Estudios de Ocio
Aisiazko Ikaskuntzak
Deusto

Sobre ocio creativo: situación actual de las Ferias de Artes Escénicas

Manuel Cuenca, Idurre Lazcano y Xabier Landabidea

Documentos
de Estudios de Ocio
núm. 41

8º

Sobre ocio creativo: situación actual de las Ferias de Artes Escénicas

Manuel Cuenca, Idurre Lazcano y Xabier Landabidea

Sobre ocio creativo: situación actual de las Ferias de Artes Escénicas

2010
Universidad de Deusto
Bilbao

Documentos de Estudios de Ocio, núm. 41

El Instituto de Estudios de Ocio pretende que la aparición de sus *Documentos* ayude a paliar la escasez de publicaciones sobre temas de ocio en lengua castellana. Cada Documento trata de responder a alguna cuestión relacionada con la práctica del ocio, entendido como cultura, deporte, educación, turismo, recreación y desarrollo personal y comunitario. Los especialistas y técnicos en las áreas señaladas podrán disponer así de investigaciones, instrumentos de trabajo y puntos de vista de personas que colaboran con este Instituto universitario. El contenido de cada uno de los documentos es obra y responsabilidad de su/s autor/es.

La publicación de este libro ha sido posible gracias al apoyo del Departamento de Educación, Universidades e Investigación del Gobierno Vasco, a través de las ayudas para acciones especiales de investigación.

Dirección

Manuel Cuenca Cabeza

Comité Editorial

Américo Nunes Peres, Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro (Portugal)
Ana Ponce de León Elizondo, Universidad de La Rioja
José Antonio Caride Gómez, Universidad de Santiago de Compostela
José Clerton de Oliveira Martins, Universidade do Fortaleza (Brasil)
M.ª Carmen Palmero, Universidad de Burgos
María Luisa Amigo Fernández de Arroyabe, Universidad de Deusto
María Luisa Setién Santamaría, Universidad de Deusto
Roberto San Salvador del Valle Doistua, Universidad de Deusto

Cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública o transformación de esta obra sólo puede ser realizada con la autorización de sus titulares, salvo excepción prevista por la ley. Diríjase a CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos, www.cedro.org) si necesita fotocopiar o escanear algún fragmento de esta obra.

© Publicaciones de la Universidad de Deusto
Apartado 1 - 48080 Bilbao
e-mail: publicaciones@deusto.es

ISBN: 978-84-9830-278-3

Impreso en España/Printed in Spain

Capítulo 4

Las ferias de artes escénicas en el estado español

Idurre Lazcano Quintana

Introducción

Los datos que en este capítulo se presentan derivan de un estudio promovido por la Coordinadora de Ferias de Artes Escénicas del estado español cuyo objetivo es promover la coordinación, comunicación y colaboración entre las distintas ferias de artes escénicas estatales. El estudio analiza la actividad de las doce ferias, que al inicio del proyecto —2006— formaban parte de la coordinadora.

Para la elaboración de esta investigación se optó por un enfoque metodológico mixto, mediante el cual se pretende obtener una radiografía conjunta sobre la actividad de las ferias de artes escénicas en el estado español, por tanto, la investigación presentada se plantea como un estudio de tipo descriptivo y exploratorio, en el que se trata de describir, fundamentalmente los modelos de gestión, recursos, programaciones y movilidad de los agentes. Más que explicar hechos, por tanto, está centrado en mayor medida en reconstruir más que en analizar. Esto es así puesto que se trató de un primer sondeo, un primer acercamiento al conocimiento de estos aspectos de manera conjunta, como realidad única de las ferias.

Acorde con el contenido de la investigación, se diseñó en primer lugar un tipo de herramienta de carácter cuantitativo, una encuesta. Se trata de un instrumento creado expresamente para este estudio que toma como referente y punto de partida, la memoria de actividad de la

Fira de teatre al carrer de Tàrrega, así mismo, se utilizarón como fuentes secundarias de referencia, tanto para el diseño de la herramienta, como para comparar indicadores, otros estudios sectoriales existentes. Una vez diseñada la herramienta esta fue distribuida entre los responsables de cada una de las ferias para su autoadministración. Los datos obtenidos a partir de esta herramienta son la fuente básica empleada para la parte más numérica del estudio cuyo objetivo era identificar y analizar la actividad escénica generada en torno a las ferias de artes escénicas.

Los contenidos de esta herramienta se organizaron en torno a nueve secciones diferenciadas que aportan una visión de conjunto sobre la actividad de los agentes: datos de clasificación; programación y público; producción y premios; profesionales y acreditaciones; datos sobre volumen de contratación; difusión y actividades para profesionales; recursos humanos; presupuesto; espacio ferial. a partir de los datos obtenidos relativos profesionales y acreditaciones, y tras el tratamiento estadístico conjunto ha sido posible la extracción de los itinerarios de los agentes a través de las ferias de artes escénicas.

Con el fin de contrastar y completar los datos obtenidos a partir de las encuestas, se llevaron a cabo 24 entrevistas en profundidad, a través de las que adquieren protagonismo las opiniones y perspectivas individuales de cada tipo de agente que interviene en la cadena de valor de las artes escénicas, así como de ciertas personalidades seleccionadas por su conocimiento de la situación actual del sector, de su pasado y de sus perspectivas de futuro. El guión diseñado está orientado, por un lado a obtener una visión especifica al entrevistar a los responsables de cada una de las ferias, así como por otro a obtener una perspectiva más global al entrevistar a agentes usuarios de las ferias. A través de esta herramienta se construye el diagnóstico de temas críticos en el sector. Estos agentes por su experiencia y conocimiento, aportaron claves que ayudaron a comprender la realidad del sector y apuntaron con sus planteamientos los temas críticos y las potenciales líneas de acción orientadas a la mejora de los temas planteados.

Se pretendía obtener de los entrevistados como profesionales que conocen el sector de las artes escénicas en general y de la realidad de las ferias, por su implicación directa con el mismo, una opinión personal contrastada con la experiencia y el quehacer cotidiano, en torno al estado del sector y su evolución durante los últimos veinte años. Los contenidos que componen el guión de la entrevista en profundidad se han estructurado en torno a cuatro bloques temáticos, estos son: Origen y evolución de las ferias; Mapa de ferias; Modelos de gestión; Autofinanciación; Participación de agentes; Generación de mercado; Futuro de las ferias. Al igual que con

las entrevistas, con el fin de contrastar y completar los datos obtenidos a partir de las encuestas, se llevaron a cabo 2 grupos de trabajo en el marco de la Feria de Ciudad Rodrigo, en los que tomaron parte diez de las doce ferias de artes escénicas que forman parte de la Coordinadora.

El estudio de caso se estructura en torno a dos grandes bloques de análisis. El primero analiza la actividad desarrollada en la edición de 2007 por el conjunto de ferias, centralizando la exploración en las programaciones diseñadas y en los presupuestos disponibles. El segundo gran bloque de análisis trata de identificar los itinerarios seguidos por los agentes que constituyen la industria teatral, a través de las ferias de artes escénicas en el estado español, para lo cual, se ha realizado un compendio de los profesionales y entidades clientes de las ferias (origen, tipo de entidad, ferias en las que han estado presentes), a partir del cual ha sido posible analizar la movilidad y relacionalidades que se establecen entre los agentes en torno al fenómeno de las ferias de artes escénicas. Este estudio de caso se cierra con una breve aproximación al futuro de las ferias de artes escénicas en el estado español, al identificar los retos y oportunidades futuras.

La dimensión de las Ferias de Artes Escénicas en el Estado Español

Origen y evolución

El origen de las ferias de artes escénicas en el Estado, hay que situarlo en los primeros años de la instauración de la democracia en el estado, coincidiendo con el desarrollo de las Comunidades Autónomas y de las redes de teatro. La precursora fue la Fira de Tàrrega (1981), la cual nace de la mano de las primeras fiestas patronales organizadas en la ciudad. Si bien es cierto que el resto de ferias fueron naciendo con sus características particulares, este modelo, el de Tàrrega, es adoptado por otros municipios, vinculando una actividad escénica relevante en el marco de celebraciones festivas.

