

## Reseña: Cazadores furtivos

Modelo de gestión para formar públicos del teatro de títeres en la cultura mediática. María Zahira Elizabeth Rico Mora

## Review: Poachers

A Management Model for Building Audiences for Puppet Theater in a Media-Saturated Culture. María Zahira Elizabeth Rico Mora

Verónica Durán Alfaro<sup>1</sup>

verduran@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0001-9720-0372>

2DOI: 10.32870/rhgc.a2.n3.7.22a

Obra bajo licencia internacional:

Creative Commons Atribución-NoComercial 4.0



Recibido: 18/09/2021

Revisado: 22/11/2021

Aprobado: 17/12/2021

“Esta investigación parte del campo de la Gestión Cultural, al identificar que la formación de públicos no ha explorado otros medios y lenguajes en los que se mueven constantemente individuos que producen y consumen en esferas culturales diversas. Fans que persiguen producciones culturales de su interés, o aquello que se vuelve significativo. Los paradigmas de sus prácticas de consumo como de comunicación y vinculación con la marca han lanzado su mirada al universo que ofrece la web 3.0 y a las plataformas móviles. Entonces, ¿cómo formar públicos en la era digital?”

Para la Maestría en Gestión y Desarrollo Cultural, es de suma importancia, trabajar con discusiones, discursos, autores y teorías contemporáneas, la cultura es viva, y como tal al estar integrada a la sociedad, el gestor hoy en día, debe de vivir simultáneamente sus visiones, sus formas de construir y sentir mundos.

Hoy en día los medios y las tecnologías, han roto paradigmas cognitivos, de interacción, de construcción social y de la misma relación del individuo. La convergencia mediática, la cultura participativa y la inteligencia colectiva ahora son tópicos fundamentales.

De tal manera que el papel del Gestor cultural y su propia definición, así como las áreas de intervención deben de ir aumentando, modificándose y migrando en muchas de las ocasiones, hacia donde nuestros públicos están construyendo sus estructuras de socialización y sus mundos. Lo físico, lo lineal, lo pasivo, lo individual, lo cercano, lo conocido, lo seguro, etc., ya no son lo mismo. Los conceptos han migrado, la comunicación ha migrado, la cultura ha migrado y los gestores deben de migrar. Esto no quiere decir dejar atrás las tradiciones, nuestra identidad o los métodos artesanales, es más bien una forma de reinterpretar las relaciones sociales y el papel de los auditorios en el contexto contemporáneo.

La autora del texto revisado se pregunta ¿Acaso las prácticas sociales que se están transformando en una sociedad contemporánea son estudio del campo de cultura? ¿Entonces quién es el gestor actual?

Y lo define; “como el intermediario que analiza la dinamización de la cultura, ahora producida,

---

1. Diseñadora y Comunicadora Gráfica por la Universidad de Guadalajara, Maestra en Diseño Gráfico por la Universidad Iberoamericana y Doctora en Metodología de la Enseñanza por el IMEP. Profesora de tiempo completo en la Universidad de Guadalajara, por veintidós años y candidata del Sistema Nacional de Investigadores —SNI—. Cuenta con varias publicaciones nacionales e internacionales. Integrante y representante del Cuerpo Académico de Investigación UDG 711; Diseño e Identidad desde una Visión Integradora. Las líneas de investigación versan sobre el diseño; su didáctica y procesos. La cultura y la identidad desde una visión integradora. <https://orcid.org/0000-0001-9720-0372>

consumida y distribuida en un universo digital”. Comenzamos por una «aldea global» (cambio de lo analógico a lo digital), después por un espacio de las comunicaciones y relaciones (redes sociales) y finalmente estamos en una era de la movilidad (los nuevos medios). En este último punto el gestor funge como un agente social que se desenvuelve en el campo de la cultura y busca propiciar un desarrollo de capital simbólico, cultural, económico, así como social”.

En este libro la autora toma el concepto de Cazadores furtivos; como un préstamo conceptual De Certeau (2000), quien concibe la lectura como un bricolaje y su consumo implica la apropiación de varios textos. — textos, no de una forma necesariamente lineal, más bien simultánea, colectiva, donde el hipertexto, paratexto, metatexto, juegan papeles preponderantes—.

Se trata de realizar un acercamiento a la línea de investigación de la formación de públicos desde los entornos digitales en las prácticas de consumo, producción y distribución de productos culturales dentro de los nuevos medios, considerando por excelencia a las aplicaciones móviles.

Uno de los aspectos principales de este libro tiene que ver con la dimensión cultural. Nos dice la autora, nos cuestionamos principalmente la participación activa de los públicos ¿Cómo integrarlos a través del lenguaje de los nuevos medios? Estudiarlos desde lo cualitativo requiere de herramientas enfocadas en ellos como los portadores de tendencias, lenguajes y prácticas de comunicación en plataformas (redes sociales) y medios (aplicaciones móviles). La figura del prosumidor (productor y consumidor de contenidos) y los nativos (consumen y producen en diversos medios) dentro de una sociedad de los new media son las piezas clave para comprender el fenómeno de consumo-producción nómada en el mundo digital.

