

T.A.M.A.

Aldaia

T.A.M.A. · Teatre Auditori Municipal d'Aldaia
Directora: Francis López
www.aldia-ajuntament.es/tama

Titularidad

Pública

Salas

Teatre Auditori Municipal d'Aldaia. Aforo: 712.

Actividades que se desarrollan

Teatro, conciertos, música, danza y actividades de entidades culturales y asociaciones de la localidad.

El T.A.M.A. se encuentra en un edificio de nueva construcción, cuya moderna arquitectura constituye en sí misma un atractivo añadido: su equipamiento y las modernas instalaciones permiten puestas en escena que puedan requerir cierta complejidad en el montaje.

Contexto

El Teatre Auditori Municipal d'Aldaia atiende al público de la localidad, pero también de la comarca denominada l'Horta Oest. Además de una programación regular, es el espacio de referencia para festivales y representaciones de las organizaciones locales que ensayan en una sala 'alternativa' también de titularidad municipal, el Teatre del Mercat.

Estrategias destacadas:

- Se desarrolla una programación ecléctica dirigida a un público muy heterogéneo.
- La fidelización se consigue a través de una fórmula que no contempla descuentos en las entradas, sólo el trato preferente a la hora de reservar una localidad.
- El T.A.M.A. es también el espacio de referencia para los actos de fin de temporada de las entidades culturales de Aldaia.

■ El Teatre Auditori Municipal d'Aldaia, T.A.M.A., es uno de los proyectos culturales y arquitectónicos de mayor envergadura en la comarca l'Horta Oest, muy cerca de Valencia. La importancia del edificio ha jugado un papel esencial en el desarrollo del espacio artístico. No en vano, tras su construcción, hace ahora siete años, el T.A.M.A. atrajo la atención de la población del entorno y este primer *conocimiento de marca* ha servido como impulso. Como explica su gestora, Francis López, "las características propias del edificio, junto con la ubicación de Aldaia, cerca de Valencia, hizo que, tras la inauguración, durante los dos primeros años, el T.A.M.A. se pusiera de moda, y eso ayudó a que acudiera mucho público".

Con este factor de atracción inicial, el equipo de gestión del teatro ha centrado sus esfuerzos en seguir una filosofía propia. En palabras de López, "después de siete años y medio de funcionamiento como espacio singular, creo que nuestro conocimiento por parte del público viene dado por la constancia, la regularidad y el equilibrio entre la oferta y la demanda. Empezamos con una filosofía de trabajo, hemos intentado mejorarla años tras año, pero en todo momento hemos sido fieles a nuestro proyecto y seguimos en el mismo perfil de programación con el que empezamos". Y eso ha consolidado la *marca T.A.M.A.*

Cada trimestre, el T.A.M.A. diseña una programación basada en el equilibrio, en la diversidad: cualquier persona que tenga acceso al programa puede encontrar entre la oferta algo que le interesa. No es, pues, un teatro especializado. Aquí caben espectáculos de muy diversa índole, lo que proporciona una rotación de públicos alta. El 50% de los espectáculos son en valenciano-catalán y el otro 50%, en castellano.

No obstante, el T.A.M.A. comparte con el resto de espacios escénicos la filosofía de formar un colectivo fidelizado, un número de abonados, suscriptores... o, en este caso, Amigos del T.A.M.A., que se inscriben en el denominado TAMAClub. Como en otros muchos teatros, la existencia de este colectivo ofrece varias ventajas al gestor del teatro (a cambio de un trato

preferencial), como es asegurar que se cubre con antelación un porcentaje del aforo en los estrenos o actuar como *grupo de recurso*, al que se acude en caso de que algún espectáculo no esté respondiendo de forma óptima en taquilla.

