

## Conferencia de **Nines Carrascal**

Producción y Distribución de compañía de Teatro y Danza

### **“LA CALLE COMO ESCENARIO-NUEVOS ESPACIOS PARA LAS ARTES”**

“Buenos días y gracias a la organización por invitarme a las jornadas. Tengo una corta experiencia en la distribución de espectáculos de calle, de hecho sólo he vendido tres espectáculos de Producciones Imperdibles y luego hablaré de como funcionaron estos espectáculos en el mercado. Antes de llegar a esa cuestión quisiera hacer una pequeña reflexión.

En los últimos 25 años se han producido muchos cambios en el sector de la cultura a nivel político, económico y sobre todo social. Muchos de estos cambios han tenido lugar a toda velocidad, con mucha improvisación y en muchos casos ha faltado un proceso de reflexión profundo. En su momento muchos colectivos de artistas tuvieron que convertirse en empresas sin tener ninguna vocación empresarial. Si hace 25 años la gestión de los teatros estaba en manos privadas hoy en su mayoría está en manos de las Administraciones públicas. En los últimos 25 años (desde el año 1982 hasta hoy) se han puesto en marcha muchos programas de rehabilitación y construcción de nuevas infraestructuras escénicas lo que ha supuesto un incremento importante de espacios escénicos y sobre todo un fuerte impulso a la descentralización geográfica polarizada en Madrid y Barcelona. Han pasado 15 años y hoy tenemos una excelente red de teatros, auditorios, casas de cultura, espacios multiusos... muchos de los cuales no tienen equipos profesionales que los gestionen, carecen de presupuesto y de proyectos de gestión y por supuesto de público. Es cierto que las artes escénicas han quedado encerradas entre cuatro paredes, que el sistema educativo no contempla la enseñanza del teatro como materia curricular y que solo una minoría disfruta del teatro y asiste a las salas. Y es en este momento en el que la calle está cobrando fuerza entre otras razones porque la falta de público está obligando a los programadores a cambiar la estrategia y a dejar de considerar la calle como un subproducto de la cultura. La calle tiene un inmenso potencial tanto que escaleras, plazas, fachadas, bosques... que antes eran solo lugares públicos de paso, momentáneamente pueden convertirse en auténticos espacios escénicos. El término “artes de la calle” es ya un término aceptado y reconocido que entiende la calle de una manera más amplia. Es un concepto más plural y elástico que solo puede tener peligro cuando se convierte en un cajón desastre. Proyectos como “In situ” o

“ciudades que danzan” pretenden recuperar el concepto de ciudad y de espacio urbano en relación con las artes, combinando música, danza y teatro y dándoles otro valor.

Para la distribución la calle es un desahogo. El mercado está saturado de espectáculos de sala y a la italiana. Muchos creadores y compañías han salido a la calle porque los límites espaciales desaparecen, porque aparecen otros elementos sensoriales y porque la calle permite una convivencia más intensa y pura con el espectador. Producciones Imperdibles es una compañía andaluza que después de muchos años de trabajar para sala sentía la necesidad de salir a la calle a buscar al espectador y ofrecer otra mirada. En Bombonera, Mirando al cielo y Caleidoscopio lo que cambiaba era la perspectiva del espectador. En “La Bombonera” construyeron una carpa con 12 agujeros y solo 5 metros de diámetro y los espectadores introducían la cabeza por esos agujeros. Dentro un bailarín bailaba durante ocho minutos. Desde el punto de vista de la producción era arriesgado porque el mercado es muy homogéneo y poco atrevido pero, era “diferente”. Se instalaba en la calle durante cuatro horas y el transeunte que pasaba a su lado se paraba, metía la cabeza y estaba ocho minutos viendo un espectáculo de danza. Muchos programadores tenían un criterio muy economicista a la hora de comprarlo porque lo podía ver muy poca gente, sin embargo se vendió bien porque el efecto que producía era genial. Después de la Bombonera se estrenó Mirando al cielo, un escenario transparente de metacrilato. Debajo cabían 36 personas y se hacían diez pases al día con lo cual entraban 360 personas al día. Se vendió mucho. ¿Por qué? Porque el espectáculo funcionaba con el espectador, la gente quería meterse debajo de la estructura y mirar, era una experiencia única e irrepetible y nadie se la quería perder. El programador se da cuenta inmediatamente del efecto que eso produce en su público y del eco que ello genera en los medios de comunicación. Tenía morbo y se montaban colas eternas para entrar, al final éramos una barraca de feria, una atracción genial para todos los públicos. Hay que buscar la diferencia, distinguirse en el mercado y provocar en el espectador una sensación única, que merezca la pena. La calle comienza a despertar, ya no es una prolongación de la sala, es el momento de acercarse al espectador, tocarlo, sorprenderlo. Está creciendo el nivel de gestión y el nivel de presencia de la cultura callejera y ahí tenemos un camino por recorrer.