

El sector escénico frente a la crisis (II)



A lo largo del debate que, bajo el título de "Crisis económica y teatro", organizó EL ESPECTÁCULO TEATRAL en el pasado encuentro de Mercartes, dos temas atrajeron la atención de los participantes sin que, por cuestión de espacio, pudieran tener cabida en la anterior entrega de la revista: el de la relación entre teatro público y teatro privado en momentos de crisis y el del patrocinio de artes escénicas. Dos temas en los que la discusión se polarizó más que en anteriores ocasiones y que dejaron para el futuro

Xavier Marcé: Hemos hablado del teatro privado, que, nos guste o no, es el teatro más comercial. Hay otro tipo de teatro, en este país y en toda Europa, que tiene muy poca vocación comercial, elaborado alrededor de lo que denominaríamos sentido artístico, muy asociado a la lógica de lo público, y que además plantea un equilibrio de convivencia muy natural con el otro. No existe una productora pública de cine o una editorial pública, pero sí existen espacios teatrales que reciben cuantiosas ayudas públicas para producir un tipo de teatro que no está pensado para contrastarse con el público, lo cual además no está nada mal en el sentido de valor artístico. Probablemente los dos tipos de teatro van a entablar la relación con la crisis de manera muy distinta. En general, pienso que lo esencial es cómo uno aprovecha la situa-

ción de crisis para salir de ella mejor, y para afrontar la siguiente de otra manera. Y creo que en este caso la clave del tema está en separar claramente los sistemas de funcionamiento de aquellos tipos de teatro que quieren hacer del teatro un negocio económico del de aquellos que hacen del teatro otro tipo de actividad artística o creativa. Hay que establecer unas reglas del juego distintas. **Jesús Cimarro:** Creo que tiene que haber una buena estructura de teatro público, por supuesto, porque nos representa como país, pero también tiene que haber un espacio en el que no haya interferencias con lo privado. Estoy de acuerdo: tiene que haber una normativa para cada tipo de producción. Creo que es importante el ejemplo que tú conoces bien del Instituto Catalán de Industrias Culturales.

el compromiso de organizar un nuevo debate sobre ellos. Ana Jelín (Producciones Teatrales Contemporáneas), Toni Benavent (Albena), Sergio Casado (ACTA), Jesús Cimarro (Pentación), Antonio Navajas (Junta de Andalucía) y Xavier Marcé (Focus) asistieron a este encuentro, que contó además con la presencia de Jesús Rodríguez "Lenin", Abel Valero Salinas y Robert Muro, editor, director comercial y colaborador de la revista respectivamente.

Toni Benavent: Sí, hemos de ir por ahí. Hay proyectos que tienen una vocación más artística y otros que tienen una vocación más comercial, pero los hay de una perfecta mixtura: espectáculos que empiezan como un proyecto más artístico y que de repente funcionan y están dos años de gira. Sí, los departamentos tienen que estar técnicamente por unas cantidades, por un número de actuaciones, por una economía... pero...

XM: Hay soluciones económicas para estos momentos. Por ejemplo, solo con que el conjunto de la Administración pública articulase que las taquillas fueran directamente a los teatros, a las compañías, y el diferencial se pagase, se inyectaría una liquidez enorme al sector. Este es un problema administrativo fácil de solucionar. Hay soluciones económicas de muchos tipos, por supuesto que el

cambio del modelo de subvención a un modelo de financiación para un tipo de teatro. Otra cuestión relevante: la Administración no debe trabajar únicamente para mejorar la sostenibilidad, sino también la calidad del sector. Creo que en general somos un sector que no tenemos muy en cuenta la calidad de nuestro teatro: la factura está muy pensada para el mercado interior. En realidad no somos en estos momentos un país que lidere el teatro en el mundo, no tenemos una oferta teatral que sea referencia internacional, no tenemos prácticamente a nadie en el ranking de los veinte creadores de referencia del mundo. La Administración pública, desde mi punto de vista, debería preocuparse menos por los aspectos económicos -y solucionarlos jurídica y administrativamente, que es posible-, y dedicar muchos más esfuerzo, por ejemplo, a la creación de referentes artísticos que fueran interesantes para el conjunto del sector. Para eso sirven los teatros públicos, no para hacer lo que va a hacer un privado.

TB: Ahí difiero, porque los referentes artísticos se pueden crear tanto desde lo público como desde lo privado. Nosotros venimos desde tan atrás que lo que hemos hecho estos quince o veinte años es coger el golpe de pedal y ponernos al día. Cuando sabes el dinero que hay en Francia y Alemania y ves el modelo que hay y su funcionamiento, te das cuenta de que nos llevan treinta años.

