

“Presente o papel de las Artes de Calle en la programación Teatral y Cultural en la Era de la Crisis”

Rafael Salinas

Gerente del Festival Al Carrer de Viladecans

Egunon, bon dia, buenos días. Es una satisfacción debatir nuevamente con los programadores, directores y compañías de calle los problemas que nos afectan. En esta ocasión las circunstancias nos han dirigido a una nueva temática: la crisis. Intentaré aprovechar esta ocasión para incidir en las causas de la crisis y en las posibles soluciones a la misma, desde la perspectiva personal, que compagina gestión empresarial y experiencia administrativa.

En estos días se está celebrando en Barcelona un congreso bajo el título “Economía y Cultura”. En miércoles pasado el alcalde Barcelona, Jordi Hereu, disertaba en el Ateneu Barcelonés con el título “Contra la crisis, més Barcelona”. Ha sido un acierto de los organizadores proponer este tema en las jornadas de ARTEKALE; y espero que mi intervención aporte alguna idea interesante.

En la apertura del congreso “Economía y Cultura”, Juan Carlos de Borbón decía: “En medio de una crisis de tan serias repercusiones sociales, nuestras economías avanzadas encuentran una oportunidad de diferenciación y de creación de valor en nuestra amplia y variada tradición cultural. Toda Europa sabe de la importancia de volcar un esfuerzo adicional para estimular las industrias culturales como instrumento para contribuir a recuperar el crecimiento de la economía y a consolidar antiguos y nuevos modelos de crecimiento y bienestar”.

La línea programática es ahondar por la cultura y por la creatividad, en procesos de innovación empresarial, dado que la cultura es un eje importante de la nueva economía.

Creatividad, conocimiento e innovación.

Cuando la crisis más se acentúa, es cuando la cultura es más necesaria y merece más atención por los estamentos oficiales y las entidades empresariales. Hay un modelo social, un modelo económico, en el que la cultura desempeña un lugar destacado.

En estos días Leioa nos ofrece la cara de la cultura en la calle. Un concepto de teatro, de danza, de música, de circo idéntico al desarrollado en espacios convencionales, pero diferente en su concepción.

Porqué. Porque el concepto de calle es de amplitud desmesurada. Cualquier manifestación, aspecto, intervención, que se plasma en la vía pública puede ser objeto de consideración de arte en la calle, de la calle.

El diseñador que proyecta un nuevo modelo de banco, el escultor que da forma a una fuente decorativa, el arquitecto que proyecta un edificio emblemático, todo ello nos lleva a considerar que la calle está invadida por muestras de arte, discutibles por muchos o por más, discutibles de utilidad, discutibles de su longevidad, pero a la fin y a la cabo forman parte de la cultura urbana en la calle.

Pero debatir sobre la expresión urbana no es el objetivo de estas jornadas.

Sí que es cierto que los profesionales de la cultura hemos reclamado nuestro espacio en el diseño de los espacios públicos, porque como arte conllevaba ser cultura. Porque antes o después teníamos que ocupar la calle para realizar la manifestación cultural necesaria.

Ahora bien, rivalizar con urbanistas, con arquitectos, con escultores es un camino peligroso y que entiendo que no lleva a ninguna parte. El arte crea cultura, la cultura eres tú, la cultura es todo, nada está exento de influir en la concepción de arte como cultura, pero cada uno tenemos asignado un espacio en la sociedad y ese espacio hay que respetarlo y valorarlo.

Un urbanista crea arte en la calle con intención de perdurar durante tiempo. Un arquitecto diseña el edificio como manifestación de arte en el conjunto del urbanismo implantado. Un escultor llena el espacio de objeto de arte que identifique y cohesione un espacio.

Los profesionales de la cultura cuando intervenimos en la calle es para recrear un breve espacio de tiempo con originalidad, con creatividad, con sorpresa, pero de ello no quedará nada cuando se hayan retirado los actores, cuando se recojan los elementos de la intervención, ni siquiera dejará constancia del hecho cultural realizado, excepto la fotografía o la filmación para el recuerdo y para las hemerotecas.

En este ámbito nos movemos los profesionales de las artes de calle. Los creadores inventan, crean, se expresan en el medio urbano que disponemos..

¿Cual es el arte de calle que nos compete? Deberíamos concretar que este tipo de arte son las artes escénicas de la calle, en la calle y para la calle. Últimamente en una sociedad tan diversa, tan global, todo tiene nombre, apellidos e incluso apodo. Por ello soy partidario de especificar el papel de los profesionales presentes de la cultura en la calle.

