

LIVENESS: LA ONTOLOGÍA DEL EVENTO EN VIVO Y LA  
COMUNICACIÓN MEDIADA. PROPUESTAS DE CAMPOS DE  
INVESTIGACIÓN DEL EVENTO INTERMEDIAL

*LIVENESS: THE ONTOLOGY OF THE LIVE EVENT AND MEDIATED COMMUNICATION.*

*PROPOSALS FOR RESEARCH FIELDS OF THE INTERMEDIARY EVENT*

PILAR CONCEPCIÓN GONZÁLEZ ALMANSA

*Universidad de Alcalá/Universidad Complutense de Madrid*

**Resumen:** Las artes escénicas proceden del ritual, entendido como celebración de la existencia de una comunidad con unos valores y una mitología común. En la actualidad, la noción de comunidad supera lo físico y se refiere, de manera casi predominante, a lo virtual. En este sentido, el presente artículo propone un análisis de la ontología del evento en vivo y desglosa posibles campos de estudio para la búsqueda de una hibridación entre la comunicación mediada y la no mediada.

**Palabras claves:** Liveness, intermedialidad, teatro virtual, ontología del evento en vivo

**Abstract:** Performing arts come from ritual as a celebration of the existence of a community with a set of shared values and mythology. In the 21<sup>st</sup> century, the idea of community transcends the physical barriers and it is referred predominantly to virtual ones. Taking this into consideration, the present article proposes an analysis of the ontology of a live event *per se* and breaks down several fields of research for a hybrid event with mediated and unmediated communication.

**Keys word:** Liveness, intermediality, virtual theater, ontology of the live event.

EVENTO EN VIVO Y COMUNICACIÓN MEDIADA

SEGÚN GEORGE STEINER EN *LA MUERTE de la tragedia* (2011), las tragedias griegas e isabelinas eran posibles gracias a la existencia de una comunidad orgánica en la que las nociones de blasfemia, gracia, condenación

y expiación eran un asunto colectivo, no individual, es decir, a que los individuos que formaban parte de la comunidad compartían no solo el entendimiento de una serie de conceptos éticos sino que también asumían la escala de valores que estos implicaban, y acusaban la ruptura o el desafío a dicho marco ético como una afrenta al equilibrio de su propia existencia individual. Para la posibilidad de la tragedia, a los valores colectivos Steiner añade la necesidad de otras dos realidades: la existencia de una mitología compartida, que es la que da soporte narrativo a esos valores –mediante los conceptos de recompensa y castigo a comportamientos, actitudes o incluso emociones a lo largo de la historia–; y la participación colectiva en rituales que funcionan como transmisores de la mitología –y, por tanto, de los valores integrados en la misma–. Gracias a la confluencia de valores, mitología y ritual, la comunidad podía identificarse como tal, reconocerse en su esencia y sus límites, y crecer colectivamente.

Aunque la historia que Steiner desarrolla en su célebre ensayo limita el concepto de tragedia a un fenómeno estético-literario, sí que identifica con precisión la interconexión profunda entre el evento en vivo, el imaginario colectivo y la cohesión moral como elementos clave de la construcción de una comunidad que pueda reconocerse a sí misma como tal. De igual manera, señala la función sociológica que tradicionalmente ha tenido el ritual como espacio físico de comunión, en el que la transmisión del relato no solo era el vehículo para la transferencia colateral de la escala de valores, sino el pretexto para celebrar la existencia misma de la comunidad. Aunque estos elementos siguen interactuando entre sí –y posiblemente de la misma manera–, hay que acusar que en el s. XXI la noción de comunidad y los agentes para su conformación se han transformado drásticamente desde la aparición de las redes sociales. Como afirmaba Pierre Lévy de manera premonitoria en *Inteligencia colectiva* (2004), «las comunidades virtuales son una nueva forma de «hacer sociedad». Es rizomática, transitoria y disociada del espacio y el tiempo», y, nos gustaría añadir, mediatizada. La necesidad de comunión (de pertenecer, formar parte de, participar) no desaparece en el ser humano, pero han cambiado el medio y, por tanto, cómo se articula dicha necesidad.

Esta transformación radical de las herramientas de construcción de comunidades afecta necesariamente a los factores señalados por Stei-

ner, esto es, a la mitología, a los valores y, por supuesto, al ritual, al evento en vivo. La comunicación mediatizada horizontal que permiten las redes sociales altera profundamente las dinámicas de construcción de identidad del individuo y de cristalización de los valores de pertenencia: su comunidad ya no tiene por qué estar próxima físicamente a él, los valores pueden aislarse por grupos que doten de sentido a la realidad y, dado que el mundo ya no tiene por qué entenderse desde el componente sobrenatural, la mitología parece estar más vinculada a lo inalcanzable u oculto dentro de la propia realidad.

En este contexto contemporáneo que acabamos de esbozar, el evento en vivo se revela como la parte aparentemente prescindible en la construcción de comunidades del s. XXI. La asistencia al ritual propiciaba varias dinámicas únicas, propias de la congregación humana:

a) La posibilidad de la interacción entre dos o más individuos, y con ello la posibilidad de diálogo interpersonal o en grupo.

b) La observación de esta misma actividad entre otros individuos o grupos.

c) La conciencia de participación como colectivo.

Esto es, el ritual solo es posible con la cercanía física entre los individuos, y con ello propiciaba la interacción, la conciencia de grupo y la conciencia de vivencia compartida. La aparición de la comunicación mediada ubicua bidireccional, tanto individual como colectiva, hace innecesario el desplazamiento físico al ritual. Antes de su existencia, la única posibilidad de una comunicación interpersonal con retroalimentación inmediata era compartir físicamente tiempo y espacio; Internet y las redes permiten que esto ocurra con los cuerpos de los individuos ubicados en cualquier lugar. Estos nuevos agentes también distorsionan el significado de la compartición del tiempo y la inmediatez: una conversación puede darse a lo largo de horas, o días, en foros públicos y privados, al ritmo de la disponibilidad temporal de los interlocutores. Se comparte de igual manera información, se generan relatos y se apuntalan los personajes que servirán de conductores de la narrativa en cada grupo social. Es decir, sin la cercanía del cuerpo ya es posible la interacción, la conciencia de grupo y la conciencia de vivencia compartida. ¿Qué sentido tiene, entonces, el evento en vivo? ¿Qué propósito tienen el teatro, el circo, la danza, los conciertos, si ya no contribuyen a

la construcción de la comunidad?