Trato preferencial

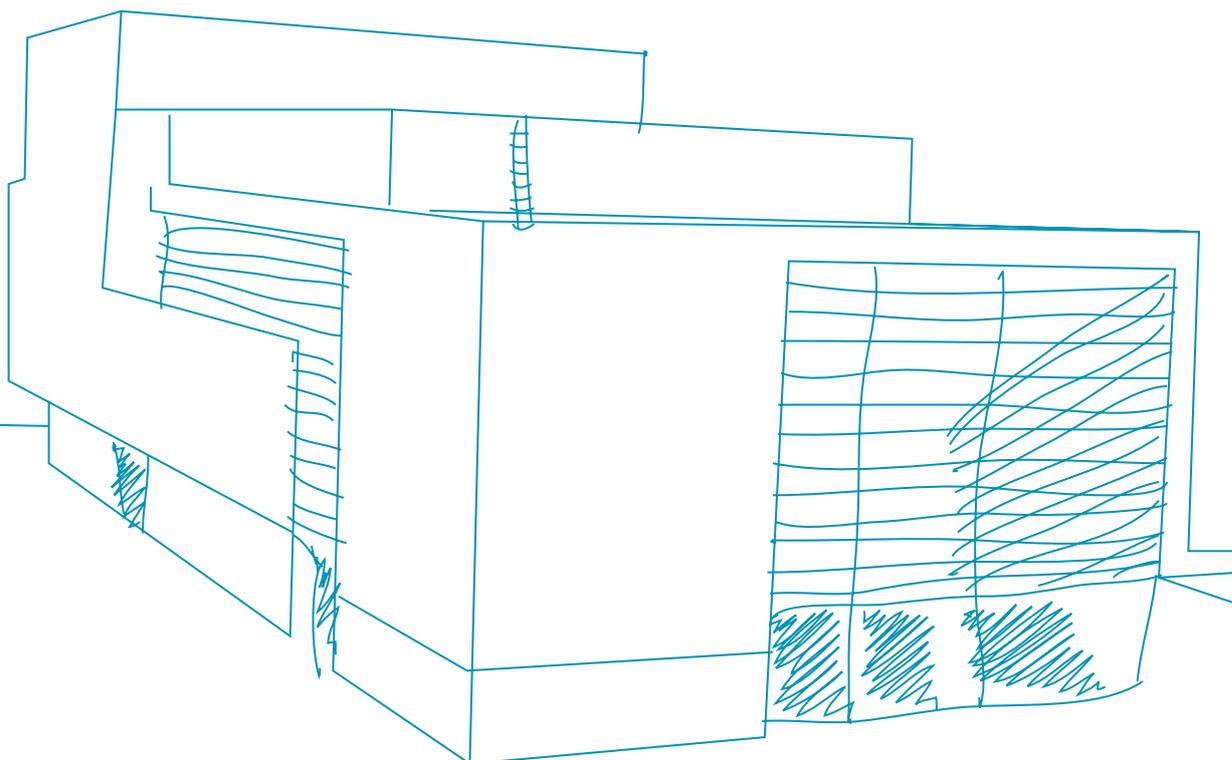
Los miembros del TAMAClub (cerca ya de 1.300) disponen de una tarjeta gratuita. El mayor privilegio que se les otorga consiste en que el primer día de venta de entradas está reservado a ellos. “Pusimos en marcha esta tarjeta –explica Francis López– al año siguiente de la inauguración del teatro. Éramos un espacio muy joven en cuanto a gestión y necesitábamos una herramienta que provocara satisfacción en el espectador y que a nosotros nos sirviese como índice para responder a la pregunta ¿cuántos espectadores estarán dispuestos a hacerse esta tarjeta, que no ofrece descuentos?”

Según indica López, en torno a un 32% de los miembros del TAMAClub suelen acudir a las funciones. Este primer día de venta de entradas sirve como indicador de la respuesta del público a determinado espectáculo. Como explica López, “esa primera jornada de venta de localidades, cuando observas de qué forma se van reservando las butacas, ya te puedes hacer una idea de cómo va a ir el trimestre. Esa información y la de los días siguientes nos sirve para saber qué espectáculos vamos a tener que reforzar en cuanto a comunicación. La venta anticipada es una clave que nos da pistas sobre el funcionamiento del trimestre”.

¿Y si se observa que un espectáculo no está *funcionando* bien en la venta anticipada? “Lo primero que hacemos es captar la atención, principalmente a través de e-mail, de los miembros del TAMAClub, pero también de los registros de la base de datos de personas que han solicitado recibir la información: en total son 1.700 e-mails”. En proyecto se encuentra una tarjeta ciudadana destinada al uso de todos los servicios municipales, en la que se incluirá también el propio teatro y en la que quedará integrada el TAMAClub.