La intervención de las artes escénicas en la calle es tan antigua como la propia sociedad. Si las artes escénicas de la calle son tan antiguas, difícilmente van a desaparecer en nuestros días. Esto nos debe dar tranquilidad ante el título presente “en la era de la crisis”.

Entrando en materia de la era de la crisis. Es magnificar ligar esta crisis a una era. El diccionario de la lengua en sus dos primeras acepciones dice: Punto fijo o fecha determinada de un suceso, desde el cual se empiezan a contar los años. Extenso período histórico caracterizado por una gran innovación en las formas de vida y de cultura.

Nunca se ha desligado artes escénicas y crisis; cultura y crisis; pero ni la crisis ha sido tanta en el pasado, ni la presente crisis va a durar un “extenso período histórico”. Es cierto que hay crisis, pero no es menos cierto que esta crisis en el ámbito cultural se está afrontando con menor traumatismo que otros sectores, porque las empresas culturales son fuertes, porque la sociedad en general valora la cultura como una necesidad de primer orden.

Represento a una pequeña empresa cultural, Viladecans Qualitat, y en los cinco primeros meses de este año la asistencia de público a la programación cultural ha sido 10% superior a la misma del año anterior; la inversión en contratación ha sido el 15% más alta; y los ingresos han sido del 20% más altos. Esto en una pequeña empresa, en una ciudad periférica y con un alto nivel porcentaje de desempleo.

Históricamente hemos ligado pobreza con cultura, crisis con desafectación teatral, teatro, música, danza, circo con bohemio, con la sensación de que “es lo mismo, hago lo que me gusta, que es lo quiero”. Eso no es así. Más adelante hablaremos de que la cultura representa un PIB superior a sectores industriales, que tradicionalmente han sido considerados de alta ocupación y de alto negocio. Se ha ligado cultura y crisis porque unas veces no habían textos, otras porque no habían actores y/o actrices, otras porque no habían espectadores, otras porque no había dinero. En cualquier caso el victimismo ha sido una constante en el sector. Un victimismo que no ha favorecido a la profesión, porque con llanto no se avanza.

Hoy día un proyecto empresarial coherente es objeto de créditos bancarios; y que cada uno haga una reflexión sobre su territorio. Como ejemplo diré que en Barcelona se ha reformado un teatro en ruinas, Teatro Goya, por parte de una empresa teatral con créditos de al menos de dos entidades bancarias. Es un proyecto empresarial que genera empleo, que genera riqueza.

Es cierto que la cultura, y en ello se contemplan las artes escénicas, es una explotación rentable económicamente.

Los datos del Ministerio de Cultura, respecto al quinquenio 2000-2004, presentan que la actividad cultural más la propiedad intelectual genera más de 38 mil millones de euros al año, lo que representa un 3,8% del PIB, superior a la aportación de la agricultura, de la ganadería a la economía nacional; por encima de la aportación de la energía.

Incluso el crecimiento de la economía en España en este quinquenio ha sido del 7,4%, inferior al crecimiento de las artes escénicas, que alcanzó el 7,7%.

Estos datos estadísticos desmitifican el concepto de precariedad de las artes escénicas. Nuestro sector genera riqueza.

El sector ha mejorado mucho con la creación de empresas, de proyectos empresariales.

Las compañías, los actores y las actrices, los creadores se han percatado de que con el quejío constante no se avanza. Así que se ha pasado a la acción. Tengo, dispongo, arriesgo, invierto, me organizo, ofrezco y el mercado me ofrece múltiples posibilidades.

El tengo, dispongo, arriesgo, invierto, organizo, etc, es el conjunto de complementos de las artes escénicas: el talento, el trabajo, el capital, los créditos, los medios, igual que en cualquier empresa.

Los datos aportan luz sobre el sector.

Las fuentes de financiación del sector no se limitan a un solo campo, son muchos los campos a trabajar.

Detallaré algunas fuentes de financiación:

- Las administraciones con sus planes de ayudas, de subvenciones, de convenios. Indudablemente las ayudas se han de regular por convenios, porque es necesario planificar el trabajo. Una subvención es para algo concreto que no tendrá continuidad. Los dineros públicos deben ser para proyectos de continuidad, para crear tejido empresarial. Este es un apartado que hay que explotar, respetar y potenciar.
- Los sponsors. Cualquier medio de publicidad es válido para fortalecer la producción. La presencia de la imagen del producto en cuestión en la escenografía; la colaboración en los desplazamientos, en las residencias de la gira; etc.
- Las coproducciones. Compartir el riesgo con otras empresas en el intercambio de valores: valor económico (inversión en la bolsa de la cultura); valor social; valor publicitario.