Para dar respuesta a estas preguntas necesitamos reflexionar sobre la ontología y el propósito del evento en vivo en el s. XXI y la influencia del marco dominante de comunicación mediada en su formulación y reformulación. Es desde ese lugar desde el que la experimentación y fusión de tecnologías, como los dispositivos móviles, los *wearables*, la realidad aumentada o la tecnología ambiental con las artes escénicas, debe comprenderse y plantearse. No es posible, a nuestro entender, una experimentación sólida con las nuevas tecnologías sin una revisión filosófica de qué es el evento en vivo, cuál ha sido su función sociológica y qué lugar ocupa o podría ocupar en la sociedad actual y futura.

#### LA ONTOLOGÍA DEL EVENTO EN VIVO: *LIVENESS* ONTOLÓGICO VS. *LIVENESS* PERCIBIDO

Tradicionalmente se ha afirmado que la esencia del evento en vivo es la copresencia entre los emisores, sean estos actores, músicos, bailarines, payasos... y los receptores, esto es, el público. Hasta tal punto se entiende que esta es la cualidad fundamental de dicho evento que los mensajes oficiales del Día Mundial del Teatro glorifican, año tras año, esa característica. Afirmaba en 2019 el dramaturgo y director cubano Carlos Celdrán:

El teatro, como yo lo he recibido, se extiende por una geografía invisible que mezcla las vidas de quienes lo hacen y la artesanía teatral en un mismo gesto unificador. Todos los maestros de teatro mueren con sus momentos de lucidez y de belleza irrepetibles, todos desaparecen del mismo modo sin dejar otra trascendencia que los ampare y los haga ilustres. (...) No sobrevivirán de ellos sino datos o registros de sus trabajos en videos y fotos que recogerán solo una pálida idea de lo que hicieron. Pero siempre faltará en esos registros la respuesta silenciosa del público que entiende en un instante que lo que allí pasa no puede ser traducido ni encontrado fuera, que la verdad que allí comparte es una experiencia de vida, por segundos más diáfana que la vida misma.

En 2018, Sabina Berman, escritora y periodista mexicana, depositaba en el teatro la enorme responsabilidad de *luchar* contra el mundo mediatizado: «Más que la literatura, más que el cine, el teatro —que exige la presencia de unos seres humanos ante otros seres humanos— es

maravillosamente apto para la tarea de salvarnos de volvernos algoritmos». En 2017, Isabelle Huppert afirmaba: «Basta con decir que ‘el escenario es una escena desnuda de un tiempo indeterminado’ –todo lo que necesita es un actor. O una actriz. ¿Qué van a hacer? ¿Qué dirán? ¿Hablarán? El público espera, lo sabrá, porque sin el público no hay teatro– nunca lo olvidéis.».

Parece un contrasentido preguntarse si la esencia de un evento en vivo es la copresencia entre emisor y receptor, pero este es un debate que ya ha tenido lugar, con un concepto clave en el epicentro de la discusión: el *liveness*, o cualidad de vivo. La académica norteamericana Peggy Phelan en «The ontology of performance», partiendo del análisis del *performance art*<sup>1</sup>, afirma que «Performance’s only life is in the present. (...) Performance (...) becomes itself through disappearance»<sup>2</sup> (Phelan, 1993: 146). En este sentido, las artes en vivo serían la vida misma convertida en comunicación artística: la copresencia entre emisor y receptor, entre *performer* y espectador, implica la irrepetibilidad del evento de manera ontológica, de igual manera que cada momento de la vida es en sí mismo irrepetible. Para Phelan, cualquier tipo de registro del evento (bien sea por medios mecánicos o digitales, o simplemente mediante el relato del evento) o mediación durante el mismo es una traición a su propia esencia. En este ensayo, por tanto, Phelan secunda y valida la visión de que el modelo comunicativo de la copresencia es la esencia del evento en vivo.

Las tesis de Phelan, es decir, el punto de vista mayoritario sobre los eventos en vivo, fue rebatido en 1999 por Philip Auslander con su provocativo *Liveness: Performance in a Mediatized Culture*. Auslander identifica el apriorismo de todos los análisis sobre artes en vivo que conduce, en su opinión, a una conclusión errónea: que lo mediatizado es secundario a lo vivo, y que lo vivo se identifica con lo real: «The common

1 A lo largo del presente artículo utilizaremos la palabra «performance» como sinónimo de realización o materialización escénica, «performance art» cuando nos estemos refiriendo a la disciplina artística surgida en los años 60 y estudios de performance cuando nos refiramos a la disciplina académica que estudia acontecimientos públicos en los que existe una relación observado/observador. En el caso de la explicación de Phelan, el uso de este término puede resultar confuso, dado que sus hipótesis se basan en su conocimiento del *performance art*: sin embargo, es conveniente recordar que las extrapola a todo tipo de materialización escénica, o sea, a toda *performance*.

