

TEATRO BÉRGIDUM

Ponferrada

Teatro Municipal Bérgidum. Ponferrada (León)

Director: Miguel Ángel Varela

www.teatro.ponferrada.org

Titularidad

Pública

Salas

Teatro Bérigidum (aforo: 625).

Patio de la Higuera-Museo del Bierzo (aforo: 250).

Palacio del Castillo de los Templarios –Patio y Bodega– (aforo: 200/300).

Actividades que se desarrollan

Ópera, teatro, conciertos, congresos, música, danza, talleres, cursos, ensayos.

Inaugurado en 1946 y rehabilitado en 1996 como teatro público de propiedad municipal, ha mantenido en estos catorce años temporadas estables de teatro, música y danza entre septiembre y junio.

Contexto

Emplazado en pleno centro de Ponferrada (68.000 habitantes), capital de la comarca de El Bierzo, de la que es el espacio escénico de referencia.

Estrategias destacadas

- Programa de abonos (1/3 de la capacidad del aforo).
- Diversificación de públicos a través de ciclos de programación (diseño de ciclos específicos con propuestas minoritarias).
- Formación de público a través de iniciativas dirigidas a escolares.
- Puesta al día en nuevas tecnologías y canales de comunicación para acceder a una audiencia dispersa, incluyendo el empleo de material audiovisual para la promoción de espectáculos.

- El Teatro Bérigidum lleva a cabo una política de gestión de públicos asentada en tres pilares: la propia programación, la exploración de nuevos canales y fórmulas de comunicación y una acción divulgativa encaminada a formar al espectador. En su calidad de teatro generalista, el Teatro Bérigidum pone en escena una amplia oferta de espectáculos, de muy distinto cariz, pero lo hace combinándolo con propuestas más arriesgadas que, en principio, no están dirigidas a un público amplio, aunque sí encaminadas a satisfacer una demanda *exigente*.

Como en muchos otros teatros, aquí la labor de gestionar públicos recae en el director de la institución, pero es al mismo tiempo una labor transversal, que implica a todos los departamentos y personas que trabajan en ella. La responsabilidad última es, por supuesto, del director, Miguel Ángel Varela, que en este caso afronta con claridad de ideas la gestión de un espacio que tiene como público potencial a una población extensa (la comarca del Bierzo), ya que es el único espacio escénico de referencia en la zona.

Captar al público existente, formar nuevos públicos

El Bérigidum, al igual que tantos otros teatros que se constituyen como la oferta teatral de referencia en un área amplia, cuenta con un público asiduo. El teatro sigue una política (compartida por muchos otros) de venta de abonos de temporada, ligada a un ciclo de programación específico. “El programa de Abono –explica Miguel Ángel Varela– está pensado para el gran público. Se buscan espectáculos de calidad capaces de convocar un gran aforo”.

