



FOTO: NURIA BOLEDA

# LES FIRES DE TEATRE.

## LA CULTURA COM A FENOMEN DE MERCAT

PAU LLACUNA I ORTÍNEZ

### LA CULTURA COM A PRODUCTE

En aquest últims anys s'ha produït un canvi substancial en la concepció dels models culturals. La cultura, concebuda tradicionalment com un servei a la comunitat, ha passat a ser considerada també per molts com un fenomen de mercat.

Tot i aquest canvi de plantejament, és cert que la cultura conserva encara aquells ingredients que la defineixen tradicionalment (creació, formació, tradició, patrimoni, etc.), però avui ha entrat a formar part d'una nova realitat, l'econòmica. La cultura ha deixat de ser aquell afegitó que donava color i prestigi a un acte, com un esdeveniment quasi subsidiari, i ara té un valor i un pes en si mateixa.

Els vells esquemes ens remetent a una cultura que havia d'estar en un estat quasi pur, lluny de possibles contaminacions polítiques i per descomptat econòmiques; era en si mateixa un espai tancat. Avui, en canvi, veiem clarament que la cultura està íntimament lligada a la realitat que l'envolta, tant la política com l'econòmica, sota els efectes d'una societat mercantil i globalitzadora que tendeix a uniformar productes i a valorar-los pel seu èxit i la seva rendibilitat.

Tant és així que parlar avui de rendibilitat, client o consum en cultura, ja no escandalitza ningú. Els agents culturals, els programadors de teatres o de festes, utilitzen aquests termes amb normalitat, tot i que encara podem trobar-ne alguns que ens parlin de ciutadans o d'usuaris. Les admi-

nistracions han reestructurat els seus organigrames i els seus processos administratius, han creat patronats i empreses, fan coproduccions, comptabilitzen en els seus pressupostos els ingressos que aquestes puguin generar, busquen espònsors per poder tenir més recursos, en definitiva intenten actuar com a agents comercials. Ningú no s'escandalitza si en cultura es parla de beneficis.

### LES FIRES DE TEATRE COM A MERCAT

És a partir d'aquest marc, en el qual es concep l'espectacle en viu com un producte de mercat, que neixen les Fires de Teatre. Les fires ofereixen una oportunitat a la indústria teatral, i fan possible la distribució dels seus productes.

Podríem definir una fira de teatre com un encontre de les arts escèniques de caràcter professional que, amb una periodicitat anual, intenta reunir els professionals del sector (creadors, companyies teatrals, programadors, agents, etc.), i mostrar les últimes produccions de l'espectacle en viu. Les fires també obren la seva oferta al públic en general, intentant captar-ne el màxim possible.

Generalment hi ha una institució pública darrere de la creació d'aquest mercat o fira, hi ha la voluntat política de realitzar-la immersa en l'evolució dels nous plantejaments culturals.

Podríem establir en quatre els objectius que justifiquen la creació d'aquests mercats o fires:

**1. Donar dinamisme.** Creada la fira o mercat en un territori, aquesta es constitueix com a plataforma que obliga les indústries culturals de la zona a renovar el seus estocs per poder estar presents en el mercat amb nous productes, aconseguint així una renovació d'idees i de conceptes.

**2. Exportar.** Mitjançant la fira i els programadors (gestors i agents culturals) que hi són presents, s'aconsegueix que els productes culturals trobin mercats més enllà de la pròpia àrea d'influència.

**3. Mostrar productes d'altres realitats.** Com en tot mercat, s'intentarà atreure productes d'altres realitats culturals, tant les més properes com les més llunyanes. Tenir aquest productes marca el nivell de reconeixement de la fira més enllà del seu propi territori.

**4. Reconeixement nacional i internacional.** Convertir-se, gràcies a aquest esdeveniment, en punt de referència en el mercat, tant nacional com internacional.

Javier Gutiérrez Vicén, director general de la Fundación Arte y Derecho, diu: *"Hoy es una realidad conocida que el peso de la cultura en el PIB de los países desarrollados es cada vez mayor (...). Estas industrias generan entre un 3% y un 5% del PIB de la Unión Europea"*.