- Los mecenazgos. El desarrollo de la ley de mecenazgos que motive la implicación de la sociedad y del empresariado en apoyar el desarrollo cultural.
- Los propios medios. Comentaba que los proyectos culturales se han de planificar como empresa. Una empresa no puede emprender un proyecto sin capital, sin tesorería, porque se limita enormemente las posibilidades.
- Los espectadores, en el caso de sala. En el caso de espectáculos de calle, evidentemente, no hay recaudación de espectadores.

Hasta ahora he hablado por rozamiento de la crisis, de la era de la crisis en el principio del siglo XXI.

Todos tenemos nuestra visión de la crisis, acertamos en un apartado del análisis de la crisis, pero no dominamos el global de la actual crisis.

Es evidente que para las empresas del factor la mayor repercusión en la actual crisis es la financiación de las producciones. Las entidades bancarias han reducido a la mínima expresión los créditos por el abuso realizado en participaciones contaminadas.

Las administraciones han visto reducidas sus posibilidades presupuestarias por la bajada drástica de sus fuentes de financiación, que básicamente eran las mismas de siempre: licencias de obras.

Las entidades bancarias no financian nada, porque hay gran desconfianza en el retorno del dinero (actualmente la morosidad supera el 5%, según datos oficiales y aún no ha comenzado la parte más dura de la crisis). Si el riesgo asumido por las entidades bancarias, principalmente en la construcción y en el consumo familiar, no fuera tan alto, habría crédito más o menos caro, pero habría línea de crédito asegurada. Estas nos hacen pagar los abusos cometidos por sus dirigentes en el reparto de comisiones, en la entrada en la gestión de productos contaminados.

La sociedad ha vivido por encima de sus posibilidades, incluidas las compañías teatrales de calle, no creando caja para momentos difíciles, pero ello es genérico por lo que no es un defecto exclusivo del sector.

En este panorama, todas las culpas se centran en los bancos, en las cajas de ahorro, en las administraciones, en la construcción, en el consumo.

No haré de abogado del diablo, pero el sector teatral, musical, de danza ha vivido muy cómodo mientras recibían créditos con poca fiabilidad, mientras las subvenciones llegaban de forma más o menos justificadas, mientras las inauguraciones de complejos urbanísticos facilitaban contratos muy por encima del valor real, mientras el consumidor llenaba festivales, fiestas, eventos.

Durante este tiempo se han producido errores empresariales, de estrategia. Los créditos conseguidos no se correspondían a un plan estratégico de la compañía. La amortización de los créditos era de dudosa fiabilidad, porque después de la creación de un espectáculo no había la continuación de un proyecto que diera continuidad a la compañía, a la empresa; porque si fallaba una vía, teníamos otra de recambio. En estos días conversando con amigos del sector me decía alguno que ahora como el gran formato tiene dificultades para crear, hemos decidido volver a los orígenes de espectáculos de pequeño formato y administrar los recursos de estos últimos años. Otros han dirigido su trabajo hacia sectores más seguros (talleres, teatro escolar, etc), sin olvidar en ningún momento las intenciones de creación de grandes producciones.

La crisis, evidentemente, no es producto de las compañías, ni de los artistas. Sí que hay, sin embargo, una causa de la crisis del sector que no va ligada a la crisis general actual. Es la crisis de talentos.

Personalmente desde hace veinte años me fijo mucho en las producciones de calle de las compañías francesas. Desde el principio del año 2000 hay un descenso importante en la creatividad de las producciones de calle en todo país y en el país vecino. Efectivamente, la falta de creatividad, y con ello no estoy hablando de estrenar nuevo espectáculo, ha conducido a una vía muerta, salvable con algunas de las medidas que expondré a continuación.

¿Cuáles han sido las causas?. A mi entender las causas son varias.

Una, **la falta de ideas**, la falta de creadores que motivaran la razón de ser del sector. Es cierto que después de años de gran creación es difícil mantener el alto nivel de creatividad, pero como no éramos conscientes de ello se ha mantenido y aumentado las estructuras organizativas, se ha dependido mucho de los presupuestos públicos, sin buscar otras financiaciones alternativas.

