

El público: incógnitas, laberintos y expectativas

«El lunes nos vemos»: Ignacio del Moral, Enrique Salaberría, Mariano de Paco Serrano y Helio Pedregal

MODERA: JESÚS CAMPOS. TRANSCRIPCIÓN Y EDICIÓN: MIGUEL SIGNES

Inició la tertulia Jesús Campos en calidad de moderador fijando los términos del debate sobre el público de teatro y presentando a los participantes en la mesa (Ignacio del Moral, autor; Enrique Salaberría, productor; Mariano de Paco, director; y Helio Pedregal, actor). El público, dijo, es el que da sentido a nuestro trabajo, por lo que resulta útil conocer, muy importante en estos momentos de crisis en los que nos vamos a enfrentar a nuevas realidades, qué es y también en qué puede cambiar —con independencia de que hablemos de un público o de varios— algo tan complejo como son los intereses de los distintos sectores de la sociedad que confluyen en la formación del público.

Tomó la palabra en primer lugar Ignacio del Moral para resaltar la dificultad de definir qué es el público, sin el cual puede haber hecho poético e incluso hecho escénico, pero nunca teatro, que solamente existe cuando una colectividad —duda si un solo espectador pudiera bastar— recibe el hecho escénico que deriva del trabajo del autor, del actor, del director... y demás profesionales. El autor sabe que su relación con el público no es directa y que necesita del buen hacer de esos intermediarios que le sirven de vehículo —discutible si solo es eso— para seducir a los espectadores, bien escribiendo a su aire, o bien queriendo agradales o pensando en una vía intermedia entre ambos extremos.

Mariano de Paco se centró en el anhelo que todos los estamentos del teatro sienten por conseguir llenar de espectadores las salas de los teatros, deseo y preocupación que acaba de percibir también en unas jornadas de reflexión celebradas recientemente en Gerona sobre festivales de teatro. Elaborar una estrategia y táctica, que es empresarial porque pasa por

el marketing, pero en la que tanto creadores como agentes intermediarios han de intervenir, es fundamental para que el público se interese por nuestro trabajo.

Enrique Salaberría empezó afirmando «que estamos en la dirección contraria al ritmo que exige el ritmo de escritura, como estamos en la dirección contraria a la que exige nuestra actividad profesional teatral». Frente a lo que parecía haber quedado flotando en el ambiente, al productor Salaberría no le preocupa el público porque sabe cómo atraerlo. Para él el problema está fundamentalmente en el espacio teatral y en cómo y quiénes lo gestionan. El espacio teatral es el eje que sustenta al autor, a la creación y al modo de darla a conocer al público, y este cambiará con aquel. «Tenemos en este país espacios teatrales sin alma», por lo que no nos sirve el actual modelo de gestión de los teatros. Salaberría piensa que mientras no tengamos un modelo de gestión en el que estén involucrados los autores, los directores, los actores, los productores..., y ocupando los espacios teatrales, «vuestra creación» —y señalaba a



Taquilla del Teatro de la Comedia, Madrid.

los autores presentes que en gran número estaban escuchándole—, no se podrá ver sobre un escenario. Podrá haber esporádicas presencias, pero no una presencia continuada. Defiende pues un modelo de red en que el autor —entre otros— pertenezca al espacio teatral. En sus siguientes intervenciones Salaberría insistirá en estos aspectos y en que los planteamientos sobre el público no cambiarán si no hay una auténtica rebelión del sector. Público tenemos y de calidad, pero no le llega todo lo que se está creando en la actualidad.

Helio Pedregal dio a continuación una imagen muy distinta del problema. Su comunicación, muy trabajada y muy sentida (recomiendo al lector que la escuche entera en el vídeo que nuestra AAT ha colgado en su página web) sobre la situación del público en este país, fue tristemente desalentadora. Analizó las razones de mercado que han hecho que el teatro haya dejado de ser una necesidad y que el tiempo en que se desarrollaba por sus propios medios forme parte de la historia. En estos momentos el teatro ha quedado en manos de teóricos y de pro-

fesionales, mientras el público se ha desinteresado del debate a pesar del hecho de que los espectadores son los que hacen del teatro un hecho vivo. El teatro es para muchos puro ocio y acuden a él para divertirse, dejando fuera de la sala lo que les preocupa e importa. La realidad es que menos de un tercio de la población fue una sola vez a un espectáculo teatral en 2009. Y para solucionar esa falta de conexión entre el teatro y la sociedad los remedios puestos en juego por los políticos con las subvenciones no han conseguido más que agravar el problema. El hecho de que exista un grupo de ciudadanos (un 80 % de mujeres) que sí van al teatro y sean capaces de distinguir entre la verdad y lo sucedáneo no cambia en absoluto la situación, y si ser espectador no es lo mismo que ser consumidor, lo primero no está lejos de desaparecer.

Jesús Campos interviene para puntualizar que quizá se hable del público como si fuese uno, y la realidad es que no es así y se pregunta si lo que decimos para uno vale para todos los públicos.

Enrique Salaberría replica a Pedregal mostrando su disconformidad afirmando que tuvimos, según datos oficiales, 18 millones de espectadores y que el crecimiento de los mismos ha sido ascendente desde 1984-1985 en que se publicó la ley Garrido y se restauraron y crearon tantos teatros. Su grupo tiene 2 millones de espectadores, de los que 70.000 son niños de hasta trece o catorce años, que no vuelven al teatro hasta los 24 años. Es un público con un nivel cultural alto, ni siquiera medio, que va de los 36 a los 50 años, y otro ya desde los 50 años, con un nivel cultural imponente, que persigue lo que quiere ver y lo analiza, que critica los dosieres y la información que le dan. Salaberría afirma que el público es muy culto y vuelve a insistir en el hecho de que el error está en que los creadores no estén en el día a día en contacto con el público como ocurre en Europa, porque aquí se hace lo que quiere el político y precisamente en este momento hay más censura de la que nunca hubo en estos últimos 35 años. Y respecto a que el público solamente quiere pasárselo bien y divertirse, cree que no es así, y que de todas formas diversión y toma de conciencia no están reñidos. Terminó afirmando que público hay, pero si queremos aumentarlo hemos de trabajar a los espectadores desde los trece años.

Pedregal puntualiza que él no dijo que el público no deba divertirse y habló de una diversión creativa. Para él esos 18 millones de los que habla Salaberría son los mismos ciudadanos que consumen televisión y no son distintos de los otros ciudadanos españoles.

[...] al productor Salaberría no le preocupa el público porque sabe cómo atraerlo. Para él el problema está fundamentalmente en el espacio teatral y en cómo y quiénes lo gestionan.

[...] la ciudadanía es culta, pero su nivel de exigencia es bajo, prefiere pasar el rato, y en cuanto a la censura, la hay y es muy sutil, y lo que es peor todavía: existe autocensura por parte de los creadores. [...] La oferta tiene que asumir el riesgo y la posibilidad del fracaso.

Salaberría vuelve a tomar la palabra para decir que ellos han pasado de invertir 42.000 euros de media a 21.000 para conocer la realidad del espectador: que los espectadores escriben la experiencia vivida en el espectáculo, porque les piden que escriban lo que saben sobre los actores, sobre los autores... Y que lo cierto es que muchos acuden al teatro con un dossier. Habló también de su trabajo con la Universidad Nebrija y con su asesor de comunicación para saber qué pedía el ciudadano para ir al teatro.

Pedregal se mantiene en su posición y Mariano de Paco apunta que habría que introducir la figura del aficionado, mientras que Salaberría añade que el problema no está en Madrid, sino en la endogamia que practican muchas de las comunidades autónomas y en la fuerte censura existente.

Santiago Martín Bermúdez preguntó si realmente creían que ese público culto que va a las exposiciones y que lee los grandes periódicos del país, y para el que él escribe, está realmente en los teatros.

