

# AUDITORIO BARAÑÁIN.

navarra

**AUDITORIO BARAÑÁIN**, Navarra  
Coordinador, Fernando Sáenz de Ugarte  
[www.auditoriobarain.com](http://www.auditoriobarain.com)

## ■ Públicos a través de la creación

Desde el momento de su inauguración en el año 2003, el Auditorio Barañáin se concibió no sólo como un espacio de exhibición sino también como centro de creación y formación, abriendo así una importante vía a la gestión de públicos. Aquí entran en juego ‘los duendes’, es decir, las compañías de teatro, ópera o cine que trabajan y ensayan dentro del Auditorio y que, como explica el gestor Fernando Sáenz de Ugarte, *se trata de que estos grupos que utilizan sus instalaciones para crear, tengan también un espacio de relación con el público.* Con esta idea nace una de las actividades más ejemplares de Barañáin: *Manos a la Ópera.* Una de estas entidades es Ópera de Cámara de Navarra, que hace una producción anual que presenta en Navidades, época que aprovechamos para hacer unas colonias urbanas, en las que sus participantes viven el proceso de montaje, ensayos y de actuación de la obra. En este proyecto se involucran más ‘duendes’, además del propio Auditorio y Ópera de Cámara de Navarra. En primer lugar, Bitartean Arte y Educación se encarga de organizar manualidades con los más pequeños, fabricando elementos de escenografía y atrezzo que luego emplearán los niños de mayor edad en una representación; Chopin Studio, especialistas en colonias musicales, preparan con los chavales de entre 6 y 12 años, partes de esa ópera que al final de las colonias presentarán al público; por último, los adolescentes (de 12 a 16 años) realizarán con la escuela de cine Los Súper 8, un *making off* de todas las experiencias incluidas en estas colonias. **De lo que se deduce que Manos a la Ópera es fundamentalmente un trabajo de coordinación de cuatro ‘duendes’ que tenemos en el Auditorio.** Dicho así, suena divertido... El caso es que gracias a este acuerdo de aportar vida al Auditorio a cambio de utilizar sus espacios, este proyecto consigue no sólo la realización y exhibición final de la producción de ópera profesional, sino además una presentación en público de esa otra pequeña ópera juvenil, con la escenografía diseñada para la ocasión, y un divertido *making off*.

Esta idea tan redonda es fruto de dos experiencias anteriores: por un lado, de unas colonias de verano que ya se venían haciendo con la im-

plicación de estas mismas entidades; por otro, de unas jornadas abiertas de ópera, orientadas a familias, aprovechando montajes de Ópera de Cámara de Navarra. *Queríamos darle una continuidad a todo esto y tejer un proyecto donde el público (en este caso el infantil y juvenil) participara del proceso de creación desde dentro como un sujeto activo, que pudiera crear basándose en una obra de arte como una producción de ópera y aprovechando los recursos del propio Auditorio.*

## Manos a la Ópera

Una vez que Ópera de Cámara de Navarra tiene claro cuál va a ser su propuesta anual y ha definido el libreto y la música, las cinco entidades involucradas en el proyecto se ponen, nunca mejor dicho, manos a la ópera... En torno a mayo o junio comienzan a convocar reuniones para trazar las actividades a desarrollar dentro de las colonias, y en todo este proceso se implica también al director técnico del Auditorio y al departamento de comunicación, que sigue un procedimiento parecido al que lleva con el resto de actividades del centro: *Entre ‘audikides’, que son los mayores, y ‘audikidetxos’, los más pequeños, andaremos por una base de unas 2500 direcciones, a las que se les manda periódicamente información del Auditorio.* Es importante tener en cuenta que, aunque el objetivo principal de Manos a la Ópera, es acercar al público estos procesos de creación, hay obviamente una clara intención de venta de entradas puesto que, como explica su gestor, *la participación en las colonias conlleva una invitación para ir a ver la representación de esta ópera familiar y normalmente los niños vienen con sus padres, quienes también les acompañan a ver su actuación, el making off, etc.* Lo que se consigue es un efecto multiplicador a la hora de captar público.