Las ferias surgen ante la falta de un ente público que garantice la accesibilidad de todo ciudadano a artes escénicas de calidad, en un momento histórico de reivindicación de derechos sociales y políticos en el que las expresiones artísticas se convierten en herramientas de protesta. Por tanto el contexto social, político y cultural en el que vieron la luz estas ferias repercutió en sus fines fundacionales, que en un principio no tenían la función de ser lo que ahora significan, sino que nacen con una vocación sociocultural, con una estructura más de evento o festival que de feria. Éstas evolucionan al tiempo que se da un proceso convergente: se empiezan

a profesionalizar los técnicos de cultura de la administración pública, al igual que las compañías de teatro.

La ciudadanía responde positivamente a estas propuestas y con los años se van fidelizando los públicos. Este hecho ayudó a establecer una continuidad, lograr estructuras organizativas más estables, aumentar sus presupuestos ampliando el programa con más compañías, y por tanto, lograr desvincularse de las fiestas patronales. En los primeros años de la década de los 90 estos eventos son ya identificados como ferias con entidad propia, aunque los programadores ya acudían a algunas de éstas a finales de los 80. En este contexto empiezan a surgir las ferias autonómicas, y algunas con carácter más especializado (por ejemplo en teatro infantil o de calle).

Así, el resto de las ferias que nacen a partir de 1991, se plantean desde el comienzo como ferias de artes escénicas, como un espacio de encuentro entre profesionales de las artes escénicas, no partiendo del modelo muestra o festival, aunque en sus primeras ediciones carecieran de un escaparate de compañías para los programadores y por tanto pudieran tener un matiz de festival, como puede ser el caso de la Umore Azoka de Leioa o de la Feria de Puertollano. Por otro lado, se dan otros casos, como el de la Feria de Madrid, que surgen a partir de una estructura organizativa de festival.

Tabla 1

Año de la primera edición

Feria	1.ª edición
Fira de teatre al carrer de Tàrrega	1981
Feria de teatro en el sur. Palma del Río	1984
Feria internacional de teatro y danza de Aragón	1986
Feria de teatro de Donostia- San Sebastián	1988
Fira de teatre de titelles de Lleida	1989
Mostra d'Alcoi	1990
Feria europea de teatro para niños y niñas. FETEN. Gijón	1991
Feira das artes escénicas de Galicia	1992
Fira de teatre de Manacor	1995
Feria de teatro de Castilla La Mancha. Puertollano	1995
Fira del circ de Catalunya. Trapezi. Reus	1996
Feria de teatro de Castilla León. Ciudad Rodrigo	1998
Umore azoka-Feria de artistas callejeros del humor. Leioa	1999
Feria de artes escénicas de Madrid	2004

Estadísticamente se observa como el grueso de las ferias surgen en los años 90, un total de 9 de las 14 ferias. Además 6 ferias acumulan una experiencia superior a 20 años. Estos datos junto a otros que se irán revelando en las próximas páginas constatan la tradición ferial existente en el sector de las artes escénicas.

El mapa de ferias de artes escénicas, en el estado español en 2007 estaba compuesto por 14 ferias, distribuidas por toda la península. En diez de las Comunidades Autónomas del Estado se desarrolla al menos una feria de teatro, y en dos de éstas se desarrollan al menos dos ferias. Cataluña es la comunidad con mayor número de ferias.

Cada feria ha ido evolucionando a partir de su propia realidad, así es posible identificar ferias como la de Aragón o Donostia-San Sebastián dedicadas al conjunto de artes escénicas, las cuales se mueven en un mercado estatal. Otras como Manacor, Galicia, Puertollano, Madrid y Alcoi, también dedicadas al conjunto de artes escénicas pero volcadas en un mercado autonómico, por diversos motivos. En contraposición se sitúan ferias especializadas y por ende con proyección a un mercado al menos estatal como Gijón, Tàrrega, Leioa o Lleida.

En el año 2010, y tras más de 30 años de historia de ferias en el estado español, es indudable que éstas han marcado una forma de comprar y vender en el sector de artes escénicas, entendiendo sector en el sentido amplio de la palabra. En la actualidad, las ferias se consideran una parte muy importante del mercado, sin olvidar las dificultades actuales de las artes escénicas.

Actividad de las Ferias

A continuación se analiza la actividad desarrollada por las ferias a partir de datos relativos a la edición 2007 de cada una de ellas. Partiendo de este compendio de datos se trata de dimensionar la acción desplegada por estos eventos, en cuanto a espectáculos que muestran, bien dirigidos a programadores exclusivamente, o bien a la ciudadanía que participa de éstos; el volumen de compañías estatales y extranjeras que han exhibido sus creaciones en las ferias; la actividad para profesionales paralela que se genera; así como los presupuestos con los que cuentan las organizaciones y por tanto, la dimensión económica de las ferias como conjunto de eventos.

Programación

Como ya se ha señalado de una u otra manera, los eventos aquí analizados se denominan ferias porque se entiende que generan mercado ya

que, directa o indirectamente, son punto de reunión de programadores, compañías y distribuidores con el objetivo fundamental de vender los productos que se exhiben. Pero al mismo tiempo tienen, la mayoría de éstas, en mayor o menor medida, un componente de festival porque ratifican la necesidad de tener público en todos aquellos espacios con capacidad suficiente para albergarlo, como fórmula de legitimación social y política. El punto de partida de las ferias es la exhibición, deben mantener una línea de trabajo que garantice la calidad de las programaciones, asumiendo en la medida de lo posible determinados riesgos, apostando por nuevas propuestas, por la modernidad y las últimas tendencias escénicas. Por tanto tratan de encontrar un equilibrio entre lo que se podría denominar *programable* y lo complicado de divulgar. Otro elemento que determina el diseño de la programación son las condiciones técnicas, así como las infraestructuras y los equipamientos de que disponen, por este mismo motivo algunos espectáculos no tienen cabida.

Tabla 2

Duración

	Frecuencia	Porcentaje
4 días	5	41,6
5 días	5	41,6
6 días	2	16,6
Total	12	100,0

Los días mínimos de desarrollo de las ferias son 4, tiempo que duran menos de la mitad de las ferias, el mismo número de ferias dura 5 días, por último 2 ferias prolongan sus programas durantes 6 días. Esto supone que en 57 días se desarrollan el total de ferias del estado. A lo largo de 8 meses, intermitentes, tienen lugar las 12 ferias de artes escénicas, sin embargo, en la mitad de los meses del año, en primavera, verano y octubre, se concentran la mayor actividad ferial, al organizarse más del 83% de las ferias. Únicamente las ferias de Madrid y Gijón se encuentran fuera de ese calendario concentrado de ferias, éstas tienen lugar en Enero y Febrero. Este calendario de actividad ferial, no ha sufrido grandes variaciones desde 2007 hasta las ediciones de 2010.

Algo mas de la mitad de las ferias, otorgan de manera sistemática **premios**, en diferentes modalidades y categorías, algunos de ellos decididos mediante votación popular. Tan sólo dos ferias otorgaron en 2007 premios

en metálico, siendo la dotación de unos +/- 6.000€ por categoría, ascendiendo a 19.000€ el cómputo total de los premios. En la Feria de Aragón y en la de Leioa, además de a las compañías, también se premia a los programadores, así, en la primera se otorgan diversos premios a las mejores programaciones de artes escénicas, a través de las siguientes modalidades: programación más innovadora, acción más efectiva en la creación de público, mejor programación de teatro y mejor programación de danza. En la feria de Leioa se otorga un premio a la promoción y dinamización de las artes escénicas.