Continúa... Los públicos ya son fans de productos culturales específicos, por lo tanto, la cultura se vuelve participativa. De esta manera se busca un sentido de pertenencia a través de una inteligencia colectiva (mente colmena) para producir significados. Por lo tanto, para lograr su participación como sujetos sociales, hay que escucharlos, abrir el diálogo, estudiarlos con metodologías contextualizadas y producir significativamente para que ellos también generen contenidos a través de los hipermedios. La cultura de la convergencia abre las posibilidades para que a través de diversos medios se compartan y se trabaje de forma participativa en contenidos de proyectos interdisciplinarios. Es por ello que esta es nuestra visión de cultura, ya que todo el proceso del proyecto que se desprende de esta investigación fue mediático, participativo y de inteligencia colectiva”.

En la dimensión tecnológica identificamos que el nuevo medio por excelencia es la aplicación móvil, evidencia la ruptura de paradigmas de comunicación en la que el sujeto social resignifica lenguajes, estéticas, experiencias emocionales. El paradigma semiótico discursivo muestra procesos de producción de sentido e interpretación en entornos hipermedia en el que la semiosis infinita, como una obra abierta, sigue en su constante dinamismo en formas particulares de ver el mundo dentro de un ecosistema que genera otros paradigmas.

La aplicación móvil es la cuarta pantalla: social, expansiva e interactiva. Se convierte en una estrategia potencial para la formación de públicos debido a las posibilidades de desarrollo en su propio ecosistema: movilidad, convergencia de contenidos y multimedios, totalmente dirigidos a los

protagonistas de este libro: los fans, aquellos públicos que son usuarios prosumidores y nativos. Esos cazadores furtivos al estilo Sherlock Holmes.

A lo largo del libro veremos conceptos sobre los que va relacionando su interés; storytelling, los derechos de autor, la cuarta pantalla, dimensión social y de comunicación, dimensión mercadológica, las estrategias digitales para la gestión cultural, narrativas transmedia, cosmopedia, hipermediaciones, públicos, nativos, fans, prosumers, obra abierta, formación de contenidos, crossmedia, community manager, Web.1.0, 2.0 y 3.0 así como el ecosistema 3.0 que es de suma importancia en este texto ya que configura el Plan de Nuevos Medios, en el cual lo elemental son los contenidos, las narrativas, los públicos y sus producciones de los nativos, prosumidores, como por ejemplo en plataformas como Facebook, flickr, twitter, vimeo, instagram, snapchat, youtube, etc—.

Se trabaja en el texto con autores diversos como; Eco, U., Jenkins H., Scolari, C., McLuhan, Lévy, Bauman, García Canclini, Hoffmann, Lotman, Kotler, entre muchos otros.

Y toda esta revisión de conceptos y autores esta relacionada con un caso específico donde se muestra cómo el gestor cultural en su área de acción puede trabajar en un desarrollo de plan de nuevos medios para un proyecto específico, en este caso una aplicación móvil; un app, en un caso peculiar, El teatro de títeres.

Títeres Móvil es un producto cultural, sin fines de lucro, que se desprende de un Plan de Nuevos Medios para formar públicos del teatro de títeres en un contexto tecnológico, diseñado a partir de una investigación sobre el papel de los públicos en una sociedad mediática, y consiste en el desarrollo de una aplicación móvil que funciona como paratexto de la obra Cuentos para no dormir, de la compañía Luna Morena.

En este proyecto se expone en sus diversas dimensiones, formas de investigación, trabajo colaborativo, en los aciertos y áreas de oportunidad de manera que la praxis puede volverse teoría, en la práctica cotidiana del gestor cultural, Zahira la autora, nos comenta; el modelo propuesto es flexible, se adapta a otras disciplinas y deberá de actualizarse constantemente según el avance de las tecnologías y las necesidades que arroje el estudio de públicos, es decir, lo que demande la práctica sociocultural del cazador furtivo que navega por las redes en Internet.

Revitalizar estas practicas culturales, ayudan a acercar a nuevos públicos desde sus propios modos de ver. La tecnología nos debe ayudar a fortalecer, nuestra identidad, nuestras costumbres, nuestras expresiones culturales, pero sin la participación activa de los gestores culturales y cada uno de ustedes, es imposible, por eso al igual que Zahira quiero invitar a todos ustedes a apoyar y difundir nuestra identidad, nuestras expresiones culturales y el arte, para que los títeres sigan viviendo.

Dra. Verónica Durán Alfaro

### **Ficha del libro**

RICO. M. Z. (2016). *Cazadores Furtivos; Modelo para formar públicos del teatro de títeres en la cultura mediática*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara.