idear contenidos para redes sociales que estimulen a la audiencia, atraer su atención y vaya en congruencia con la estética de la obra. Este trabajo ayuda a seguir en contacto con lxs espectadorxs y de esta forma volver al público cautivo.

La sala de espera o lobby pocas veces suele pensarse como un espacio para establecer conexiones. En Estados Unidos comenzaron a desarrollarse exposiciones en la sala de espera con la finalidad de dar a conocer el proceso que había detrás de la obra que se presenciaba. Lxs dramaturgistas se han convertido en diseñadores ya que proponen actividades lúdicas e interactivas para enriquecer la experiencia de lxs espectadorxs. Sobre este tema Weisfeld asegura

Las instalaciones de *lobby* o antesala pueden servir para muchos propósitos. En el más común de los casos, una instalación de antesala tiene la intención de educar a los públicos sobre algunos elementos de la obra que puedan ser desconocidos para ellos: la historia de la obra dramática,

el ambiente en donde transcurre la historia, o acerca de producciones previas de la obra que hayan sido significativas. Pero están cada vez más motivadas por otros objetivos: propiciar diálogos activos entre los miembros de la audiencia, darles a éstos la facultad de interpretar estrategias estéticas en la producción que puedan resultarles inaccesibles, o potenciar el entusiasmo, la lealtad y la publicidad viral para el teatro. (2015: 472)¹

La intención de educar va en el sentido de compartir, de propiciar el diálogo, la escucha y por supuesto la interacción. Estas actividades pueden incentivar el interés del público por la obra y el teatro en general. Aprovechando los contenidos que han quedado detrás y que han sido parte fundamental de la construcción de la obra (bitácoras, diseños, fotografías, videos, entre otros) es el momento ideal para materializar la investigación. Se suele creer que el trabajo de un/a dramaturgista no es perceptible, sin embargo, en el encuentro con el público la labor de lxs dramaturgistas se vuelve tangible ya que el cuerpo y la investigación se hacen presentes.

Las charlas incentivadas por dramaturgistas promueven las conexiones de pensamientos y diálogo. Mirando el presente, lxs dramaturgistas fomentan las alianzas con otras artes, disciplinas y ciencias, para profundizar en la concepción de la obra. Michael Chemers considera "Los conversatorios son eventos que conectan a la audiencia directamente con los artistas y, cuando son moderados por un dramaturgista, pueden ser excelentes oportunidades para aumentar la audiencia de su teatro, y ayudar a ésta a apreciar más profundamente el trabajo de su compañía".² (2010: 169). Dependiendo de los objetivos del colectivo o teatro, estos encuentros podrían desarrollarse antes o después de la función. Por su parte, los talleres mediados por dramaturgistas amplían la experiencia del espectador de tal forma que le sea cercana y le ayude a comprender dinámicas o temáticas propuestas en un proyecto.

Contar con un colaborador que registre el proceso de creación y el momento en el que se lleva a cabo la obra frente al público puede beneficiar a otras áreas además de la producción. La documentación puede emplearse en procesos administrativos o institucionales. A su vez, realizar un registro del público es testimonio de los logros alcanzados. Este material puede ser útil para futuras investigadorxs que deseen reconfigurar la historia de estos procesos.

¹ Traducción al español de Paloma Bonilla. Theatrical lobby display may serve many different missions. Most commonly, a lobby display is meant to educate audiences about aspects of a play they may be unfamiliar with: the history of the playwright, the environment in which the story takes place, or significant previous productions of the play. But lobby displays are increasingly motivated by other goals: to spur animated discussion among audience members; to empower them to interpret aesthetic strategies in the production they may find esoteric; or to fuel enthusiasm, loyalty, and viral marketing for the theater.

² Talkbacks are events that connect the audience directly to the artists and when moderated by a dramaturg, can be extremely rich opportunities for increasing your theater's audience and helping them towards a deeper appreciation of your company's work. Preshows and postshows talkbacks have in common that they are held in the theater, but they differ in several ways.

› **A modo de cierre**

Si bien estas posibilidades aún pueden sonar lejanas dentro del teatro latinoamericano, este colaborador es un/a aliadx en los procesos creativos para estrechar nuestras conexiones con el público. Probablemente, las dramaturgistas brasileñas sean las más receptivas al trabajo con el público. Algunas actividades que la dramaturgista Betti Rabetti ha llevado a cabo son “Crear una lista de correo en contacto constante con el público, hacer cuestionarios y satisfacer las demandas del público, hacer reuniones para discutir cómo el público recibe el trabajo, hacer exposiciones de vestuario, por ejemplo, y de elementos escénicos utilizados en espectáculos anteriores” (como se citó en De Quadros, 2011). A su vez Magali de Quadros reconoce “La intermediación entre el público y el teatro, también en nuestro país es tarea asignada al dramaturgista, y también aquí los programas de mano constituyen un recurso utilizado”. (2011). La relevancia de un/a dramaturgista es que es un/a colaborador/a que fue partícipe del proceso y creará actividades con mayor precisión de lo que la obra y equipo requiere. Cabe señalar que proponer estas estrategias requiere de presupuesto, disponibilidad de los equipos de trabajo así como las políticas de producción de cada teatro. Esta figura nos ayuda a pensar la investigación como un acto de creación por y para el público. Retomando las reflexiones de Juan Antonio Hormigón sobre el/la dramaturgista “Su finalidad prioritaria ni es otra que promover la continuidad del público existente e intentar su ampliación” (Trabajo dramaturgico 126). Integrar la participación de lxs dramaturgistas desde los diversos momentos, antes, durante o después, contribuye a tener un balance del proceso, puede hacer la experiencia del público más cercana a la obra, compañía y teatro y de esta forma promueve la estimulación de público.

Bibliografía

Calvo, R. (2013). Entrevista personal, 4 de enero.

Chemers, M. M. (2010). *Ghost Light: An Introductory Handbook for Dramaturgy*. Estados Unidos, Southern Illinois University Press.

De Quadros, M. H. (2011). Intentando comprender el papel del dramaturgista. En *La profesión del dramaturgista*, pp 213-294. Madrid: Asociación de Directores de Escena de España.

Hormigón, J. A. (2008). Dramaturgia y práctica dramática. En *Trabajo dramático y puesta en escena*, pp 11-70.. Madrid: Asociación de Directores de Escena de España.

Kolevska-Kourteva, N. (2011) El oficio del dramaturgista en Bulgaria. En *La profesión del dramaturgista*, pp 145-156 . Madrid: Asociación de Directores de Escena de España.

Lessing, G. E. (1997). Dramaturgia de Hamburgo.(Trad. Feliu Formosa). CIEN DEL MUNDO. (original publicado en 1767).

Pascual, I. (2013). Entrevista personal, 30 de septiembre.

Weisfeld, Miriam (2015). Framing the theatrical experience. Lobby displays. En *The Routledge Companion to Dramaturgy*, pp 472-478. Londres y Nueva York: Routledge.