A pesar de que las ferias están destinadas a los profesionales del sector, a la mayoría de éstas también acude público. El número de espectadores se encuentra limitado, en primer lugar por el aforo de las infraestructuras y el número de butacas reservadas a profesionales, y en segundo lugar porque al no ser un festival la afluencia de público se presupone menor. Tanto las direcciones de las ferias, como las compañías y distribuidoras, consideran incuestionable la importancia de la asistencia de público real a los espectáculos, con el objetivo de comprobar las reacciones del público ante el producto presentado. Por tanto son necesarios espacios que absorban público y programadores, existiendo la necesidad de articular estos eventos para que de forma progresiva las condiciones de visionado sean mejores, respetando los límites y aforos.

Tabla 3

Asistentes a las ferias

	Media	Mínimo	Máximo	Suma	N
Entradas vendidas	3.375	202	9.151	30.378	9
Invitaciones	1.957	50	6.863	17.616	8

En nueve de las ferias se venden entradas para la asistencia a los espectáculos de sala, así, más de 30.000 entradas fueron vendidas en la edición 2007 de las ferias, con una horquilla de 202 entradas vendidas en la Umore Azoka de Leioa, correspondientes a los dos únicos espectáculos de sala programados al estar especializada en el teatro de calle, hasta 9.151 en la Feria de Tàrrega. Esto supone una media de 3.375 entradas por feria. Existe relativa dificultad en la contabilidad de públicos en aquellas ferias en las que el peso de los espectáculos de calle es superior al de sala, por lo que los datos reales con toda probabilidad son muy superiores a los presentados.

Los equipos encargados de confeccionar el programa de cada feria, deben analizar con rigor las propuestas y seleccionar de manera correcta los distintos espectáculos, con el objetivo de garantizar, en la medida de sus posibilidades, que los estrenos por los que se opta tienen las suficientes garantías de éxito. La calidad de la programación es la garantía del éxito de una feria, y por tanto debería de avalar el crecimiento y la consolidación del evento, ya que en la medida en que los programadores consideren que una feria de teatro es interesante y útil para confeccionar su programación artística, acudirá año tras año. En las doce ferias de artes escénicas analizadas, se presentan gran cantidad de espectáculos, de diversa naturaleza y técnicas, algunos de estos son novedades y otros muchos se presentan como estrenos.

Tabla 4

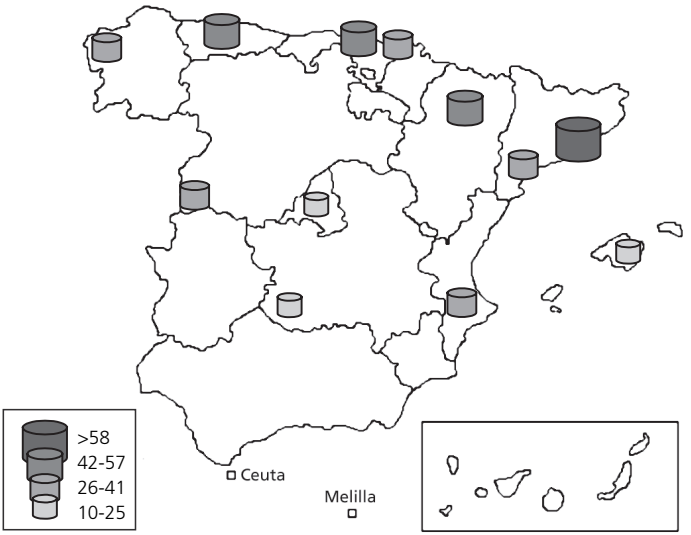
Espectáculos, funciones y estrenos

	Máximo	Mínimo	Media	Suma	N
Espectáculos	87	11	35	422	12
Funciones	213	11	65	776	12
Estrenos	30	0	7	84	12

En la edición de 2007 de las ferias se desarrollaron 776 funciones de un total de 422 espectáculos teatrales. El 20% de las propuestas presentadas fueron estrenos o novedades.

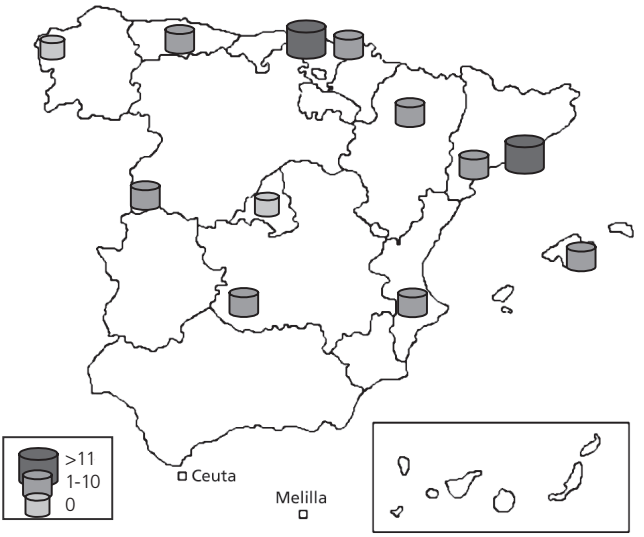
La Feria de Tàrrega es la que más *espectáculos* presenta en los 4 días de duración, un total de 87. A continuación se sitúan, las ferias de Huesca, Leioa y Gijón, con una orquilla entre 42 y 57 espectáculos. Destacar por último, como las ferias de Madrid, Manacor y Puertollano son las que presentan programaciones con menos de 25 espectáculos cada una, así éstas han apostado por un modelo de feria con pocas funciones.

Atendiendo al número de *funciones* se observa como Tàrrega (213), Leioa (140), Donostia-San Sebastián (90) y Lleida (76) son las ferias con mayor número de representaciones de los productos que presentan, con una media de 3 representaciones por espectáculo. En las ferias de Ciudad Rodrigo, Huesca, Galicia, Madrid y Manacor, los espectáculos son representados una única vez. En las de Castilla-La Mancha y Alcoi algunos de los espectáculos se representan dos veces, pero la diferencia entre estos y el número de funciones es poco representativa.



Mapa 1

Número de espectáculos



Mapa 2

Número de estrenos

Dos ferias, Madrid y Galicia, no incluyeron ningún *estreno* en su programación. Por el contrario, Tárrega fue la feria que en números absolutos (30) y en porcentaje (73%), respecto al número total de espectáculos, presentó un mayor número de estrenos estatales. A continuación se sitúa Leioa, con 13 estrenos de los 47 espectáculos que configuraron su programación, lo que supone un 27%. Las programaciones de cada una de las ferias ha ido evolucionando al compás del desarrollo natural del evento, así hay ferias, que en un momento dado, se han decantado por una programación más comercial, otras que mantienen una búsqueda de productos nuevos, y otras que se acercan más a un tipo de compañía que a otras.

Selección de compañías

A nivel simbólico, la feria es muy importante para las compañías. Tanto las propias compañías como los programadores y gestores, tienen claro que las ferias pueden hacer brillar o derribar estrepitosamente un nuevo espectáculo. No es posible afirmar con toda rotundidad que el hecho de no acceder una compañía a una feria dificulte de manera importante la venta de ese producto, pero lo que sí está claro es que aquéllas que entran están compitiendo con el resto de las compañías. Por tanto, en mayor o menor medida, las compañías, en cierto modo, se juegan su futuro cada vez que aparecen en escena en una feria, por dos motivos. En primer lugar porque su propuesta es juzgada por los espectadores (profesionales) y en segundo lugar, porque una vez que una compañía presenta su producto en una feria es muy difícil que acceda a otra, ya que incluso es una limitación para acudir a algunas de las ferias. Cada feria cuenta con sus propios procesos y *criterios para la selección de compañías* que formarán parte de las programaciones, pero todas ellas tienen por objetivo que aquellos productos que sean exhibidos sean programables, es decir, que sean de interés para el público y por tanto para los programadores que acuden a la feria.