XM: Os lo decía para evitar un debate que iba a mirar mucho el ombligo de lo privado, sin hacer referencia a una parte esencial del sector que es que en este país el 70% del dinero que se dedica al teatro se destina a unidades públicas. Y el dinero público -no hablo de la difusión, que sería municipal- debería servir para que el conjunto del sector avanzara homogéneamente, no para irlo separando y, en alguna medida, mantenerlo relativamente roto. Cuando hablamos de una crisis que tiene elementos estructurales y económicos, pero que también tiene elementos de reflexión, y elementos que afectan al modelo o al tipo de producción, debería servirnos, primero, para solucionar elementos económicos y estructurales, pero también para reflexionar sobre qué tipo de contenido estamos haciendo y qué relación entre estos contenidos establece lo público y lo privado.

TB: Estoy totalmente de acuerdo. Aquí el modelo público siempre ha existido y tiene tanta fuerza o más que el privado en el sentido de la implicación de la Administración, por supuesto, y habrá que ir equilibrándolo. **JC:** Económicamente en algunos casos creo que llega al 80% dependiendo de las unidades.

Xavier Marcé

"La crisis debería servirnos para solucionar elementos económicos y estructurales, pero también para reflexionar sobre qué tipo de contenido estamos haciendo y qué relación entre estos contenidos establece lo público y lo privado"



des. Lo ideal sería llegar al 50%. Me gustaría plantear el tema impositivo en relación a la crisis. En la asamblea de la FAETEDA hemos abordado una cuestión importante y que no supone inyectar más dinero: es el famoso tema del IVA de los cachés, reduciéndolo del 16% al 7%. Ahí hay nueve puntos que en estos momentos los ayuntamientos están pagando y que nosotros estudiamos directamente a Hacienda. Varios ejemplos al respecto señalan que el sector podría incrementar la programación en cada uno de los teatros con más de un mes.

XM: Tengo dudas de que eso tenga un efecto tan positivo como tú planteas. La estructura pública española no está tan empresarializada

como para que no cargara directamente en una subida de precios. Hay una parte en el mundo del teatro en la que el precio tiene poco que ver con la estructura de costes. Estos sectores que funcionan así asumen que esa bajada del IVA se incorpore al precio y punto. Una parte importante de los espectáculos no se vende en función de los costes, sino asumiendo de entrada los límites de gasto por espectáculo de los municipios. En cambio en los productos industriales sí es mucho más eficaz la bajada del IVA.

Ana Jelín: Una medida imprescindible en estos tiempos es el apoyo decidido a los nuevos creadores. No estoy hablando de subvenciones a la producción, sino de subvencionar

Ana Jelín

"Una medida imprescindible en estos tiempos es el apoyo decidido a los nuevos creadores"





Toni Benavent

“Llegan dos años en los que deberíamos aprovechar para organizar, sanear, plantear y demandar reivindicaciones que están ahí históricamente, que todos vemos claras, pero que no llegan a ser”

la creación de verdad; luego siempre hay un productor detrás de la creación. Aquí sale gente nueva y tiene que pelear durante años para que se le reconozca. Realmente no hay un incentivo para crear nuevo teatro, nuevas formas. Hay gente con talento y ganas de hacer cosas que están escondidos. Hay que buscarlos y apoyarlos.

TB: No, escondidos no están, lo que pasa es que probablemente no haya suficiente apoyo. No daré nombres, pero hay compañías de referencia con gente de referencia que hacen cosas que están muy bien, y que no por eso van a llenar teatros. No van a aguantar mejor las empresas que estén bien preparadas y van a sufrir más las que tengan un menor rigor en la gestión. También van a sufrir más aquellas que tengan un mercado más difícil,

aunque tengan un buen rigor en la gestión.

XM: El ejemplo argentino demuestra que el dinero público no es necesariamente el motor del talento, porque si alguna cosa no hay en Argentina es dinero público para la cultura. Los modelos de corte anglosajón autorregulan la actividad privada, no son de subvención directa. En ellos no pagarás IVA, pero si no tienes mercado ni pagas ni ingresos, por lo que hay que lucharlo. El modelo de nuestro país es un modelo inverso, y cuando hablamos de financiación tenemos que definir qué modelo preferimos, un modelo que tienda hacia la autogestión económica o uno que tienda a la subvención económica.

TB: Pero puede ser un modelo mixto.

XM: Tengo la impresión de que se ha avanza-

do mucho en este país en conseguir que diferentes actividades privadas con vocación pública tengan un estatus, no diré público, pero sí bastante de contrato-programa, ahí están los casos de La Abadía, el Romea o algunas salas alternativas en Cataluña. Sin embargo se ha avanzado muy poco en el carácter ejemplificador de las unidades públicas. Ese sí es uno de los mitos de este país que parece como intocable, con el de la ópera y el de las orquestas clásicas.

Robert Muro: ¿Hablamos un momento sobre el patrocinio y la crisis? ¿Os parece probable





que las empresas que están más relacionadas con el mundo de la economía que con el de la cultura y que han entrado en el teatro por diversas razones retraigan también las inversiones?