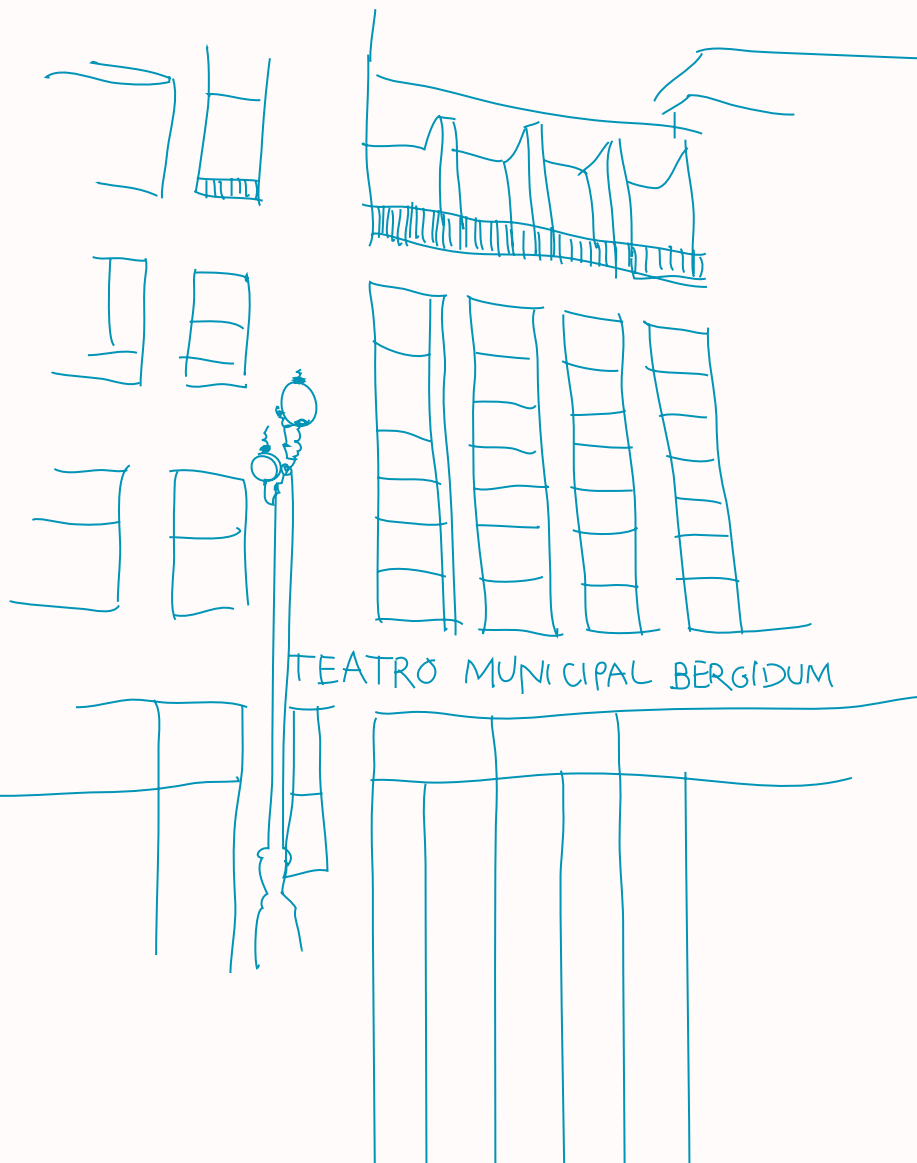
Varela es un defensor de este “sistema de abonos”. El Bérigidum cuenta con 219 abonados, esto es, un tercio del aforo. Y ahí se quiere mantener el límite porque, como sostiene el director, “no puedes tener *secuestrado* todo el aforo”, criterio que se repite en la mayoría de los entrevistados en esta edición de *Abierto al Público*. “Tampoco puedes convertir el sistema de abonos en algo elitista, en una fórmula por la cual siempre vienen los mismos, y sólo ellos, al teatro”, concluye Varela.

Desde 1996, cuando asumió la dirección del teatro, Varela inició la captación de nuevos públicos, captación que pasa también por “formar al espectador”. Ese mismo año se incluyó en la programación una campaña escolar para acercar el teatro a los niños y a los jóvenes. En el ciclo Escena Escolar, como explica Varela, “trabajamos con 9.000 niños de toda la comarca, haciendo muchas representaciones distintas, tratando de no repetir para que, cada vez que los niños vienen, vean algo diferente”. Además de atraer a los más jóvenes al teatro, lo que se

consigue con este ciclo es formar una *cantera* de espectadores a largo plazo.

“Hay una grave carencia de cultura escénica –sostiene Varela–. Todo el mundo conoce los nombres de actores o directores de cine. Pero no existe una cultura extendida sobre el teatro: los actores, los directores, los autores... no son conocidos o, al menos, no hay muchas personas que estén al tanto de sus nombres”. Por eso, desde un espacio de titularidad pública, como el Bérquidum, se asume una responsabilidad social, pedagógica y divulgativa.

La formación o, mejor dicho, la acción de poner a disposición del público herramientas y conocimientos que amplíen sus perspectivas del



hecho teatral e incluso vivencial, se lleva a cabo a través de diferentes iniciativas. Desde la más sencilla, como proveer al espectador de folletos más completos de las obras representadas (en los que se amplía información sobre la obra, el autor...) hasta el mencionado ciclo de Escena Escolar, con el que se logra sumergir a los chavales en el hecho teatral.