2 «La *performance* solo está viva en el presente. La *performance* se convierte en lo que es a través de la desaparición.»

assumption is that the live event is *real* and that the mediatized events are secondary and somehow artificial reproductions of the real»<sup>3</sup> (Auslander, 1999, 2008: 3). Para Auslander, lo vivo y lo mediatizado no son categorías opuestas: es más, el entendimiento de que algo ocurre «en vivo» solo nace tras la aparición de la mediatización. La aparición de la retransmisión en directo de conciertos a través de la radio en los años 30 hace que resulte necesario distinguirlos de las grabaciones: es ahí cuando aparece el concepto *live* (en vivo). Auslander va más allá y señala que el paradigma comunicativo dominante es el audiovisual (mediatizado), y la experiencia en vivo no solo no puede obviar este marco cognitivo, sino que debe referenciarlo y ubicarse dentro de él. La mediación es, por tanto, la experiencia dominante, mientras que el evento en vivo es secundario a la misma. La consecuencia más importante de este desplazamiento teórico es que Auslander elimina el juicio de valor en la relación entre la comunicación en vivo y la mediatizada: el criterio para relacionarlas no es una jerarquía de realidad o autenticidad, sino de uso. Dicho de otro modo, la mayor parte de las comunicaciones públicas a las que tiene acceso o está expuesta la mayor parte de la población son comunicaciones mediadas, por lo que el marco cognitivo dominante es la mediación. Hemos de señalar que Auslander realiza esta afirmación antes de la generalización del uso de las redes sociales y, por tanto, del desplazamiento de la mayoría de comunicaciones interpersonales de lo vivo a lo mediatizado. Es decir, que casi un cuarto de siglo después de la publicación de *Liveness*, podemos afirmar que tanto las comunicaciones públicas como interpersonales se desarrollan fundamentalmente de manera mediatizada.

De igual manera, Auslander también cuestiona la idea de irrepetibilidad con dos argumentos. El primero es que el soporte en el que se sostiene la comunicación mediatizada también sufre los efectos del tiempo, esto es, que el tiempo también transcurre para lo inanimado, efectuando desgaste sobre él. En última instancia, arguye Auslander, para el receptor también siempre está pasando el tiempo, por lo que cada recepción es irrepetible *per se*. El segundo es que si entendemos la repetibilidad como la transmisión completa de un mismo mensaje, en el evento en vivo el significado reside en la trama significativa que se

3 «La asunción común es que el evento en vivo es *real* y los eventos mediatizados son secundarios y de alguna manera reproducciones artificiales de lo real.»

crea durante los ensayos, lo que permite que la asistencia a dos representaciones de la misma función de teatro pueda ser entendida como la misma por parte de los espectadores. Las variaciones de energía y ritmo de cada representación solo son percibidas por los emisores y no afectan al mensaje de la función. Para que cada representación fuera irreplicable, el espectador debería ser consciente de las diferencias entre cada ejecución y estas tendrían que afectar de manera esencial a la misma. Es más, dado que la trama significativa es la misma en cada representación y, según Auslander, en ella reside la esencia del evento en vivo, las artes escénicas sí son reproducibles. En esto se basaría, por ejemplo, la fórmula del franquiciado de los musicales.

Con su análisis, por tanto, Auslander reformula el concepto de *liveness* y lo sitúa en la recepción, esto es, no en una característica de la relación entre emisor y receptor, sino en cómo el receptor recibe la obra de arte. Podríamos hablar, pues, de dos definiciones del concepto: el *liveness* ontológico (Phelan), que identifica la cualidad de vivo con un modelo comunicativo en el que se da la copresencia espacio temporal entre emisor y receptor, y el *liveness* percibido (Auslander) que identifica la cualidad de vivo como una experiencia de recepción caracterizada por el impacto emocional complejo y duradero en el espectador. Esta dualidad del significado de la cualidad de vivo nos lleva a realizar tres afirmaciones:

- a) Que un evento se dé en vivo –*liveness* ontológico– no significa necesariamente que los receptores experimenten un impacto emocional significativo y duradero –*liveness* percibido–.
- b) No es imprescindible que un evento sea en vivo –*liveness* ontológico– para que un espectador experimente un impacto emocional significativo y duradero –*liveness* percibido–.
- c) Las herramientas propias de un evento en vivo para propiciar un impacto emocional significativo y duradero residen en su modelo comunicativo, o sea, en la copresencia entre emisor y receptor.

El matiz es importante: como veíamos anteriormente, al identificarse plenamente *liveness* ontológico con percibido, se da por sentado que cualquier comunicación pública en vivo va a generar, por el mero hecho de ser en vivo, un impacto emocional genuino y único en el espectador. Cuando diferenciamos ambos conceptos, desligamos esta in-

ferencia: todos los eventos en vivo, por defecto, no van a conmover al público por el mero hecho de compartir espacio y tiempo. La conmoción, el *liveness* percibido, puede ocurrir a través de cualquier otro medio, con o sin copresencia entre emisor y receptor. Sin embargo, sí es importante señalar que las herramientas de las que dispone el evento en vivo de forma singular y única para generar ese impacto están directamente vinculadas con su modelo comunicativo. Las manifestaciones escénicas dentro del paradigma narrativo (Contreras, 2015) comparten herramientas como la fábula con la novela, el cine o las series; también comparten la composición estética con las artes plásticas; es posible la poética textual, al igual que en la poesía... armas todas ellas de cada una de estas disciplinas para intentar emocionar al espectador. Lo que diferencia a las escénicas de estas artes es la copresencia: en esta singularidad es donde pueden encontrarse las estrategias propias del evento en vivo para propiciar el *liveness* percibido.

Retomamos ahora las palabras de Steiner sobre la transmisión de valores durante el ritual gracias al mito. Si la función sociológica del evento en vivo como configurador de comunidad ha sido desplazada por la comunicación mediada, y dado que el *liveness* percibido puede propiciarse tanto desde la comunicación en vivo como desde la mediada, no es ilógico pensar que en una sociedad cuyas comunidades se construyen fundamentalmente a través de la comunicación mediada, la experimentación con la integración de la comunicación mediada durante el evento en vivo sea pertinente. Quizá sea la búsqueda más radical dentro de las manifestaciones escénicas: aportar a la ontología comunicativa del evento las formas comunicativas contemporáneas en cuanto a usos sociales y construcción de comunidades. Es desde ese lugar desde el que la búsqueda de la interactividad y la inmersividad utilizando tecnologías de comunicación bidireccional cobran todo el sentido.