Las estructuras organizativas encargadas de la selección de compañías y espectáculos son diversas, siendo posible encontrar fórmulas como las comisiones asesoras de programación compuestas por programadores y expertos en la materia, como en el caso por ejemplo de Ciudad Rodrigo o Gijón, otro modelo es aquél en el que estas funciones recaen en las direcciones artísticas, como en la Feria de Tàrrega o de Madrid.

La mayoría de las ferias utilizan sus páginas web para la recepción de solicitudes de participación de las compañías, siendo solicitado el video o dvd para el visionado del producto. En aquellas ferias en las que la estructura y la propuesta lo permite se trata de que la dirección artística o un

miembro de la comisión asistan en persona a una representación del espectáculo presentado. No cabe duda que lo más adecuado es que aquellos profesionales que tengan la capacidad de decisión, vean en directo la propuesta y juzguen objetivamente el trabajo, si es óptimo o no para su inclusión en la programación.

Para algunas de las ferias existen unos elementos previos que condicionan el esqueleto en el que se configura la programación. El ámbito territorial es uno de estos elementos, ya que la procedencia geográfica de las compañías condiciona en mayor o menor medida la configuración de la propuesta, siendo posible encontrar diversas maneras de tener en cuenta este elemento:

— Representación de lo que se está haciendo en la mayoría de las Comunidades Autónomas y equilibrio entre éstas, para evitar que copen la programación aquellos territorios donde la producción escénica es mayor. Éste es el caso de ferias como Gijón o Leioa.
— El idioma se convierte en un criterio de selección en ferias como Manacor, Alcoi o Galicia, ya que se entiende que el mercado natural de estas compañías es aquél en el que la mayoría de los espectáculos programados suelen ser en lengua catalana o gallega, por tanto es un criterio que trata de responder a la demanda y a los objetivos de la feria.
— La existencia de convenios entre Comunidades Autónomas para traer y llevar compañías, configura también de alguna manera el mapa de las programaciones. Así las Comunidades Autónomas de origen hacen propuestas y la feria selecciona. Éste sería el caso de ferias como la de Tàrrega.
— Por último el guardar un cupo mínimo de propuestas internacionales es un elemento extendido entre aquellas ferias que se plantean como objetivo la internacionalización de su feria. Éste es el caso, entre otras, de Tàrrega, Gijón y Leioa.
— Otros elementos previos que condicionan la configuración de la programación, son la novedad del espectáculo o que estos no hayan sido vistos en ferias genéricas, como es el caso de la feria de Ciudad Rodrigo.

Una vez tenidos en cuenta estos elementos, cada feria establece sus criterios de selección de los productos. Los aspectos valorados por el conjunto de las ferias son los siguientes:

1. Aspectos relativos a la compañía y al espectáculo

   — Propuesta de montaje
   — Dominio de la técnica

— Dramaturgia
— Historial de la compañía y de sus componentes
— Caché
— Visionado del producto

2. Aspectos relativos a la infraestructura disponible

— Requisitos técnicos
— Requisitos espaciales

3. Aspectos relativos a equilibrio de la programación

— Público (franjas de edad)
— Exhibición de diversas técnicas (texto, calle, danza, musicales, clásico...)
— Propuestas de diverso formato (pequeño, mediano y gran formato)

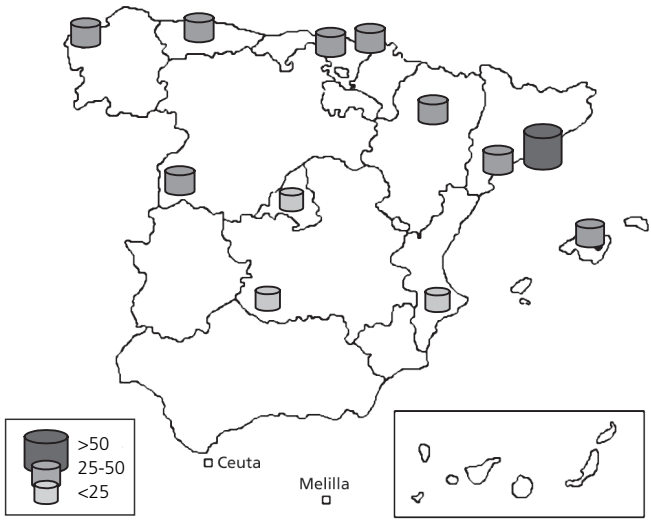
Un total de 354 compañías estatales y extranjeras fueron seleccionadas en 2006 para mostrar sus creaciones en la edición 2007 del conjunto de ferias de artes escénicas del estado. La media de compañías por ferias se sitúa en 29, existiendo ferias en las que se invita a 11 compañías y en otras en las que este número asciende hasta 84.

Tabla 5

Compañías según duración de las ferias

		4 Días	5 Días	6 Días	Total
Compañías	<25	1	1	1	3
	25-50	3	4	1	8
	>50	1	0	0	1
Total		5	5	2	12

Como se puede observar en la tabla no existe una correlación entre días de duración de las ferias y número de compañías invitadas, por tanto existen programaciones más intensas y otras más livianas, lo que manifiesta modelos de gestión y planificaciones distintas entre ferias. El 89% de las 354 compañías participaron en un único evento, el 8% tomó parte en dos de las 12 ferias, y un 2% estuvo en tres ferias. Por último señalar cómo una compañía catalana ha estado presente en cuatro ferias.



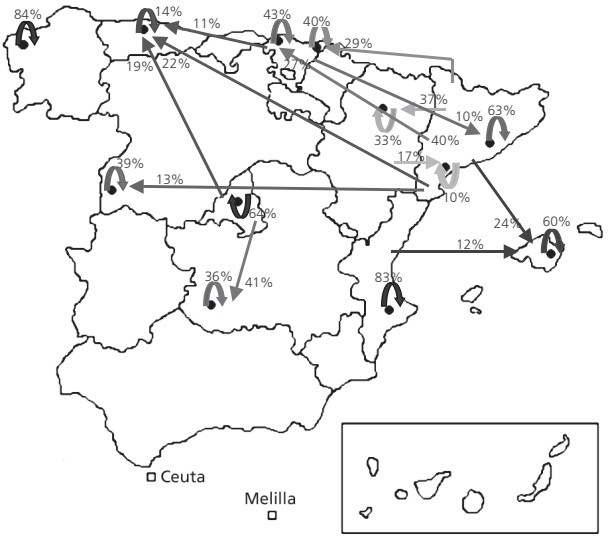
Mapa 3
Compañías por feria

Tàrrega es la feria que selecciona a más compañías, un total de 84 que muestran sus propuestas en 4 días que dura la feria. En el rango anterior (25-50 compañías) se sitúan la mayoría de las ferias. Por último, cuatro ferias diseñan sus programas con un máximo de 25 compañías, éstas son las ferias de Madrid, Puertollano, Alcoi y Manacor.

Tabla 6
Procedencia de las compañías

	Frecuencia	Porcentaje
Nacionales	283	79,9
Extranjeras	71	20,1
Total	354	100,0

Algo más de una tercera parte de las compañías contratadas para formar parte de las programaciones de las últimas ediciones de las ferias, han sido estatales. Tan sólo 71 compañías extranjeras han acudido a las ferias del estado español. Esto muestra el bajo nivel de internacionalización de las programaciones diseñadas.



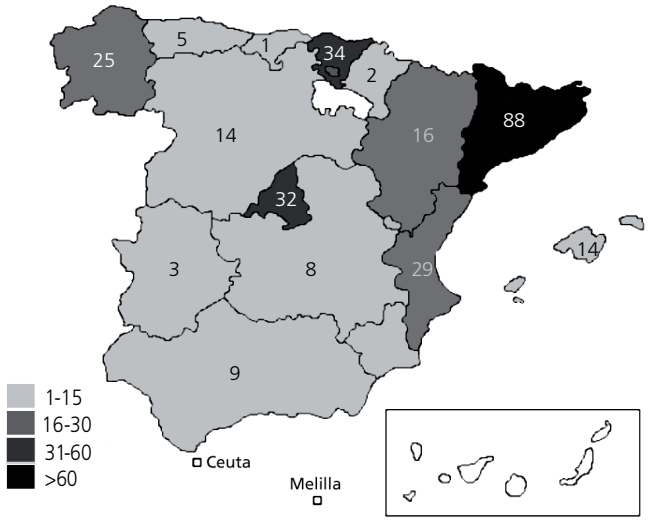
Mapa 4

Compañías estatales según C.A. de procedencia

Sobre la procedencia de las compañías estatales, señalar como de las 283 compañías estatales de teatro que han tenido cabida en las ferias, aproximadamente el 30% proceden de Cataluña, a continuación se sitúan Euskadi y Madrid, representando cada Comunidad alrededor de un 12% del total. Esto supone que estas tres Comunidades Autónomas aportan a las ferias más del 50% de las compañías estatales. Por tanto, cada uno del resto de territorios no aporta más del 9% de compañías, destacando la escasa presencia en ferias de compañías procedentes de Asturias, Cantabria, Navarra y Extremadura, así como, la inexistencia de compañías de La Rioja o de las Islas Canarias.

En el mapa se puede observar la procedencia de las compañías que han tomado parte en la última programación de cada feria. Analizando en primer lugar la presencia de compañías originarias de la misma Comunidad Autónoma que en la que tiene lugar la feria, es posible observar como Galicia y Alcoi, con porcentajes superiores al 80%, son las ferias que más cabida dan a las compañías procedentes del propio territorio. También son destacables los casos de las ferias de Madrid, Tárrega y Manacor, todas ellas con porcentajes superiores al 50%.

Este hecho tiene dos interpretaciones posibles. En primer lugar los casos de Madrid, y Tàrrega, se explican porque estas tres son las comunida



Mapa 5

Compañías según duración de las ferias

des que concentran un mayor número de compañías escénicas y por tanto tienen una presencia importante en sus ferias y en el resto de Comunidades. Sin embargo, el caso de Galicia, Alcoi y Manacor estaría explicado por el hecho idiomático, es decir la programación concentra un número importante de propuestas desarrolladas en las lenguas autonómicas y por tanto el mercado se limita, en mayor o menor medida, a estas Comunidades Autónomas. Este hecho se puede observar en el caso de Manacor ya que las compañías proceden únicamente de los tres territorios, Cataluña, Valencia y Baleares, donde las variantes del catalán son lengua oficial.

También se puede observar como en la mayoría de las ferias las compañías proceden, como ya se ha explicado, de la propia comunidad y además suele existir otra que copa un porcentaje importante, aunque no sea la única. Cataluña es la Comunidad Autónoma que se ha convertido en mayor exportador de compañías a las ferias del resto del estado. Por último señalar como la Feria europea de teatro para niños y niñas, FETEN, de Gijón, es la que mayor equilibrio autonómico presenta, atendiendo a la procedencia de las compañías.

Con respecto a la internacionalización de las ferias, la mitad de las ferias presentan niveles importantes de internacionalización de sus programaciones, en base al número de compañías extranjeras a las que contratan

Tabla 7

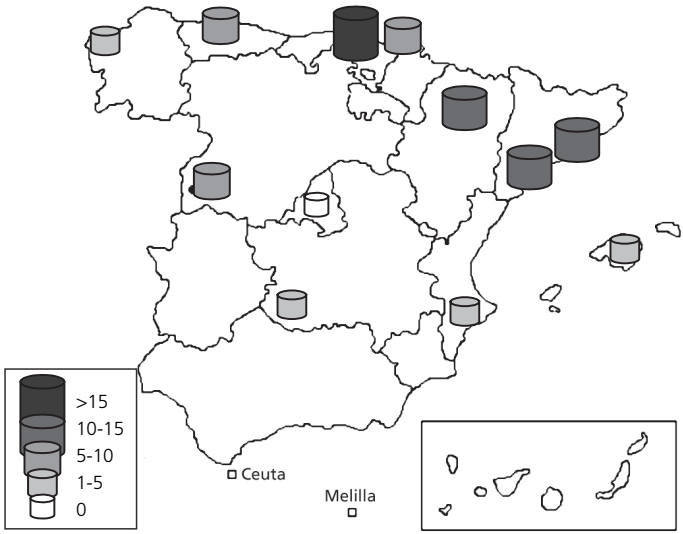
2.ª comunidad autónoma más presente en la programación

Feria	CCAA de procedencia			
	Cataluña	Euskadi	Madrid	Aragón
Leioa				
Huesca				
Ciudad Rodrigo				
Donostia				
Tàrrega				
Puertollano				
Lleida				

o invitan. Los orígenes de esta internacionalización son diversos, siendo posible definir hasta tres causas que a priori determinan este hecho. En primer lugar encontramos ferias como la de Leioa, Huesca, Donostia o Tàrrega, en las que la internacionalización es una línea estratégica de presente, y fundamentalmente de futuro, establecida desde las respectivas gerencias. La especialización de las ferias es otro elemento que favorece la presencia de compañías extranjeras, véase Lleida o Gijón. El caso de Gijón se explicaría por su especialización, ya que cuenta con la posibilidad de primar técnicas visuales o musicales, frente al texto, favoreciendo la cabida de compañías de lengua no española. Por último, es posible explicar el alto número de compañías extranjeras en Ciudad Rodrigo por su situación geográfica fronteriza y el mantenimiento de relaciones con entidades portuguesas. Estos niveles de internacionalización de las compañías invitadas deben crecer en paralelo al aumento de programadores internacionales, puesto que las ferias tienen que programar productos que puedan interesar al global de programadores que acuden a sus ferias.

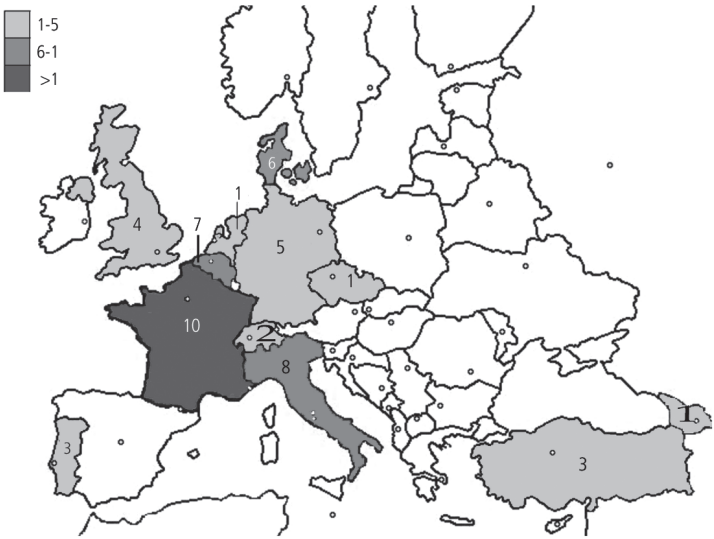
Si se analizan los números absolutos, es posible observar como la Umore Azoka de Leioa es la feria que en su edición de 2007 contó con un número mayor de compañías extranjeras (más de 15). A continuación, se sitúan tres ferias, Lleida, Huesca y Tàrrega, en las que cada una recibe entre 10 y 15 compañías procedentes de diversos países de todo el mundo.

Las 71 compañías extranjeras que en 2007 tuvieron la oportunidad de conocer las ferias de artes escénicas del estado español, proceden de cuatro continentes, el 69% de éstas europeas, originarias de un total de 12 países. La presencia del continente americano fue importante, acudiendo compañías tanto del norte como del sur.