## La figura del dinamizador social

A pesar de todas estas actividades, el Auditorio Barañáin no cuenta con un departamento de gestión de públicos, sino que es la propia sección de comunicación, prensa y marketing, la que absorbe esta tarea. Sí que es verdad que fuera de plantilla, hay una persona en un puesto subvencionado que se encarga de los temas relacionados directamente con el público, *una especie de dinamizadora cultural que trabaja en tres proyectos: 'Públicos con voz', consiste en pasar encuestas a la entrada y salida del auditorio, además de recorrer las calles con unas bicis y triciclos especiales preguntando y pasando información a la gente; Arte en Pañales, un programa de conciliación de la vida familiar y artística que permite que las mamás vayan al cine con sus bebés y les puedan dar de mamar o de comer, gracias a un sonido menos estridente y luz tenue en la sala, o, si los niños son mayorcitos, tengan la posibilidad de dejarlos en una ludoteca; por último, a través de Transportarte, intentamos que la gente llegue al Auditorio utilizando medios no contaminantes, de modo que si vienen en bici, bus o andando, le damos un Euro-transportarte que pueden utilizar luego en las entradas del teatro, en el planetario de Pamplona y en una serie de comercios [iniciativa que les mereció un Premio a las Buenas Prácticas Medioambientales del Gobierno de Navarra].* Fernando destaca lo valiosa que es la recogida de información que realiza regularmente esta persona aunque objeta que *el problema es no contar luego con los recursos necesarios para hacer una evaluación adecuada.*

*Nuestros **duendes** utilizan el auditorio para crear y al mismo tiempo relacionarse con **el público***



## Esfuerzo extra, no sin recompensa

*Hablar de recursos en el Auditorio Barañáin es hablar siempre de escasez, no tanto a nivel humano, como a nivel monetario. La dificultad reside en que no hay un presupuesto bien definido para todo lo que es el trabajo de desarrollo de audiencias, aunque sí cuentan con pequeñas ayudas a nivel público para algunos de los proyectos como es el caso del puesto del dinamizador social, subvencionado por el Servicio Navarro de Empleo, o el del programa *Arte en pañales*, para el que reciben ayuda del Instituto para la Igualdad Navarro. Como dentro de la estructura del Auditorio hemos definido que la gestión de públicos es algo imbricado dentro de cualquier actividad, tratamos para ello de estirar el presupuesto general del teatro. En cuanto al esfuerzo extra que esto supone es innegable, pero forma parte de una apuesta global dentro del Auditorio, es decir, la atención al público la realiza, desde el responsable de administración, hasta el gerente. La intención es buscar esa cercanía, que el Auditorio sea una casa amable, tanto para el que se sienta en el patio de butacas como para quien viene a actuar. Y este trabajo acaba mereciendo la pena, el propio Fernando lo vive como algo muy gratificante: Por poneros un ejemplo, todo el trabajo que podemos hacer con el público infantil tanto en las colonias veraniegas como en *Manos a la Ópera* se traduce en dibujos, cartas, e-mails, sonrisas de oreja a oreja, visitas...*

*Eso sí, para ver resultados se requiere paciencia. La efectividad hay que medirla a largo plazo. Es importante esperar a que pase el efecto novedad de muchos de nuestros proyectos y saber si realmente tienen su poso y se mantienen en el tiempo. Un intenso camino en el que Fernando y los suyos practican continuamente el ensayo-error, guiados por una máxima que no paran de repetirse en momentos de flaqueza: *Nosotros también podemos ser artistas programando*. Pero como a veces las ideas se agotan, Fernando ve fundamental la comunicación con otros espacios escénicos con el fin de *saber qué experiencias se hacen en otros teatros y cuáles han sido exitosas o no. A mí me encantaría que Transportarte o Arte en Pañales fuera exportable y coger a la vez nuevas ideas para el Auditorio, así como importar experiencias de otros espacios*. Ahí está el quid de la cuestión que nos ocupa.*

14