### EL CONCEPTO DE *LIVENESS* PERCIBIDO A LO LARGO DE LA HISTORIA

Aunque el término *liveness* parezca propio de la investigación académica de las últimas décadas, la reflexión sobre la relación entre el evento en vivo y su impacto se remonta al origen del teatro con la idea de catarsis que Aristóteles desarrolla en la *Poética*. Antes de pasar a hablar de la introducción de la comunicación mediada en el evento en vivo



como posible herramienta para propiciar el *liveness* percibido, creo que es pertinente detenernos en cómo se han vinculado históricamente el *liveness* ontológico y el percibido en cuanto a la función sociológica del evento en vivo como herramienta de construcción de comunidad.

Podemos encontrar fundamentalmente dos grandes hipótesis sobre la búsqueda del *liveness* percibido en el evento en vivo y su propósito en el espectador:

- a) *Liveness* percibido como experiencia transformadora del individuo para integrarlo en la sociedad

En esta línea de reflexión apuntan Christiane Sourvinou-Inwood y Augusto Boal cuando, desde ópticas distintas, afirman que la tragedia griega construía los valores de la comunidad. Boal lo identifica como un mecanismo de coerción estatal que intenta eliminar disidencias individuales: para el director brasileño, la purificación del alma a la que alude el griego cuando describe la catarsis como el objetivo último de la tragedia tiene como verdadera finalidad que ningún ciudadano se atreva a cuestionar al Estado, sus actuaciones y los valores que representa. Por su parte, Sourvinou-Inwood lo trata como un espacio de exploración del discurso religioso en el que ocurre un diálogo natural entre la polis y el ciudadano para construir a través de la mitología y el rito un conjunto de valores compartido que cohesione al Estado. Independientemente del juicio de valor de uno u otro, lo que está claro es que el concepto de catarsis de Aristóteles se enmarca en este contexto: el individuo experimenta de manera vicaria el fallo del protagonista y a través de la catarsis purga el error en sí mismo. Asume, de esta manera, como propios, los conceptos de lo que es justo o apropiado en sociedad a través del relato y sus dinámicas de recompensa y castigo.

Esta concepción del impacto emocional (entendiendo como tal el *liveness*) en el espectador en un teatro narrativo se sostuvo como teoría teatral desde Grecia hasta prácticamente el siglo XIX. Es decir: se entendía el teatro como un ritual en el que a los espectadores se les transmitían los valores que les harían buenos ciudadanos.

- b) *Liveness* percibido como reflejo de la posición del individuo en la sociedad

La aparición de la teoría de lo sublime en el s. XIX supone una modificación sustancial de la concepción de cualquier manifestación artística. Aunque se inicia en las artes plásticas, pronto se extiende al resto de disciplinas.

Lo sublime se entiende como una elevación laica del espíritu, que se consigue a través de la contemplación de una obra de arte. Si el espectador es capaz de vivir dicha experiencia sublime, es que él, en cierto sentido, también lo es. La teoría de lo sublime nace como una formulación teórica, entre muchas de otros campos, que legitime la superioridad sobre el resto de clases sociales de la burguesía, que no podía competir con los atributos del linaje de la aristocracia. Gracias a la sublimidad de su espíritu individual, el burgués puede argumentar que está por encima del resto de ciudadanos y, por tanto, está justificado su ascenso al poder.

La teoría de lo sublime tiene como consecuencia el nacimiento de la alta y baja cultura, siendo la primera la que corresponde a las personas con espíritu elevado, y la segunda a las personas con espíritu tosco y poco delicado. Por tanto, el *liveness* percibido deja de ser un evento unificador de la sociedad en su conjunto para convertirse en un identificador de clase: el individuo refleja, mediante su gusto artístico, a qué estrato espiritual pertenece. El objetivo ya no es de transformación del individuo para que se convierta en un buen ciudadano, sino de reconocimiento de qué individuos son los mejores ciudadanos debido a su capacidad de elevar su espíritu gracias al arte. O, dicho de otro modo: la manifestación artística que conmueve al individuo es un indicador de la elevación de su espíritu.

Es importante destacar que el *liveness* percibido, tal y como entendemos el concepto en el presente artículo, carece de juicio de valor moral o ético: es exclusivamente descriptivo de un fenómeno asociado a la recepción artística. Sí que nos parece necesario apuntar que la segunda consideración histórica del *liveness* percibido sigue operando de manera más o menos explícita en el s. XXI, es decir, las piezas artísticas, sean de la disciplina que sean, sí están categorizadas de manera informal como alta y baja cultura, y tanto sus receptores como sus creadores acaban jerarquizados como más o menos nobles, sofisticados o dignos de mención en función de ello. Resulta paradójico que, precisamente, la experimentación con dispositivos tecnológicos interactivos haya estado, hasta hace bien poco, considerada no como una búsqueda legitimada dentro

de las artes escénicas sino como una opción naíf, tendente a lo lúdico, impropia de un teatro digno de estudio o con posibilidades de entrar en el canon del teatro público. Solo hay que repasar las programaciones de los teatros españoles de referencia para comprobar la escasez de las tecnologías interactivas en sus grandes apuestas de las últimas temporadas. En ese sentido, aportaciones como la de la presente edición de *Pygmalion* suponen un paso de gigante en el entorno investigador hispano para la revisión de la urgencia de la búsqueda escénica transmediática.

### LA MEDIATIZACIÓN COMO RUTA PARA POTENCIAR EL *LIVENESS* PERCIBIDO EN EL EVENTO EN VIVO

El teatro del s. xx se caracterizó por una búsqueda alrededor del código, deconstruyendo el paradigma de lo ficcional como premisa de lo teatral: eliminación de la narrativa, ausencia de personajes, espacio escenográfico no representacional... Lo que Hans Thies Lehmann denominó teatro posdramático es la fusión de los hallazgos del *performance art* y de la puesta en escena expresiva, que se desarrolla tras las vanguardias históricas (Martínez Valderas, 2021), y supone la negación de lo que el teatro había significado hasta ese momento con el fin de encontrar una forma dramática y de puesta en escena acorde al s. xxi. Lo cierto es que este tipo de experimentación no ha sido exitosa, no tanto en cuanto a hallazgos estéticos o formales, sino en lo referente a su capacidad de provocar *liveness* percibido y reformular la relación del público con lo escénico durante el s. xxi. Dicho de otro modo, el paradigma presentacional (Contreras, 2015) sí ha supuesto un espacio de experimentación con el código teatral, pero sus hallazgos no han sido capaces de encontrar un mecanismo que apele lo suficiente al público como para encontrar una nueva fórmula de construcción de la comunidad, o siquiera hallar una nueva función sociológica para el evento en vivo.