Resulta evident, doncs, que l'activitat cultural és en l'actualitat generadora de nous llocs de treball. Segons Andreu Morte, entre 1987 i 1990, a l'Estat espanyol, el nombre de treballadors en el sector va créixer un 24%; a França, en el període que va des del 1983 a 1990, un 36,9%; mentre que altres països com Alemanya i el Regne Unit mostren increments similars. Totes aquestes dades, més enllà de les simples referències estadístiques, mostren amb claredat que aquest sector industrial al qual ens referim està en expansió, i que s'ha convertit en un factor generador de riquesa.

Les indústries culturals són part del fenomen socioeconòmic que ha transformat els conceptes culturals clàssics. Dins aquest context, les fires de

teatre hi juguen un paper important: de fet, el món de la creació teatral de petit i mitjà format viu condicionat en molts casos pels resultats que puguin obtenir en la xarxa de fires avui existent.

#### LES FIRES DE TEATRE A L'ESTAT ESPANYOL

En aquest moment, a l'Estat espanyol, i formant part de la "Coordinadora de Ferias", hi ha en marxa tretze fires de teatre, que són les següents:

- Madrid Escena – Madrid (gener)
- FETEN – Feria Europea de Teatro para Niños – Gijón (febrer)
- Feria do Teatro de Galicia – Santiago de Compostel·la (març-abril)
- Fira de Teatre de Titelles de Lleida – Lleida (maig)
- Trapezi – La Fira de Circ – Reus (maig)
- Feria de Teatro de Aragón en Huesca – Osca (maig)
- Mostra de Teatre Valencià d'Alcoi – Alcoi (maig-juny)
- Feria de Teatro en el Sur – Palma del Río (juliol)
- Antzerki Feria Donostia – Donostia (juliol)
- Feria de Teatro de Ciudad Rodrigo – Ciudad Rodrigo (agost)
- Fira de Teatre al Carrer de Tàrrega – Tàrrega (setembre)
- Feria de Teatro de Castilla la Mancha – Puertollano (setembre)
- Fira de Teatre de Manacor – Manacor (octubre)

D'aquestes tretze fires, unes tenen com a objectiu mostrar o ser plataforma per als productes propis de la seva comunitat autònoma, mentre que d'altres tenen una voluntat internacional. Entre les primeres hi ha Madrid Escena, la Feria do Teatro de Galicia, la Mostra de Teatre Valencià d'Alcoi, la Feria de Teatro en el Sur, la Feria de Teatro de Ciudad Rodrigo, la Feria de Teatro de Castilla la Mancha i la Fira de Teatre de Manacor.

Per contra, i amb una voluntat internacional tenim les següents: la FETEN – Feria Europea de Teatro para Niños, la Feria de Teatro de Aragón en Huesca, la Fira de Teatre de Titelles de Lleida, Trapezi – La Fira de Circ, l'Antzerki Feria Donostia i la Fira de Teatre al Carrer de Tàrrega.

Si bé la majoria de fires són generalistes en els seus continguts, tres estan especialitzades: FETEN en el teatre infantil, la Fira de Teatre de Titelles de Lleida en els titelles, com el seu propi nom indica, i Trapezi en el circ.

La primera fira que es crea a l'Estat és la Fira de Tàrrega (1981). Els seus objectius i plantejaments marcaran les línies d'actuació en la creació de moltes altres fires creades posteriorment. Així, en totes trobem tres elements comuns: la concentració en pocs dies de molts espectacles, la qual cosa permet rendibilitzar millor el temps als professionals; l'organització d'aquestes fires en poblacions importants però no capitals de província (Puertollano, Alcoi, Manacor, Ciudad Rodrigo, Palma del Río, etc.); i la intenció de convertir la fira en un motor turístic.

L'èxit d'una fira es mesura pel nombre de programadors presents i pel volum de contractes que aquests professionals han generat a partir dels espectacles que hi han vist. Hi ha fires que tenen un recinte amb estands de companyies, *managements* i empreses del sector (Tàrrega, Palma del Río, Alcoi i Osa).

## LES XIFRES DEL 2000

Amb dades de l'any 2000, les fires de teatre van programar un total de 331 companyies (la majoria de fires programen entre 20 i 30 espectacles; d'aquesta mitjana sobresurt Tàrrega, amb una programació de 109 companyies). Van acreditar un total de 1.404 programadors/professionals (dels quals 1.148 eren de l'Estat, mentre que 256 eren estrangers) i van pressupostar un total de 418.969.381 pessetes.