Mapa 6

Volumen de compañías extranjeras por feria



Mapa 7

Compañías procedentes de Europa

Los países europeos que más cabida tuvieron en las ferias, fueron los más cercanos geográficamente, así Francia copó el 20% del total, Italia el 16%, Bélgica el 14% y Dinamarca el 10%, sumando entre estos cuatro países el 60% de compañías Europeas con presencia en las ferias. Destacar la presencia importante también, de otros países, como Alemania, Reino Unido, Portugal o Turquía, con hasta 4 compañías por país. Por último, Holanda, Armenia y la República Checa estuvieron presentes de manera casi simbólica con una compañía por país. Sudamérica tuvo una presencia importante, así, el país que más cabida tuvo, fue Argentina, copando el 47% del total, a continuación se situaron Brasil y Chile con un 13%, respectivamente. Destacar la presencia de la mayoría de los países latinoamericanos, como Bolivia, Colombia, Ecuador o Perú.

En la edición 2007 de las ferias el proceso de internacionalización de las programaciones, por una parte se ha ido incrementando y por otras se ha visto consolidada en aquellas ferias en las que el hecho de la internacionalización suponía una estrategia clara de futuro.

Actividades paralelas

Las ferias, hoy por hoy, son fundamentalmente un espacio de encuentro para los profesionales que configuran el sector de las artes escénicas en el estado español. Cada vez más, junto a las programaciones escénicas, se diseña una oferta paralela, más o menos intensa, dirigida a los profesionales, las cuales pretenden cubrir dos objetivos fundamentales. Por un lado se trata a través de estas actuaciones de difundir la actividad de determinados agentes, por otro se organizan espacios para la reflexión de temas de actualidad. En tres ferias (Fira de teatre al carrer de Tàrrega, Feria internacional de teatro y danza de Aragón y Mostra de teatre de Alcoi) se organiza un espacio ferial para profesionales. En total se montan 114 stands, oscilando de un mínimo de 12 a un máximo de 83. La inmensa mayoría de los expositores son de origen estatal, repartiéndose estos de manera similar entre aquellos procedentes de la comunidad en la que tiene lugar la feria y los que acuden de otras comunidades autónomas. Atendiendo al tipo de agente que alquila un stand se observa como el 42% son compañías, el 32% son agencias o productoras y tan sólo un 25% es ocupado por programadores.

Modelo de gestión y presupuesto

Ocho de las doce ferias cuentan con fórmula jurídica propia para la gestión autónoma de la feria. Entre éstas cabe diferenciar dos modelos bien distintos, el primero de ellos englobaría aquéllas en las que la feria es

gestionada como un programa de un determinado organismo autónomo, y el segundo modelo sería aquel en el que la feria es una fórmula jurídica en sí misma. En el primer supuesto se sitúan ferias como la de Donostia-San Sebastián, dependiente del Patronato Municipal de Cultura, la de Gijón en la que el proyecto nace de la Fundación Municipal de Cultura del propio Ayuntamiento o la de Galicia, feria que depende directamente del Instituto Galego de Artes Escénicas e Musicais (IGAEM), organismo autónomo dependiente a su vez de la Consellería de Cultura de la Xunta de Galicia. En el segundo supuesto se sitúan las ferias de Manacor y Tàrrega, la primera a través de fundación pública, y la segunda tiene como fórmula específica el ser un organismo autónomo de carácter comercial[1].

La gestión pública indirecta se hace presente en ferias como la de Madrid (Asociación de empresas productoras de artes escénicas), Ciudad Rodrigo (Fundación Siglo) y Lleida (Centro de títeres de Lleida), todas ellas a través de entidades sin ánimo de lucro.

Por último, cuatro ferias son gestionadas de manera directa, éstas son: Puertollano en donde se identifica el evento como un programa de la Consejería de Cultura en el que colabora el Ayuntamiento, y por tanto, la gestión general es de la consejería; Alcoi y Leioa dependientes de las áreas de cultura municipales. Por último la Feria de Aragón es un programa interinstitucional, organizado por el Gobierno de Aragón, el Ayuntamiento de Huesca y la Diputación provincial de Huesca.

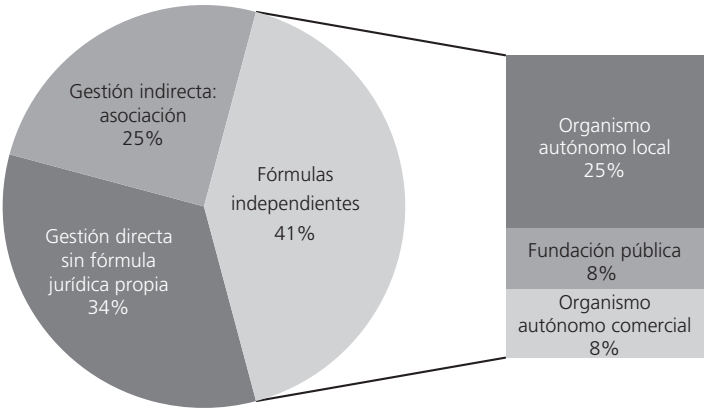


Gráfico 1
Fórmulas jurídicas

[1] En la actualidad también fundación pública

La gestión directa de este tipo de eventos, por parte de instituciones públicas, como ayuntamientos, y por tanto sin la presencia de organismos autónomos, cuenta con una serie de inconvenientes, entre los que se identifican, por un lado, aquellos relacionados con la disponibilidad de los recursos humanos, es decir, al ser gestionada por personal funcionario, en ocasiones no se dispone del tiempo que exige la organización de un evento de estas características, al tener que atender también a otras tareas de la Administración. Si bien es cierto que este personal es contabilizado como gastos de la feria pero a efectos de gasto es personal de las respectivas áreas de cultura. En el caso de que se tuviera que pagar a este personal, en algunos de los casos surge la duda de que algunos de los ayuntamientos pudieran continuar con la organización del evento. Así mismo, no cabe duda que la capacidad de gestión económica y artística, es más lenta en estas estructuras de gestión, así como la aprobación de presupuestos. Los modelos de gestión más independientes, como son a través de organismos autónomos o fundaciones públicas, permite a las gerencias no depender de cambios políticos, permitiendo trabajar, en la mayoría de las situaciones, sin interferencias. Lo realmente positivo de estas gerencias es que se sienten independientes a la hora de tomar decisiones ya que el modelo lo permite, gozando por tanto con altas cuotas de autonomía.

Las ferias de artes escénicas siempre han estado presentes como una opción de la administración pública, por tanto la rentabilidad no se mide sólo con datos económicos, sino que se evalúan a través de la presencia de profesionales y del número de espectadores (en el caso de que los hubiese).

Los suma de los presupuestos totales de la edición de 2007 de las ferias ascendió a 3.950.921,87€. La Feria de Tàrrega, es la que dispone con diferencia de mayor presupuesto, superando el millón de euros. A continuación, se sitúan las ferias de Leioa y de Castilla León, ambas con más de 300.000€. Tres ferias han contado con menos de 150.000€, éstas son la Feria de Galicia, FETEN de Gijón y Manacor.

Los presupuestos, se nutren principalmente de subvenciones y ayudas públicas. Ninguna de las ferias podría subsistir sin estas aportaciones, como lo demuestra el que más del 75% de los ingresos del total de las ferias sea a través de este tipo de partidas. Con las estructuras y planteamientos de organización actuales de las ferias es difícil que alguna de ellas pueda llegar a autofinanciarse, por el contrario la política actual va en la línea de intentar cubrir gastos. Las cifras de ingresos a través de taquilla son muy pequeñas. Este hecho se agrava cuando nos referimos al teatro de calle, en el que hoy por hoy no hay entradas. En Europa los agentes promotores, en relación al arte en la calle, han optado por cerrar los espacios públicos y cobrar entrada.