La propuesta, por tanto, para la búsqueda de una renovación en el modelo comunicativo del evento en vivo en el s. xxi es desplazar la experimentación escénica del código al modelo comunicativo (el *liveness* ontológico), con el propósito de encontrar nuevas fórmulas de propiciar el *liveness* percibido y, con ello, reformular, si es posible, la función sociológica del evento en vivo para las próximas décadas. En este sentido, la experimentación más coherente con el momento histórico consiste

en el intento de justificación dramática y comunicativa de los dispositivos de comunicación mediada que incluyan *softwares* de construcción de comunidades virtuales. Los ámbitos de experimentación con dichos dispositivos y *softwares* son la atención, la política, la mitología, la ciudadanía y la transgresión.

- a. La atención: el patrón de alternancia entre lo mediatizado y lo directo.

La ubicuidad del acceso a Internet y redes sociales gracias a los dispositivos móviles ha desembocado en la construcción de un nuevo patrón comunicativo interpersonal, que durante la comunicación directa entre dos sujetos alterna la atención entre el interlocutor presente y potenciales interlocutores ausentes a través del teléfono. Ante la imposibilidad (o gran dificultad) de los individuos de prescindir por completo del teléfono móvil en su vida cotidiana, este patrón comunicativo tiende a asentarse, y la alternancia constante de la atención entre lo directo y lo mediado (Hari, 2023) se convierte en una necesidad del individuo, independientemente de que haya o no una comunicación en marcha a través del teléfono.

La introducción de dispositivos móviles, justificados dramáticamente como objetos y narrativamente en cuanto los acontecimientos que se desarrollan en el espacio virtual que portan (la escena intermedial), tiene la virtud de utilizar este patrón de atención a favor de un desarrollo ficcional. Dicho de otro modo: en lugar de luchar contra el patrón de atención dominante, que alterna el foco con frecuencia, el uso coordinado dramáticamente de la comunicación en vivo y la mediatizada permite la utilización de los espacios entre los que alterna el foco del individuo para transmitir un único mensaje (el artístico).

Tradicionalmente se ha entendido que estados descritos por la psicología que podríamos asimilar al *liveness* percibido, como el estado de flujo de Mihály Csíkszentmihályi (1991), solo podían alcanzarse mediante una concentración máxima en un único asunto, que propicia la desaparición de la noción de temporalidad. La atención alterna que propician los dispositivos móviles trabaja en contra de dicho estado. ¿Sería posible propiciar el *liveness* percibido en un individuo si la atención alterna entre medio, pero no entre contenido? Es decir, ¿depende el *liveness* percibido del medio o del mensaje?

- b. La política: teatro interactivo como modelo de participación en la sociedad.

La articulación de la interactividad en una pieza escénica pasa necesariamente por contemplar la gamificación, esto es, la aplicación de elementos propios de los juegos en entornos no lúdicos para conseguir un cambio de comportamiento por parte de los participantes (Werbach y Hunter, 2015). En este caso, lo que pretendemos modificar es la conducta de la recepción teatral, que anula el cuerpo (mediante la sedestación) y el diálogo con el espectáculo (debido al silencio en el patio de butacas). En función de lo que necesitemos articular, así serán las herramientas de gamificación que utilizaremos. Lo que ocurre es que cuando a un conjunto de individuos se les invita a tomar decisiones de forma comunitaria, en ese preciso momento están participando en los asuntos de esa, su comunidad transitoria, lo cual tiene implicaciones políticas. Dicho de otro modo: la participación individual en una experiencia estética en la que el conjunto de espectadores impacta en el desarrollo de dicha experiencia implica inevitablemente consideraciones del tipo político. El individuo-espectador, durante dicha experiencia teatral interactiva, a la hora de tomar decisiones inevitablemente (y en ocasiones de manera inconsciente) tendrá en cuenta no solo su voluntad o criterio, sino lo que esté ocurriendo a su alrededor en términos de los organizadores del espectáculo y del resto de los participantes. Es decir, su interacción no es solo con el espectáculo, sino que a través del espectáculo interactúa con el resto de participantes, lo cual condiciona, a su vez, cómo actúa. En este sentido, el teatro interactivo es en esencia una acción política, ya que el conjunto de los individuos que forma parte de la experiencia tiene permanentemente en cuenta al resto y se ve condicionado por ellos. Las potencialidades de esta observación como campo de experimentación son enormes: ¿se potencia el *liveness* percibido desde la conciencia del acto social?, ¿puede crear el teatro interactivo una comunidad transitoria con sentido de pertenencia e identidad?, ¿es posible, asimismo, la creación de una mitología transitoria? analizaremos este punto en el próximo apartado.

- c. La mitología: comunicación mediatizada como creación y participación de referentes culturales.

Mircea Eliade, al hablar del mito, lo define de la siguiente manera:

[...] el mito cuenta una historia sagrada; relata un acontecimiento que ha tenido lugar en el tiempo primordial, el tiempo fabuloso de los acontecimientos. Dicho de otro modo: el mito cuenta cómo, gracias a las hazañas de los Seres Sobrenaturales, una realidad ha venido a la existencia, sea ésta la realidad total, el Cosmos, o solamente un fragmento: una isla, una especie vegetal, un comportamiento humano, una institución. Es, pues, siempre el relato de una creación: se narra cómo algo ha sido producido, ha comenzado a ser. El mito no habla de lo que ha sucedido realmente, de lo que se ha manifestado plenamente. Los personajes de los mitos son Seres Sobrenaturales. Se les conoce sobre todo por lo que han hecho en el tiempo prestigioso de los «comienzos». Los mitos revelan, pues, la actividad creadora y desvelan la sacralidad (o simplemente la sobrenaturalidad) de sus obras. En suma, los mitos describen las diversas, y a veces dramáticas, irrupciones de lo sagrado (o de lo sobrenatural) en el Mundo. (Eliade, 1973: 5)

Los componentes fundamentales, por tanto, del mito, según Eliade, serían: lo sobrenatural, la explicación de la creación y la conexión con la realidad del receptor del mito. La comunicación mediatizada dentro de la sociedad posee algunas de las características propias del relato mítico.