## PRESSUPOSTOS

FIRA	TOTAL PER FIRA PTA	TOTAL PER FIRA €
FETEN Feria Europea de Teatro para Niños	26.000.000	156.263
Feria do Teatro de Galicia	15.449.550	92.853
Fira de Teatre de Titelles de Lleida	18.000.000	108.183
Trapezi - La Fira del Circ	25.000.000	150.253
Feria de Teatro en el Sur	34.450.000	207.049
Mostra de Teatre d'Alcoi	22.112.000	132.895
Antzerki Feria Donostia/Feria Teatro Donostia	37.239.817	223.815
Feria de Teatro de Ciudad Rodrigo	19.809.000	119.054
Fira de Teatre al Carrer de Tàrrega	151.909.014	912.992
Feria de Teatro de Castilla-La Mancha	10.000.000	60.101
Fira de Teatre de Manacor	20.000.000	120.202
Feria de Teatro de Aragón en Huesca	30.000.000	180.304
Madrid Escena	9.000.000	54.091
<b>TOTAL</b>	<b>418.969.381</b>	<b>2.518.056</b>

Aquests pressupostos es nodreixen de subvencions i d'ingressos propis. Com a subvencions, entenem les aportacions que fan les institucions (ajuntaments, comunitats autònomes, diputacions, Ministeri de Cultura, etc.). En els ingressos propis comptabilitzem els taquillatges, els patrocinis, la publicitat, etc.

La implicació de cada institució és diferent en cada cas. Hi ha fires en què el govern autonòmic juga el paper finançador al cent per cent, com



vencions i d'ingressos propis. Com a subvencions, entenem les aportacions que fan les institucions (ajuntaments, comunitats autònomes, diputacions, Ministeri de Cultura, etc.). En els ingressos propis comptabilitzem els taquillatges, els patrocinis, la publicitat, etc.

La implicació de cada institució és diferent en cada cas. Hi ha fires en què el govern autonòmic juga el paper finançador al cent per cent, com és el cas de Madrid Escena i de la Fira de Galícia; en d'altres hi té un paper molt reduït, com passa amb la Fira de Titelles de Lleida, on només hi participa en un 3%. En la majoria de les fires la comunitat autònoma finança entre el 30 i el 40%

Els ajuntaments també hi intervenen de manera desigual. Els més implicats acostumen a ser aquells que busquen en les fires una repercussió per a la pròpia ciutat. És el cas de Manacor, Alcoi, Lleida, Tàrraga i Donosti.

En el capítol d'ingressos propis, no hi ha cap fira en què les aportacions dels espònsors privats més la recaptació per taquillatge superin les subvencions públiques; podem dir, per tant, que el concepte d'autofinançament de les fires hi és present, però que encara està molt lluny de ser una realitat. La fira amb un major autofinançament és la de Tàrraga, que, en el pressupost del 2000, va arribar al 48%.

### L'IMPACTE EN EL TERRITORI

Fins ara hem vist la fira com un esdeveniment generador de treball, i per tant de riquesa, per a un sector, el de les indústries culturals. Tanmateix, un altre aspecte a tenir en compte dins l'apartat econòmic d'una fira és l'impacte que aquesta pot tenir en la ciutat o territori on està situada. En aquest sentit, Alfons Martinell explica que *“El projecte Cultura i regió del Consell d'Europa, després d'analitzar moltes regions, demostra que el desenvolupament cultural d'una regió i el desenvolupament econòmic evolucionen al mateix ritme”*.

Les institucions i els agents que intervenen en l'organització d'esdeveniments culturals tipus fira de teatre busquen en molts casos, en aquest camp situat

entre l'oci i la cultura, un sistema per poder obtenir, d'institucions i privats, noves i majors inversions. Si s'aconsegueixen, aquestes inversions moltes vegades no es realitzaran o tindran el seu efecte de manera immediata, però el que és segur és que a llarg termini provocaran, per exemple, canvis i inversions en aspectes urbanístics i de comunicacions.

L'opinió de Ramon Zallo Elquezabal, professor d'Economia de la Comunicació de la Universitat Pública del País Basc, va en aquest sentit: *“De hecho, hay que darse cuenta de que las decisiones urbanísticas de impacto, o los grandes equipamientos dirigidos al cambio de imagen de las ciudades, o las decisiones sobre telecomunicaciones, tienen más efecto sobre la cultura que los cada vez más exiguos y especializados presupuestos públicos de cultura”*.

Per això, i tal com ja hem dit, moltes ciutats mitjanes que fan una fira cerquen, a partir de la inversió inicial que es necessita per a la seva organització, una repercussió induïda que pot arribar a ser la marca o un dels principals atractius per al coneixement de la ciutat. Aquestes ciutats tenen com a sinònims d'un mateix objectiu, la cultura, l'oci i el turisme.

El nou turisme cultural pren moltes vegades la seves decisions a partir de la capacitat d'oci que li ofereix un territori. És evident que esdeveniments com poden ser les fires de teatre, pel que tenen d'oferta cultural, hi poden jugar un paper important.

En aquest sentit, i com a exemple d'una fira que es desenvolupa entre la professionalitat i l'oci-turisme cultural, podem citar la Fira de Teatre de Tàrraga. En l'edició de l'any 2000, la Universitat de Lleida va fer un estudi sobre l'impacte econòmic directe que hi suposa el públic assistent. Les xifres són reveladores de la capacitat econòmica induïda que pot arribar a tenir un producte cultural com aquest. L'any 2000, la Fira de Teatre de Tàrraga va convocar en quatre dies 107.000 persones, les quals van deixar en la zona d'influència de Tàrraga un total de 560.000.000 pessetes.

Així doncs, les fires són un exponent clar dels canvis que ha tingut el concepte de cultura en aquests últims anys. El client, el preu, la comercialització, la possibilitat de beneficis, la rendibilitat, es fan patents en aquests aparadors on de manera visible la cultura passa de servei a producte.

**BIBLIOGRAFIA**

**BIOSCA IDAL, DOMÈNEC.** *El turisme català camina cap a l'especialització i la segmentació turística.* Etc, Estudis Turístics de Catalunya. Barcelona, desembre de 1998, n. 3.

**CHIAS, JOSEP.** *Marketing cultural. Conceptos básicos.* Barcelona, Esade – Programa de Gestión Pública, 1988.

*Estructures d'exhibició i distribució teatral.* Tàrrrega. Fira de Teatre - Col·lecció de la Llotja, 4. 1995.

**JUÁREZ RUBIO, FRANCISCO; CLOP GALLART, MERCÈ; BADIA ROIG, CARMINA.** *Economia i cultura. Enquesta sobre l'impacte econòmic i anàlisi del públic de la 20a Fira de Teatre al Carrer de Tàrrrega.* Tàrrrega. Fira de Teatre – Col·lecció de la Llotja, 7. 2001.

**MARTINELL, ALFONS.** *Aula debat. Les professions de la gestió cultural.* Generalitat de Catalunya. Institut Català de Noves Professions. Barcelona, 1993.

*L'art del mercadeig en el teatre.* Tàrrrega. Fira de Teatre Col·lecció de la Llotja, 1. 1991.

**LEFÈVRE, ALAIN.** *Economia i festivals, una relació difícil.* Les papiers, n. 3.

*Per a tots els públics.* Tàrrrega. Fira de Teatre Col·lecció de la Llotja, 2. 1993.

*Promoció i venda d'espectacles. Manual aplicat a la Fira de Teatre de Tàrrrega.* Tàrrrega. Fira de Teatre Col·lecció de la Llotja, 5. 1996.

**MORTE, ANDREU.** *Industrias culturales y ciudad. Identidad, marca cultural y visualización* (treball no publicat).

*Un territori, un festival.* Dossier “Decoupe” n. 3, juny 1988.

*Valor, precio y coste de la cultura.* Vitoria-Gasteiz: Xabide, Gestión Cultural y Comunicación, 1999.

**PAU LLACUNA I ORTÍNEZ** (Igualada, 1952) és llicenciat en Filosofia i Lletres, especialitat Història de l'Art. És autor de diverses obres sobre el patrimoni igualadí. Gestor cultural, actualment és el gerent de la Fira de Teatre al Carrer de Tàrrrega.

