

**UNIVERSIDAD DE SANTIAGO DE COMPOSTELA. FACULTAD DE CIENCIAS DE
LA EDUCACIÓN. JORNADAS INTERNACIONALES EDIGA: GÉNERO, ENTORNOS
DIGITALES Y ADOLESCENCIA
13 y 14 DE JULIO DE 2023**

**Taller: Identidades y performatividades de género: un acercamiento desde las
teatralidades expandidas**

Por Yasna Patricia Pradena García.

Descripción

Taller teórico-práctico que tiene como objetivo reconocer los estereotipos de género que construyen los y las adolescentes a través del uso de las redes sociales y los modelos “influencers” que siguen. Partiendo de las artes escénicas performativas, analizaremos esos “tipos” que determinan algunas formas de estar en el mundo basadas en cánones socioculturales hegemónicos.

Metodología

El desarrollo de este taller teórico-práctico se basa en la metodología del teatro documental y específicamente en la técnica del Verbatim:

La técnica del Teatro *Verbatim*, [...] es usada dentro de un tipo de teatro llamado documental [...] Su técnica se basa en recoger entrevistas que el equipo investigador selecciona en clips de audio significativos. Dichos audios son repartidos entre las personas componentes del elenco que finalmente llevarán las historias vehiculadas por esas voces al espacio escénico de la manera más literal posible (*verbatim* = literal). (Méndez, 2019).

El grupo de participantes trabajará activamente en una muestra acotada de la metodología de referencia para identificar y visibilizar teatralmente los estereotipos de género que promueven los modelos *influencers* en las redes sociales.

VERBATIM EN GRUPO¹

OBJETIVO

Crear un personaje a partir de las referencias de *influencers* que hemos revisado utilizando el lenguaje de dichas personas.

GRUPOS

Individual o en grupos

MATERIALES

Folios, bolígrafos, ordenador o teléfono, cascos de audio

ACTIVIDAD

Transcribir un fragmento de los comentarios que hacen los o las *influencers* vinculado a los estereotipos de género que representan e interpretarlo teatralmente.

¹ Dispositivo adaptado de uno de los ejercicios propuestos en el Manual de Teatro Documental elaborado por Cross Border, compañía de teatro, escuela de teatro aplicado y cocina para investigar: Teatro, Educación y Transformación dirigida por Lucía Miranda, para el Curso realizado en el Laboratorio Artístico 11 Filas en Valladolid, febrero 2023.

PROCEDIMIENTO

1. Elegir el vídeo de un *influencer* y seleccionar un fragmento de sus comentarios.
2. Transcribir en un papel el fragmento elegido para interpretar: cada pausa corresponderá a un verso.
3. Aprenderlo escuchando y leyendo el texto transcrito.
4. Ensayo individual o grupal con el personaje creado.
5. Comentar cómo imaginamos a la persona que está detrás de esa voz. Las personas que la han elegido desvelan algunas características que ayudan a construir el personaje.
6. Elegir gestos, movimientos o características psico-físicas entre el grupo para crear unidad en el personaje.
7. Elegir un elemento en común para construir el personaje (p.e. un vestuario, un objeto, coincidencia de color)
8. Presentarlo al grupo a modo de escena.

Referencias bibliográficas

- Amado Vargas, M. (2020) Teatro Documento y testimonio en el siglo XXI. Ñaque Editorial
- Domínguez, Y. (2021). *Maldito estereotipo. ¡Así te manipulan los medios y las imágenes!* Ediciones B.
- Hammond, W. & Steward. D. (2016). *Verbatim, verbatim*. London: Oberon Books Belfield, R. (2018) *Telling the Truth: How to make Verbatim Theatre*. London: Nick Hern Books Limited.
- Méndez Martínez, Emilio. (2019). Teatro *Verbatim*. Una metodología de investigación y de creación teatral. *Revista de Artes Performativas, Educación y Sociedad*, 1(1), 93-99.
- Saldaña, J. (2011) *Ethnotheatre, Research from page to stage*. United States: Left Coast Press.
- Santos, B. (2017). *Teatro del oprimido. Raíces y Ala. Una teoría de la praxis*. Descontrol.
- Santos, B. (2020). *Teatro de las oprimidas. Estéticas feministas para poéticas políticas*. Del Signo.

Referencias influencers

Sierra Sánchez. (2021). Los influencers en Instagram, la cara visible de las marcas. La creación de contenido publicitario y su estudio desde la perspectiva de género. In *Cosmovisión de la comunicación en redes sociales en la era postdigital* / (pp. 453–470). McGraw-Hill.

- AuronPlay: <https://www.youtube.com/user/auronplay>
- Diego Barrueco: <https://youtu.be/na3LmHkhgWk>
- María Pombo: <https://www.youtube.com/@mariapombo1686>
- María Fernández-Rubies Soler: <https://youtu.be/hJ8ItvaIBe0>