El mito se transmite gracias a unos personajes (dioses y semidioses) que protagonizan las narraciones. Estos personajes no son conocidos personalmente por los receptores del mito, aunque su relación con ellos es de familiaridad, ya que precisamente el mito consiste en contar sus hazañas. En este sentido, la comunicación mediatizada del s. xx ya propició la aparición de una suerte de panteón moderno, a través del nacimiento del concepto de *celebrity* (Riviere, 2009). El estatus de celebridad se caracteriza, desde el punto de vista del receptor, por una fuerte presencia en los medios frente a escasas ocasiones de ver a estas celebridades en persona, a lo que se le suma la tendencia general a que su vida se cuente en plenitud de detalles. Por lo tanto, la relación de la celebridad con el receptor es análoga a la que tenía el dios o semidiós con el individuo de su época. La mediatización de cualquier relato, que siempre ha de tener unos personajes (sean conocidos o no previamente por el público), realiza la operación de mitificación del personaje por el medio que se está utilizando para contar el relato, dotándole, si bien no de sobrenaturalidad, sí de un aura que le sitúa por encima del común de los mortales.

El uso extensivo de las redes sociales ha desencadenado un nuevo fenómeno: la aparición de celebridades exclusivas de este medio, más conocidas como *influencers*. El proceso para que un individuo (en principio, cualquiera) aspire a conseguir este estatus es ampliamente conocido por todos los usuarios: generar contenido original con frecuencia y conseguir seguidores para tu perfil en la red. Son dos tareas que, en la actualidad, prácticamente cualquier espectador potencial conoce. Por lo tanto, si durante la comunidad transitoria que es una experiencia de teatro interactiva (inmersiva o no), uno o varios de los individuos que participan en ella utilizan estas estrategias, se convertirán en las celebridades de dicha comunidad. La inferencia es evidente: por transferencia con la dinámica de la *celebrity* en el mundo real, estos individuos gozarán del aura propia del mito y sus acciones se leerán desde una narrativa ejemplificadora y clarificadora que dé sentido a la experiencia que el resto de espectadores está viviendo. Creemos que es posible, por tanto, el nacimiento de una mitología transitoria asociada a la comunicación mediatizada durante un evento en vivo. Este campo de investigación ofrece posibilidades fascinantes: relaciones con mitologías pre-existentes –contemporáneas o no–, influencia en el comportamiento del individuo mitificado durante la experiencia, persistencia del relato mitológico transitorio una vez concluida la experiencia, capacidad de transmisión de valores, grado de ritualización de la experiencia en relación con la mitificación transitoria... Es, quizás, el aspecto que más incide en la parte política del evento en vivo y posiblemente uno de los más importantes para intentar reformular, si es que eso fuese finalmente posible o necesario, la función sociológica de las artes escénicas.

d. La ciudadanía. La construcción de la identidad ficticia a través de la virtualidad.

La aparición de la comunicación mediatizada horizontal, fundamentalmente a través de las redes sociales, ha llevado a que el individuo necesite presentarse a sí mismo en sociedad tanto materialmente –mediante la indumentaria individual y su relación con la moda (Barthes, 2022), el maquillaje o la exhibición u ocultamiento de la forma física– como virtualmente. El perfil en redes se convierte literalmente en un avatar del sujeto, que no solo tiene implicaciones políticas en tanto que su participación en la comunidad o en cuanto a formas de organización de resistencia (García *et al.*, 2014) sino que es fundamental en la construc-

ción de su identidad en dos sentidos. Por un lado, el individuo mantendrá un tipo de comportamiento concreto dentro de las redes, que la consultora Forrester categoriza en siete: creadores, conversadores, críticos, coleccionistas, casuales, espectadores e inactivos (Li y Bernoff, 2011)<sup>4</sup>, en función de la frecuencia de posteo, la originalidad de contenido y la interacción con otros usuarios. Dentro de esto, el contenido que se postee podrá pertenecer al área profesional, pública o íntima: la tendencia es a que a mayor influencia en redes, más variedad de contenido postea el usuario. Por otro lado, el individuo tendrá una opinión y una relación sobre su propio comportamiento en redes, es decir, estará alineado con su identidad virtual o, por el contrario, se verá forzado a sostenerla por alguna razón; mantendrá una estrategia concreta o se dejará llevar por sus propias necesidades; utilizará las redes para dar una imagen distinta a la de su propia vida o intentará que estas reflejen su realidad... La dinámica de construcción de identidad virtual de cada individuo varía enormemente en función de su personalidad, sus necesidades afectivas o profesionales y su propia opinión sobre la virtualización de las relaciones sociales en las redes. En cualquier caso, lo que sí comparten todos los usuarios es una conciencia plena sobre cómo cada uno de ellos gestiona su avatar: no existe un uso inconsciente, casual o inopinado. Es en esa conciencia en la que la relación del usuario con su avatar y la del actor con su personaje se encuentran.