Ignacio Amestoy afirma que más que públicos lo que hay son ciudadanos que van al teatro, que el teatro ha funcionado en las ciudades y que tuvo momentos de máxima integración (Atenas), pero que ahora estamos en una sociedad de mercado, y recordó un comentario de Sánchez de Asiáin: «en el mercado lo que está mandando es la demanda y en cultura tiene que mandar la oferta». Es verdad que la ciudadanía es culta, pero su nivel de exigencia es bajo, prefiere pasar el rato, y en cuanto a la censura, la hay y es muy sutil, y lo que es peor todavía: existe autocensura por parte de los creadores. Amestoy insistió en lo que para él es fundamental: la oferta tiene que asumir el riesgo y la posibilidad del fracaso, cosa que en este país se practica poco, y nos recordó que en Londres estrenan 30 autores todos los años.

Yolanda García Serrano reconoció que, en general, los autores no sabemos cómo llevar a la gente al teatro porque no sabemos cómo vendernos, y añadió que si tenemos, como dijo Salaberría, 18 millones de espectadores, no entendía «que nos sigan pidiendo actores que salgan en la televisión».

Valderrama intervino para adherirse a lo expuesto por Pedregal y añadió que la culpa de esta situación hay que atri-

buírsela a los autores, a los políticos y a los empresarios por este orden.

David Ladra empezó manifestando que Salaberría tiene razón al cargar sus tintas contra la censura y que respecto a los espacios teatrales habría que preguntarse si no estarán artificialmente colocados. Que, por lo general, en esos teatros no se hacen espectáculos que interesen a los ciudadanos que viven en su entorno, y citó el caso de algún centro dramático nacional, y que en ello está la causa de que no se utilicen como deben, cosa que no le ocurre a la red de teatros de Francia, por poner un ejemplo. La posibilidad de que el autor trabaje conjuntamente con los demás profesionales es prácticamente nula al no haber una lógica organización del lugar teatral que permita dirigirse a quienes están más cerca para hablarles de sus problemas..., un teatro real que crezca orgánica- y proporcionalmente en torno al lugar. Jesús Campos terminará recogiendo sus palabras para abrir una nueva intervención.

Domingo Miras quiso tratar de identificar qué cosa es el público: «si es aquel que va a ver un espectáculo y se siente representado o identificado con lo que está viendo, habrá que hacer obras para ese público, hablarle de los problemas de hoy. ¿Qué espera el público encontrar? ¿Que le hablen de su vida (y estaríamos ante un teatro costumbrista), como piensa la mayoría, o que le hablen de sus ideas, como quiere una minoría? El teatro de masas interesa a todos los públicos, no habla de ideas, sino del modo de vida de la gente, por eso el teatro costumbrista está tan de moda ahora; el teatro de ideas, en cambio, interesa a pocos, es más arriesgado, pero no por eso hay que dejar de lado a esa minoría». Recuerda Domingo que durante el franquismo había un teatro de izquierdas, que era el que hacían los grupos independientes, y un teatro de derechas, que era el de Pemán y sus adláteres. «Quizá sea el momento de volverse a plantear por qué ahora no nos preguntamos por qué están las cosas como están».

Tras un par de breves intervenciones que no se referían al tema del público, el moderador planteó, para cerrar la sesión, si sería conveniente volver a convocar otro encuentro con el mismo tema, sugerencia que fue aceptada.

Naturalmente, siendo el teatro algo tan efímero, nuestro público también lo es. Necesitamos, pues, para poder aclararnos sobre qué es el público, apoyarnos en bases más objetivas y echar mano de otras experiencias, que podemos encontrar en historiadores, psicólogos, sociólogos y críticos, aunque el apoyo fundamental lo encontremos en las gentes del teatro. Todas esas experiencias ajenas nos ayudarán en cada momento a conocer si aquel «destinatario implícito» que guió nuestra escritura será ese ciudadano que al entrar en la sala se convierte en «nuestro» público. ■