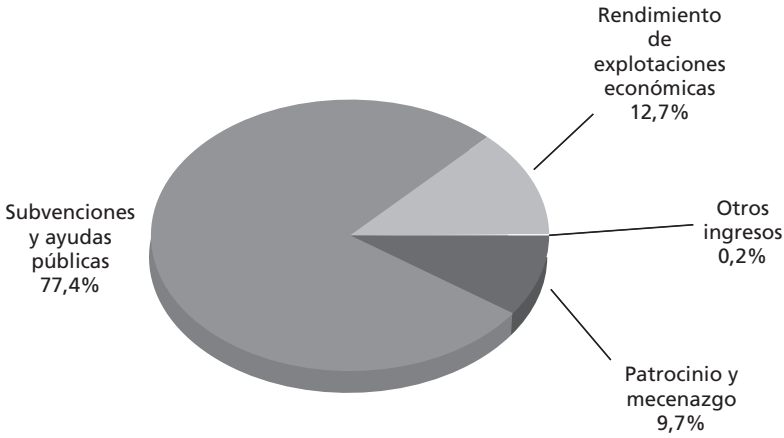


Gráfico 2

Origen de los ingresos

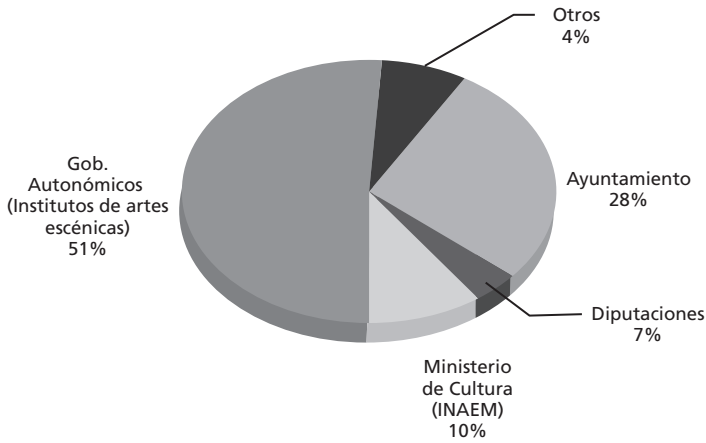


Gráfico 3

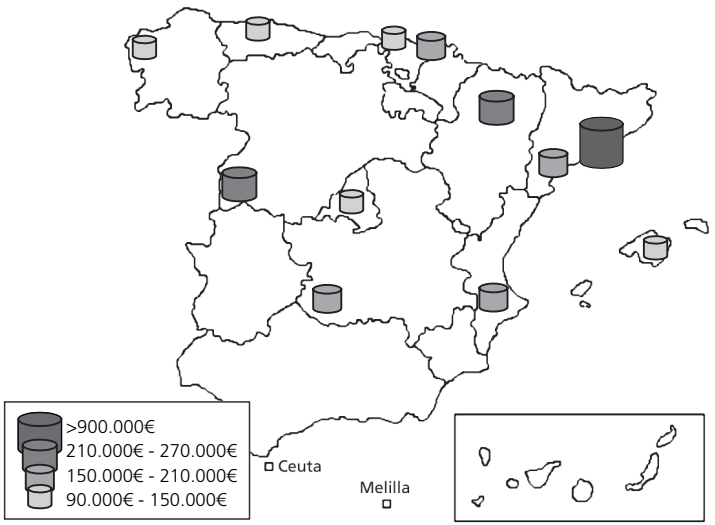
Distribución de los niveles de la administración que conceden subvenciones y/o ayudas

La mitad de los ingresos alcanzados a través de subvenciones procede de los Gobiernos Autónomos, a continuación se sitúan los Ayuntamientos, los cuales aportan el 28% del total ingresado por las ferias. Las ayudas aportadas por el Instituto Nacional de las Artes Escénicas y la Música, re-

presentan el 10% de los ingresos, por último se identifican las Diputaciones, las cuales aportan el 7% del total.

Todas las ferias cuentan con aportaciones de sus respectivos Gobiernos Autónomos, e incluso en algunos de los eventos, ésa es la principal ayuda, como es el caso de ferias como Galicia, Ciudad Rodrigo o Tàrrega. El Ministerio de Cultura, a través del INAEM, concede subvenciones a todas las ferias, salvo a aquéllas en las que prima el carácter autonómico, ya que el fin de estas ayudas es alcanzar mayores cotas de internacionalización de las ferias, es decir que a estos eventos estatales acudan programadores y centros de producción teatral, principalmente, europeos. En esta línea ferias como Tàrrega, Gijón o Donostia-San Sebastián reciben importantes aportaciones desde el Ministerio, pero otras como Galicia no pueden acceder a estas subvenciones, ya que los eventos vinculados a Gobiernos Autonómicos no son susceptibles de subvención[2].

Las aportaciones de los Ayuntamientos son visiblemente relevantes en las ferias de Leioa, Donostia-San Sebastián, Alcoi, Gijón o Madrid, puesto que desde sus respectivos ayuntamientos u organismos autónomos de los que dependen completan la partida más importante en sus respectivos presupuestos, en lo relativo a ingresos.

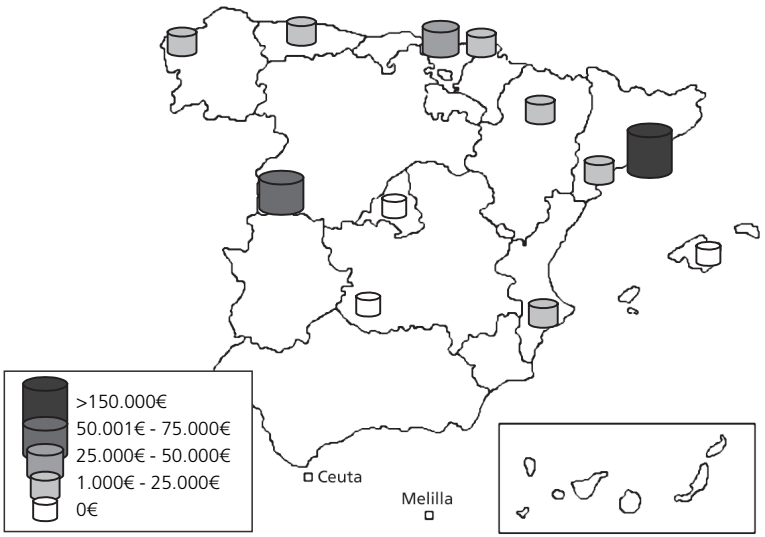


Mapa 8

Ingresos por subvenciones y/o ayudas públicas

[2] Como se recoge en la última convocatoria publicada en el BOE del 3 de enero de 2006

En el mapa se visualiza la dimensión de los ingresos por subvenciones y ayudas en los presupuestos de cada feria. Estos ingresos, como cabría esperar, son proporcionales al presupuesto total de la feria, así Tàrrega cuenta con más de 900.000€ procedentes a través de este tipo de ingresos. A continuación se sitúan las ferias de Aragón y Castilla León, le siguen también a Tàrrega en orden de ingresos totales, pero como se puede observar muy por debajo en cuanto a volumen económico, moviéndose ambas ferias en una horquilla de entre 210.000 y 270.000 euros. Por último señalar como cinco ferias (Galicia, Gijón, Leioa y Manacor) cuentan con menos de 150.000€ de ingresos por subvenciones y/o ayudas públicas.

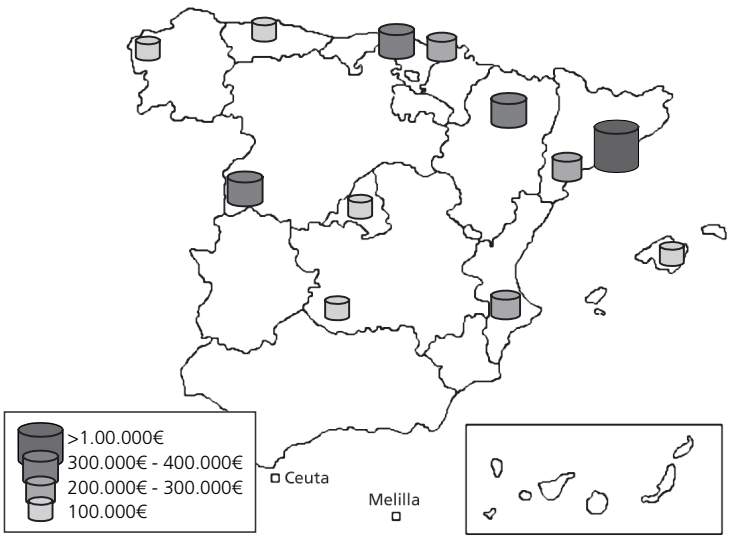


Mapa 9

Ingresos por patrocinio y/o mecenazgo

Una partida importante, en cuanto a ingresos se refiere, es la percibida a través de patrocinio y/o mecenazgo. De nuevo, las ferias de Tàrrega y Ciudad Rodrigo son las que despuntan en ingresos a través fundamentalmente de patrocinios. Destacar también como tres ferias, Madrid, Puertollano y Manacor no lo hacen de esa manera. Actualmente, en ningún caso las aportaciones privadas superan a las públicas, por lo que si bien la discusión sobre la autofinanciación es un tema recurrente, aún se descubre muy lejano. La posibilidad de encontrar esponsores y financiación privada resulta muy difícil, sin el respaldo de una ley de mecenazgo que lo impulse.