El uso de *software* de redes sociales durante un evento en vivo acerca al espectador al rol del actor, dado que es imposible que en la escena intermedial el usuario actúe individualmente sin la existencia de un avatar virtual de su persona. Cuanto más sofisticado en su configuración y más posibilidades de participación tenga el usuario durante el espectáculo, mayor será la construcción ficticia de cada espectador: cada decisión en cuestión de compartición de fotos, texto o vídeos, o en la manifestación estable del avatar (imagen representativa del perfil de usuario) irán configurando el grado de ficcionalidad que se le pide al espectador. De igual manera, cuanto más construcción ficcional se le pide al espectador, más libre de construir, interactuar e impactar física o virtualmente se sentirá este, dado que cada vez se verá más ale-

4 Referencia bibliográfica. [https://www.amazon.com/Groundswell-Expanded-Revised-Transformed-Technologies/dp/1422161986/ref=sr\\_1\\_1?ie=UTF8&qid=1328920310&sr=8-1](https://www.amazon.com/Groundswell-Expanded-Revised-Transformed-Technologies/dp/1422161986/ref=sr_1_1?ie=UTF8&qid=1328920310&sr=8-1)



jado de la responsabilidad de asumir consecuencias con su yo real en el contexto de la ficción. Esta relación entre el espectador y su avatar, análoga a la del *performer* con su personaje, plantea numerosas preguntas: ¿cuáles son las dinámicas que propician una mayor identificación con un avatar temporal?, ¿qué papel juegan los conceptos de castigo y recompensa en el comportamiento virtual, y cómo influye en la experiencia de copresencia?, ¿qué perfiles de relación entre individuo y avatar transitorio podemos encontrar?, ¿cómo se relacionan los avatares transitorios con los avatares estables de los sujetos?, ¿modifica de algún modo la experiencia del avatar transitorio y su desempeño en la escena intermedial el comportamiento del individuo con sus avatares estables o en su conciencia de la colectividad?

e. La transgresión: la ruptura de la convención a través del cuestionamiento del modelo comunicativo.

Afirma Hans Thies Lehmann en *Tragedy and Dramatic Theatre* (2016) que lo trágico no es un fenómeno estético, sino una experiencia cuyo núcleo reside en la transgresión de los límites morales y culturales que contiene en sí misma la autodestrucción. En este sentido, podríamos afirmar que la introducción y fusión de la comunicación mediada en el evento en vivo es romper uno de los últimos límites de la manifestación escénica. Los conceptos de convivio, entendido como «reunión de artistas, técnicos y espectadores en una encrucijada territorial y temporal cotidiana (una sala, la calle, un bar, una casa, etc., en el tiempo presente), sin intermediación tecnológica que permita la sustracción territorial de los cuerpos en el encuentro» y de tecnovivio, es decir, «la cultura viviente desterritorializada por intermediación tecnológica», que establece el argentino Jorge Dubatti, ya no son en puridad dos cosas distintas, diferenciadas, la una inasible y la otra reproducible, la una fruto de la copresencia y la otra de la separación de los cuerpos. Articular la comunicación mediada dentro de los parámetros escénicos, en espacio único o múltiple, es rendirse a la desaparición de la concentración singular, de la comunicación unidireccional o del espectador pasivo; es, quizá más que con ninguna otra propuesta, una búsqueda de la tragedia como experiencia en el s. XXI que de forma genuina apele a los ciudadanos-internautas, a sus patrones comunicativos y a su escala de valores.

Dado que la transgresión es consustancial al mero hecho de fusionar, simultanear o hibridar comunicación mediada con no mediada,

la exploración en este aspecto consistiría en identificar los límites del decoro de ambos modelos comunicativos y de su interrelación. ¿Hay contenido impertinente en la comunicación no mediada que sea pertinente en la mediada, o viceversa? ¿Cómo determina el grado de relación ficcional y real de los individuos su predisposición a comunicarse de uno u otro modo? ¿Hay trayectorias (Giannachi y Benford, 2016) predecibles e impredecibles? ¿Cuál es el límite de introducción o fusión con comunicación mediada en la que el evento deja de poder considerarse escénico?

Estos cinco ámbitos de experimentación y búsqueda de fórmulas de evento en vivo con comunicación mediada y no mediada son, cada uno de ellos, un vasto campo de investigación artística y académica. Desde este artículo proponemos, además, que esta investigación debería estar guiada por un propósito claro: entender cuál es el lugar del evento en vivo y cuál podría ser su relación con el paradigma dominante en las próximas décadas.

## CONCLUSIÓN

La utilización dramaturgica de comunicación mediada y no mediada en el evento en vivo no solamente atenta contra todo un pensamiento popular sobre la esencia de las manifestaciones escénicas, sino que también agrede de manera directa a la romantización literaria, profesional y académica de la copresencia entre actores y espectadores o a la idealización de los conceptos de efimeridad e irreproductibilidad. Sin embargo, tras un análisis de la función sociológica de lo escénico y de su papel en la comunidad, no nos queda otro remedio que afirmar que esta línea de búsqueda parece la más plausible para las próximas décadas. El objetivo no es necesariamente reeditar una Edad de Oro del teatro tal y como somos capaces de pensarlo basándonos en los registros históricos, sino ir un paso más allá y adentrarnos en un terreno desconocido que tenemos que imaginar casi desde cero. En lugar de seguir negando la sociedad tal y como es, sus dinámicas relacionales y de construcción de referentes, las manifestaciones escénicas deben observar su contemporaneidad sin prejuicios, atendiendo a la realidad de lo que ocurre. No cabe duda de que la comunicación mediada, como señala el propio Johann Hari en *El valor de la atención*, también tiene una parte negativa en cuanto a capacidad de concentración o profundidad

de discurso; sin embargo, atrincherarse en una visión tradicionalista del teatro, que reduce la transgresión escénica a la ausencia de fábula, es, cuando menos, reaccionario. Lo virtual es tan real como lo físico: la responsabilidad de los creadores es, como siempre ha sido, buscar la emoción en el espectador. La transgresión última es cuestionar que esto, para las próximas generaciones, quizá solo se pueda conseguir en un evento en vivo precisamente a través de la tecnología.