JC: Es cierto que las grandes corporaciones han dejado de invertir, sobre todo en el deporte, que es donde más estaban invirtiendo. Pero tengo la sensación de que esas empresas están buscando otra forma de promocionarse o de publicitarse, porque saben que no pueden pagar esas cantidades ingen-

tes que estaban pagando. Se está produciendo en Madrid un fenómeno que puede ser cuestionable pero que está ahí: ya hay tres teatros con nombres de empresas, en concreto el teatro Calderón-Häagen Dazs, el teatro Gran Vía-Compact, y el Rialto-Myspace, que antes era el Rialto-Movistar. Está entrando dinero por ahí, y también a las producciones. Y no solo empresas, sino también cajas de ahorro y bancos, como Caixa Catalunya, Caja Duero o Cajasol. Se están dando cuenta de que pueden rentabilizar también cuando se



hace un planteamiento serio de esponsorización, tanto en la producción como en la exhibición o en la promoción. Por supuesto no con grandes cantidades, pero este es un paso que necesitábamos en este sector, donde prácticamente nadie invertía.

TB: Al igual que creo que en el tema de la esponsorización nos corresponde a todos los que integramos el sector ponernos las pilas, también pienso que el Gobierno está muy lejos de donde debería de estar, y ahí también hay que avanzar mucho.

Al: Lo que necesitamos es una Ley de Mecenazgo.

TB: Esto me lleva a mi conclusión final. Llegan dos años en los que deberíamos aprovechar para organizar, sanear, plantear y demandar reivindicaciones que están ahí históricamente, que todos vemos claras, pero que no llegan a ser.

XM: En realidad no hay patrocinio, porque es un intercambio publicitario. Si el mercado publicitario se resiente, se resiente también ese aval de patrocinio que en realidad era una compraventa. Lo que sí es cierto es que en la medida que la creación de la TDT y la digitalización fragmentan mucho el mercado publicitario -lo cual lo hace muy menos atractivo-, el teatro puede ofrecer posibilidades muy interesantes, con targets muy definidos para ciertas marcas que están buscando eso. Y aquí es cierto que el sector debería plantearse qué modelos ofrece. Una cosa es el patrocinio y otra cosa es buscar con las



empresas acuerdos más en la lógica de la coproducción: si tú haces dinero, devuélvelo y te volveré a patrocinar otra vez.

Al: Una ventaja es que las empresas, para acercarse al teatro, tienen que invertir mucho menos de lo que tendrían que invertir para figurar, aunque sea mínimamente, en un deporte. Mi experiencia personal con patrocinadores que nunca habían entrado en teatro es que, cuando les he comentado que en este lugar entran 6.000 personas todas las semanas se lo empiezan a pensar porque se dan cuenta de que es barato para ellos, y que es una publicidad directa. En el teatro el target está muy definido y más en determinadas funciones. Por otro lado, hay pocas cosas que giren tanto como el teatro. Nosotros llegamos a pueblos pequeños donde la mayoría de las empresas no invierten en publicidad, y podemos ser el medio para llevarla.

JC: Como decía Xavier el apagón analógico de 2010 puede ser determinante. Cuando deje de haber audiencias millonarias y existan 50 canales de televisión, ¿cómo se va a articular la publicidad? Probablemente se va a diversificar mucho y eso puede ser muy positivo para el teatro. Creo que es nuestra labor mejorar nuestra capacidad de vender, y estudiar cada producto para que las empresas sepan cómo pueden encajar en él. Ahí hay un camino por recorrer.

XM: Lo que habría que plantearse es si ese es un tema que habría que dejar únicamente de la mano de las empresas o si, por ejemplo,

FAETEDA podría hacer una política al respecto. Es evidente que quienes producen musicales lo tienen más fácil que quienes hacen una "Medea", pero FAETEDA podría perfectamente establecer acuerdos genéricos con el sector empresarial. Se tendrá que plantear dentro de unos años si se hace, por ejemplo, un fondo de compensación, o un fondo de garantía mixta para ciertos elementos. Una vez regulados los aspectos más sindicales, más estructurales de las relaciones con la Administración pública, FAETEDA debe ejercer de patronal, es decir, vigilar que la actividad empresarial se desarrolle en las mejores condiciones posibles. También, y es un elemento que no hemos puesto encima de la mesa y que daría para otro debate, no es lo mismo vivir una crisis en un sector que tiene sin resolver el debate de cómo se articula la cultura en el Estado de las Autonomías, que en un sector que no tenga este problema. Esta cuestión afecta a los circuitos, a la circulación de productos, a políticas muy distintas de producción. Por ejemplo en Andalucía el teatro es muy de dotación pública, pero en cambio Andalucía podría tener, porque tiene ciudades para ello, un teatro mucho más mixto. Cataluña tiene un teatro mucho más abierto, Madrid también y Valencia empieza tenerlo. Esos son elementos que hacen que, cuando hay una crisis de este tipo, las cosas no afecten igual.

Fotos: Elabelito.



Jesús Cimarro

“Creo que es nuestra labor mejorar nuestra capacidad de vender, y estudiar cada producto para que las empresas sepan cómo pueden encajar en él”