Varela está convencido: “Tenemos que conseguir que el espectador pueda decir de una obra algo más que ‘me gustó’ o ‘no me gustó’. Que sea capaz de entender conceptos como nuevos elementos escenográficos, lenguajes nuevos... Enriquecer su vocabulario y lograr que el teatro se introduzca en su imaginario cotidiano, que sea tema de conversación”.

Programación, ciclos

La programación, pieza clave en la gestión de públicos, se estructura en ciclos. La temporada empieza a principios de septiembre y termina en junio, y se articula en torno a dos ciclos de abono: Otoño e Invierno. Con el ciclo de abonos se intenta llegar al gran público, con propuestas de mayor atractivo comercial. Al término del ciclo de abono, se abre el ciclo Mu_danza, que en palabras de Miguel Ángel Varela, “apuesta por nuevos lenguajes y propuestas más arriesgadas, y que incluye teatro contemporáneo, danza, músicas del mundo, etc”.

Entre las variadas propuestas de Mu_Danza, Varela tiene claro que lo que busca no es llenar el aforo con cada representación y que cada puesta en escena está concebida para una audiencia más o menos numerosa; es más, en ocasiones –y a falta de una sala alternativa de menor tamaño–, algunas de las piezas dirigidas a un público minoritario se montan utilizando el escenario como patio de butacas.

A estos dos ciclos (Abono y Mu_danza) hay que sumar otros tres: Escena en Familia, Escena Escolar y Escena Solidaria. Esta política de ciclos persigue varios objetivos a la vez: diversificar públicos, tener la oportunidad de poner en escena propuestas de muy diverso carácter y dar cabida a las iniciativas de grupos, academias, asociacio-



nes... de carácter local. “Hemos ordenado esa actividad local y lo hemos organizado de tal manera que los finales de curso de las escuelas de danza de Ponferrada se hacen aquí y a través de representaciones benéficas”, puntualiza Varela.

Comunicación y nuevas fórmulas de difusión

La premisa a tener en cuenta cuando quieres comunicar tu actividad al público potencial consiste, según el director del Teatro Bérquidum, “en conocer cómo está estructurado el tejido social de tu zona, si te enfrentas a un tejido disperso o, por el contrario, bien estructurado y activo”. Varela cree que, desgraciadamente, en el entorno del Bérquidum, la actividad escénica choca con un considerable desinterés; “además –sostiene– el teatro no se percibe en esos ámbitos como algo útil, con una rentabilidad inmediata”.

Conociendo este entorno, ¿qué herramientas son más útiles para la difusión de la actividad? Por un lado, se cuenta con las tradicionales: distribución de folletos con la programación del teatro y relación con los medios de comunicación de la zona, que se hacen eco de estrenos e inicios de temporada. Pero, por el otro –y éste

es el que más interesa a Varela–, las nuevas tecnologías, canales y soportes comienzan a revelarse –si no se han revelado ya– como un vehículo de comunicación con enorme potencial.

Varela no lo duda: “Son el gran hallazgo. Particularmente, el descubrimiento de Facebook: te permite con gran rapidez cosas que no imaginabas, como entablar una comunicación fluida, no ya con espectadores del entorno cercano, sino de toda la comarca. Es un elemento de divulgación fantástico: cuelgas un vídeo y, al instante, ya lo han visto infinidad de personas”.

Ya no son de utilidad ciertos soportes que hoy parecen de épocas muy remotas, como “poner carteles en las calles. Es mejor una pantalla en un lugar de la ciudad donde puedas ver un audiovisual que pegar carteles; es más rentable un perfil en *Facebook* en el que el receptor no es pasivo”. Y no le falta razón. Las posibilidades que ofrecen hoy día los nuevos canales y formatos ha dado lugar a fórmulas de promoción en las que el sujeto puede participar, multiplicando así el poder de convicción; el gestor de públicos debe conocer muy bien ese potencial y saber que la relación con los medios requiere adaptarse al formato de cada uno de ellos ■



*Formar nuevos **espectadores** pasa por hacer pedagogía de la cultura escénica.*