## BIBLIOGRAFÍA

- ARISTÓTELES (2002), *Poética*, Madrid, Istmo.
- AGUADO TERRÓN, J. M., FEIJÓO, C., MARTÍNEZ MARTÍNEZ, I. (Ed.). *La comunicación móvil. Hacia un nuevo ecosistema digital*, Barcelona, Gedisa.
- AUSLANDER, P. (1999), *Liveness: Performance in a Mediatized Culture*, Abingdon, Routledge.
- BARTHES, R. (2022), *El sistema de la moda*, Barcelona, Paidós.
- BAY-CHENG, S., KATTENBELT, C., LAVENDER, A. Y NELSON, R. (Ed.) (2010). *Mapping Intermediality in Performance*, Amstérdam, Amsterdam University Press.
- BOAL, A. (1980, 1989). *Teatro del oprimido 1. Teoría y práctica*. México DF, Nueva Imagen.
- CARR, N. (2017). *Superficiales. ¿Qué está haciendo Internet con nuestra mente?*, Madrid, Taurus.
- CARRERAS, C. (2017). «Del homo ludens a la gamificación». *Quaderns de filosofia* vol. iv núm. 1, pp. 107-18.
- CONTRERAS ELVIRA, A. «Oratoria y Alegoría en el Teatro Discursivo y Asociativo Contemporáneo en España» en: Congreso Internacional «Creación, experimentación y difusión del teatro contemporáneo español y latinoamericano» organizado por la Université de Pau et des Pays de l'Adour. Bayona, 14, 15-16 de octubre de 2015.
- CROSSLEY, M. (Ed.) (2019). *Intermedial Theatre: Principles and Practice*, Londres, Macmillan International.
- CSIKSZENTMIHALYI, M. (1991). *Flow: The Psychology of Optimal Experience*, Nueva York, Harper Collins.
- CUBILLO PANIAGUA, R. (2013). La intermedialidad en el siglo XXI. *Diálogos Revista Electrónica de Historia*, 14(2), 169-179. Recuperado el 15 de julio

- de, 2021 de [http://www.scielo.sa.cr/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1409-469X2013000200006&lng=en&tlng=es](http://www.scielo.sa.cr/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1409-469X2013000200006&lng=en&tlng=es).
- DORAN, R. (2021). *La teoría de lo sublime: de Longino a Kant*, Buenos Aires, Prometeo.
- DUBATTI, J. (2015), «Convivio y tecnovivio: el teatro entre infancia y babelismo», en *Revista Colombiana de las Artes Escénicas*, 9, pp. 44-54.
- ELIADE, M., y GIL FERNÁNDEZ LUIS. (1968). *Mito y realidad* (Ser. Colección «punto omega», v. 25). Madrid, Guadarrama.
- FERRARIS, M. (2005, 2008). *¿Dónde estás? Ontología del teléfono móvil*, Barcelona, Marbot.
- GARCÍA GIL, M., GÓMEZ SERNA, E. (2014), «Avatar-habitar-actuar. Jóvenes en las redes sociales virtuales: ¿habitantes, navegantes o actores digitales?», en *Análisis. Revista Colombiana de Humanidades*, vol. 46, núm. 85, pp. 253-283 Bogotá, Universidad Santo Tomás.
- GIANNACHI, G. y BENFORD, S. (2011). *Performing Mixed Reality*, Cambridge, The MIT Press
- GRANDE ROSALES, M.A. (2020) «El espectador digital y el teatro diseminado.» *Bulletin of Spanish Studies*, 97:1, pp. 27-49, DOI: 10.1080/14753820.2020.1734754
- HAN, B. (2013, 2020). *En el enjambre*, Barcelona, Herder.
- HARI, J. (2023), *El valor de la atención*, Barcelona, Península.
- HUIZINGA, J. (1972) *Homo ludens*, Madrid, Alianza Editorial.
- KATTENBELT, C. (2008). «Intermediality in Theatre and Performance: Definitions, Perceptions and Medial Relationships.» *Cultura, lenguaje y representación / Culture, Language and Representation*. VOL VI . pp. 19-29
- LEHMANN, H. (2016). *Tragedy and Dramatic Theatre*, Abingdon, Routledge.
- (1999, 2017). *Teatro posdramático*, Murcia, Cendeac.
- LÉVY, P. (2004), *La inteligencia colectiva. Por una antropología del ciberespacio*. Ed. Organización Panamericana de la Salud, Centro Nacional de Información de Ciencias Médicas de Cuba, La Habana.
- MACHON, J. (2013). *Immersive Theatres: Intimacy and Immediacy in Contemporary Performance*. Basingstoke, Palgrave Macmillan.
- MARTÍNEZ VALDERAS, J. y LÓPEZ ANTUÑANO, J. G. (2021), *El análisis de la escenificación*, Madrid, Fundamentos- RESAD.

- MCERLEAN, K. (2018). *Interactive Narratives and Transmedia Storytelling*, Abingdon, Routledge.
- PHELAN, P. (1993). *Unmarked. The Politics of Performance*, Abingdon, Routledge.
- PINNA, G. (2006). «De lo sublime a lo trágico». En *Ilustración y modernidad en Friedrich Schiller en el aniversario de su muerte*. (pp. 95-115). Universitat de València.
- REASON, M. Y LINDELOF, A. M. (Ed.). (2016). *Experiencing Liveness in Contemporary Performance*, Abingdon, Routledge.
- RIVIÈRE, M., (2009). *La fama: iconos de la religión mediática*, Crítica, Barcelona.
- SÁNCHEZ MESA, D. (Ed.) (2019) *Narrativas transmediales. La metamorfosis del relato en los nuevos medios digitales*, Barcelona, Gedisa.
- SOURVINOU INWOOD, C., «Greek tragedy and ritual», en Bushnell, R. (ed.), *A Companion to Tragedy*, Hoboken, Wiley-Blackwell.
- STATES, B. O. (1987). *Great Reckonings in Little Rooms. On the Phenomenology of Theatre*, Los Ángeles, University of California Press.
- STEINER, G. (1961, 2011). *La muerte de la tragedia*, Madrid, Siruela.
- WARREN, J. (2017). *Creating Worlds. How to Make Immersive Theatre*, Londres, Nick Hern Books.
- WERBACH, K., & HUNTER, D. (2015). *The gamification toolkit: dynamics, mechanics, and components for the win*, Boston, University of Pennsylvania Press.