El conocimiento del perfil del público deriva precisamente de los datos que arroja el TAMA-

TAMA





Club, aunque se trata de datos sucintos: edad, sexo y procedencia. Estos registros se acompañan con una encuesta periódica, que se puso por primera vez en marcha en la cuarta temporada del teatro. “La encuesta reforzó nuestra filosofía de programación y gestión, estamos llegando a un público muy amplio y gran parte viene al teatro varias veces al año. La edad media del espectador asiduo es difícil de conocer porque, dado el carácter ecléctico de la programación, el perfil de público también es heterogéneo”.

Eclecticismo trimestral

El T.A.M.A. es también el escenario al que se suben las puestas en escena de la Escuela Municipal de Teatro o de las asociaciones culturales locales. Así que se trata de un espacio de encuentro de espectadores, amateurs y asociaciones ciudadanas. La programación se divide por trimestres, y aquí se emplea también un sistema de abonos, el denominado TAMACheck, nuevamente tan ecléctico como el espacio teatral. “Se seleccionan de cuatro a seis espectáculos por trimestre, siempre muy diversos: puede haber un espectáculo de danza, un monólogo, una comedia o un espectáculo para niños. El trimestre que mejor funciona es el de otoño, y es que cada estación del año tiene unas características particulares, y en otoño todo el mundo tiene ganas de recuperar cierta normalidad”, explica López.

“En primavera, volvemos a la eclosión absoluta: hay mucha oferta, no sólo en el T.A.M.A., sino en la calle. Llevamos a cabo muchas actividades en calles, plazas, jardines..., una de las bandas municipales hace un concierto, también hay un espectáculo para niños... Normalmente, en junio y julio terminamos la programación en el T.A.M.A. y empezamos con el teatro en la calle, muy dirigido al público familiar”, explica López. No obstante, este *Programa de Carrer* (programa de calle) se “diferencia de la programación propia del T.A.M.A., ya que es más bien una programación municipal, aunque la realizamos conjuntamente”.

En efecto, el T.A.M.A. forma parte de los servicios culturales del Ayuntamiento de Aldaia, que

incluye también el Teatre del Mercat. Éste actúa como “hervidero de proyectos”, precisa López. “El Teatre del Mercat es, básicamente, la sede de las asociaciones de Aldaia y de las compañías de teatro y danza valencianas. El objetivo inicial era reconvertirlo en una sala alternativa a una oferta de público de masas. Pero, de momento, es donde los centros educativos de Aldaia representan sus funciones o donde se celebran los festivales de fin de curso”.

López resume: “En el Mercat se vive el espacio escénico y en el TAMA se ofrecen representaciones”. Esto es, en el T.A.M.A. desembocan algunas de las actividades que se desarrollan y ensayan en el Mercat, como las obras de la Escuela Municipal de Teatro. La Escuela Municipal se convierte de esta forma “e una buena cantera” de públicos, no sólo porque se suben al escenario de este teatro, sino porque el T.A.M.A. tiene con ellos un trato especial: “Reservamos expresamente para los alumnos un espectáculo o dos, y reciben una invitación gratis para asistir a la función”.

Experiencia en la trastienda

La gestión de públicos en el T.A.M.A. pasa por hacer partícipe al espectador de la experiencia escénica. Un proyecto tan sencillo como organizar unas “veladas nocturnas”, en las que un grupo de espectadores (“en torno a 20 cada vez”) accede a las bambalinas al término de la función significa, en palabras de López, “gratificar al público, hacerle ver el trabajo que hay detrás de cada montaje y de cada espectáculo”. Éste es uno de los proyectos que López planea para los próximos meses, algo que se concibe también como una “gratificación para el espectador”.

Como casi la mayoría de teatros, el T.A.M.A. tiene también su perfil en Facebook, donde se actualiza la información, de forma paralela a la web del propio teatro. Aquí, como en otros ámbitos, López insiste en que “lo importante es el tono de la comunicación, de la manera en que te diriges al espectador: nosotros adoptamos un tono familiar, cercano, porque es así como queremos que nos vean” ■



*El espacio escénico también está abierto
a la participación de las
asociaciones locales.*