Dos, **el número de trabajadores** en el sector de calle se incrementaba sin especializaciones concretas. En los años ochenta era posible pasearse por Europa con veinte años, unos zancos o unas mazas o unas bolas. El tiempo inexorablemente avanza a pesar de nuestra voluntad y ello conlleva que necesitemos de otra forma de actuar. Se produce atasco mental y físico. La sociedad avanza y no podemos ser ni barca que se deja arrastrar, ni puente que ve pasar los acontecimientos. Hay que ser reactivos.

Tres, **la falta de renovación en la gestión**. El teatro de calle es tan complejo como el teatro de sala, sin embargo es difícil encontrar la evolución hacia otras formas de creación. Hay contadas experiencias de creadores de calle que han evolucionado hacia otras modalidades. La más conocida es el caso de Comediants (Joan Font) y de La Fura dels Baus (todos sus componentes en conjunto) y más recientemente Manolo Vilanova y Leandro Escamilla, de Xarxa Teatre, con la dirección de escena de una ópera, con el próximo estreno en el teatro Romano de Mérida..

El futuro del teatro de calle es optimista, porque nunca dejaremos de potenciar los espectáculos de calle como forma cultural intrínseca en los países del sur de Europa.

Como en todo proceso de crisis, la actual coyuntura propiciará una selección en el sector. Por una parte, veremos aparecer formas muy sui generis del teatro de calle, por no decir productos infumables. Pero por otra parte, descubriremos nuevas creaciones fruto de la reflexión del momento.

Aquella compañía que se formule con una organización empresarial coherente con sus posibilidades, que module su creatividad desde dentro y/o con encargos externos, que incida en la formación técnica de sus componentes, que amplíe el campo de financiación, que diversifique su oferta, estas compañías verán fortalecidas sus expectativas de futuro.

En estos tiempos de crisis, muchos gurús de la economía mundial exponen recetas para superar las dificultades de la actual crisis. Unos predicán el final de un modelo económico; otros reflexionan que el modelo es válido, pero necesita correcciones. Personalmente pienso que el modelo está inventado, son las oportunidades las que hay que aprovechar. El cambio de una economía del ladrillo a una economía del conocimiento es el ideal de los gobernantes y de los dirigentes, pero ni lo primero desaparecerá, ni lo segundo se implantará en todos los territorios. Es necesario corregir los errores que nos han llevado a esta situación límite, que no se conoce cuando, ni cómo acabará.

En la mayoría de los casos, las soluciones no están a nuestro alcance, porque representan a la alta economía, a la macroeconomía.

A ellos les debemos dejar para que resuelvan nuestro destino, que ha empeorado por su alta inteligencia que nadie puede discutir, por su propia avaricia, por sus propios abusos, por sus propias luchas y mentiras.

Mientras tanto, nosotros debemos trabajar día a día para dar respuesta a nuestras dificultades.

En estos días he leído del profesor de Finanzas de CEF (Centro de Estudios Financieros) Juan José Pintado, un decálogo bajo el título “Las diez cosas que no debe hacer una empresa en tiempos de crisis”.

Dice el profesor Pintado: *“El panorama y las expectativas económicas han empeorado drásticamente de forma muy acelerada. En estos momentos en los que proliferan las amenazas y retos para las empresas, debemos destacar que los aspectos de mayor gravedad tienen que ver con la liquidez y las diversas necesidades de financiación”.*

Ante ello, como empresa, es indiferente si se trabaja en la administración, en una cooperativa, en una sociedad, no se debe hacer en tiempo de crisis:

1. **Negar el impacto de la crisis:** Incluso en el caso de aquellas empresas que aparentemente todavía no se han visto afectadas por la crisis, los vasos comunicantes de la economía acabarán provocando la ramificación del impacto. Por lo tanto, aunque

sólo sea, como mínimo, en aspectos parciales, la crisis acabará afectando a casi todas las empresas del país.

2. **No extremar la cautela:** La previsión de la tesorería a corto y medio plazo es vital para el funcionamiento de la empresa en las circunstancias en las que nos encontramos. Las empresas no deben descuidar ni sus ingresos, ni sus gastos. Es importante seguir muy de cerca la evolución del mercado y de las ventas.
3. **Descuidar la comunicación.** En momentos de crisis es especialmente necesario gestionar adecuadamente las comunicaciones con el entorno: clientes, proveedores, Administración, empleados. El silencio total puede ser tan negativo como una indiscriminada emisión de información. Hay que administrar los mensajes tanto internos como externos, manteniendo informados de aquellos acontecimientos que afecten a la organización, así como de las medidas que se están llevando a cabo en relación a los mismos. Sólo así podremos neutralizar los efectos negativos de rumores e informaciones inexactas.
4. **No ponderar los costes e ingresos para cada escenario:** Es importante estimar situaciones de “Máximo y mínimo riesgo”, a fin de prever las posibles actuaciones de contingencia en cada una de ellas. Se han de diseñar distintas categorías de posibles acciones, replanteando los objetivos para intentar minimizar las posibles consecuencias negativas de la crisis.
5. **“Pasar” de los presupuestos y del endeudamiento:** En función de la flexibilización de la que se dispone, es preciso ajustar los gastos en la cuenta de resultados prevista de la empresa, y lograr su estricto cumplimiento. La existencia de pérdidas aumenta el peligro de cierre empresarial. Hay que centrar gran parte de los esfuerzos en conseguir la financiación o refinanciación necesaria para alcanzar el equilibrio financiero de la empresa. Sobre todo para las PYMES, la financiación del circulante, la del “día a día”, es fundamental.

Si hasta ahora era normal hacer una previsión económica anual, un presupuesto anual, ahora es posible que tengamos que realizar planes económicos mensuales o semanales. Planes que contemplen los pedidos de clientes, la solvencia del cliente y

de su negocio, la tesorería propia y la reacción de las entidades bancarias, la elección del proveedor y del material.

6. **Descuidar la delegación de decisiones:** Frente a la incertidumbre reinante, muchas decisiones anteriormente delegadas o automatizadas, deben de ser examinadas y, quizás, recentralizadas de nuevo.

Lo que hasta ahora era natural: sistema de análisis, equipos de información; en esta nueva conjetura es preciso disponer de equipos orientados a los resultados, de personas con liderazgo para cohesionar el equipo.

7. **Continuar “sin más” los proyectos e inversiones en curso:** Es preciso reconsiderar los proyectos en marcha o previstos, manteniendo en el congelador aquellos que no vayan a mejorar a corto plazo los resultados o la facturación. Puesto que nos encontramos en un escenario diferente, se debe revisar la validez de las estimaciones realizadas antes del periodo de crisis.

8. **Desatender a los posibles cambios del mercado:** La situación reinante y el empeoramiento de las expectativas provocan un acelerado y continuo cambio en las pautas de comportamiento de los agentes que intervienen en el mercado. Lo que obliga a estar permanentemente vigilantes a las variaciones habidas en las ventas, y las reacciones de las empresas competidoras. Cuanto más rápida sea la respuesta de la empresa frente a los cambios del mercado, mejor se podrán planificar las estrategias que permitan restablecer el negocio.

9. **Sobre reaccionar:** La crisis es una situación delicada, por lo que no se deben tomar decisiones apresuradas. Se debe imponer la templanza. Tan desaconsejable es la reducción masiva de personal, como lanzarse a hacer contrataciones indiscriminadamente.

10. **No prever los posibles escenarios una vez superada la crisis:** Existe un después de la crisis y hay que pensar en él. El empresario ha de imaginar cómo puede quedar el sector, y replantearse la búsqueda de nuevos mercados y productos para cuando termine la crisis.

Estos diez mandamientos se reducen a dos: vigilarás el momento con mucha atención y te dispondrás para la salida de la crisis, que no será infinita.

Si somos capaces de ser fuertes en la crisis, seremos potentes en la salida de la misma. Nos hemos de preparar para lo contrario de la situación actual. Cada uno responde de una forma diferente ante las dificultades, pero todos hemos de estar preparados para afrontar el presente y el futuro.

Y hemos de aprender de todo aquello que en el período de bonanza no se ha hecho bien: sobredimensionar la empresa, no diversificar el negocio, abandonar la formación, etc.

Gracias por su atención.

RAFAEL SALINAS SERRANO (1952).

Licenciado en Filosofía y Ciencias de la Educación. Gerente de la empresa municipal SPM Viladecans Qualitat, SL, cuyo objetivo es la organización, promoción, gestión, administración, explotación y mejora de todo tipo de equipamientos deportivos y culturales, así como la practica deportiva y cultural. Es director fundador del Festival Internacional de Teatre i Animació de Viladecans, AL CARRER; en la actualidad es el coordinadorgerente.

Ha participado en como ponente en congresos y seminarios, especialmente como experto en el teatro y animación de calle.