Los gastos totales de las ferias ascienden a 3.984.099€, por lo que si tenemos en cuenta que los ingresos han ascendido a 3.950.922€, nos encontramos con un balance negativo, de algo más de 30.000€.



Mapa 10

Gasto total de las ferias

Los ingresos y los gastos se encuentran, en líneas generales, equilibrados en los presupuestos de cada una de las ferias, por ello, Tàrrega es la que cuenta con la mayor partida de gastos, superando el millón de euros. A continuación se sitúan la feria de Ciudad Rodrigo, la de Leioa y la de Aragón, con entre 300.000€ y 400.000€ de gasto.

Algo más de tres cuartas partes de los gastos de las ferias se destinan a la organización propiamente dicha. La principal partida de gastos se destina a personal. Gran parte de estos eventos se organizan aprovechando estructuras ya creadas, realidad que conlleva el que algunos gastos, principalmente las nóminas se apliquen a otros presupuestos, por tanto, es necesario realizar un prorrateo de estos presupuestos para obtener un cálculo exacto del dinero que se destina a organizar las ferias del estado. Ésta es una tarea pendiente en algunas de las ferias en las que no cuentan con estructuras organizativas y de gestión autónomas por completo. El gasto imputado en personal representa los datos de diez de las doce ferias analizadas, por lo que este porcentaje se vislumbra superior a lo presentado.

La segunda partida de gasto para la mayoría de las ferias y en el cómputo global de éstas, con algo más del 15%, es la de infraestructura técnica de espectáculos, seguida con un 11% del gasto en contrataciones a empresas o personas externas a la organización. El gasto en alojamiento y dietas de los programadores invitados es una partida importante en aquellas ferias en las que se invita a estos profesionales.

Por último, matizar, como ya se ha señalado en el caso del personal, que muchos de estos eventos se organizan utilizando recursos ya existentes en los municipios e imputando gastos a otras partidas de los ayuntamientos o a otras entidades locales, aspecto importante también a tener en cuenta al dimensionar el gasto en las denominadas infraestructuras técnicas de ciudad.

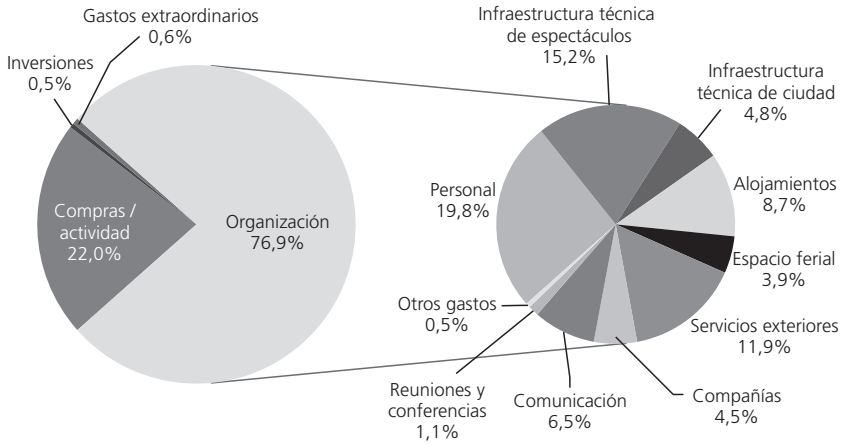


Gráfico 4

Distribución del gasto

Itinerarios de los agentes en torno a las ferias de artes escénicas en el estado español

El valor cultural de un bien, como son las artes escénicas, depende, fundamentalmente de sus valores estético y simbólico pero, en cualquier caso, va más allá del eventual valor de mercado. La actividad artística va incrementando de modo progresivo ese valor en un proceso encadenado en el que se distinguen distintas fases. Las políticas culturales deben tener en cuenta el conjunto de la cadena de valor, y por tanto es necesario iden-

tificar cuáles son los diversos profesionales y agentes que como eslabones configuran la cadena de valor del sector de las artes escénicas, interviniendo en la industria escénica, desde el creador hasta el consumidor.

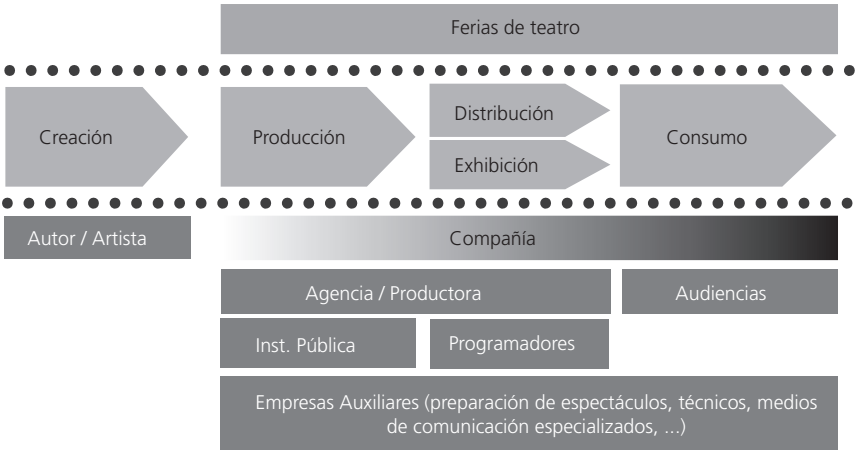


Figura 1

Cadena de valor de las artes escénicas e intervención de las ferias

Es necesario que esta cadena de valor, ese valor económico, ese concepto industrial de las artes escénicas, establezca la relación adecuada entre producto y cliente-usuario, por tanto, toda la cadena de valor tiene que tener un tratamiento riguroso y observado para que no produzca distorsión alguna en el mercado.

Las ferias de artes escénicas, en la actualidad están interviniendo desde la fase de producción de nuevos espectáculos, algunas de ellas de manera directa, pasando por la de distribución y exhibición, al tomar parte activa como eventos favorecedores de la comercialización de las artes escénicas, y por último apoyarían el consumo desde el momento en que se abren al público las funciones que forman la programación de cada feria. Por tanto, y como ya se ha señalado, estos eventos son instrumentos idóneos para crear sistemas de comunicación entre los profesionales de las artes escénicas, además de producir un impacto económico importante en el lugar donde se produce.

Los tres tipos de agentes claves que participan de las ferias son las compañías, las agencias-distribuidoras y los programadores. En las siguientes páginas se analiza la presencia de estos agentes en las ferias, su procedencia y fundamentalmente la movilidad a través de la oferta ferial.

Compañías

Las compañías de teatro pueden dar a conocer sus espectáculos en una gran variedad de lugares (salas, teatros, festivales..) y soportes (DVDs, webs...), pero no cabe duda que para las producciones de pequeño y mediano formato, las ferias de artes escénicas en la actualidad, ofrecen un marco lo suficientemente atractivo de difusión de sus creaciones, como para ser aspirantes a participar en ellas. Las compañías tienen que presentar productos maduros y de calidad por el efecto que pudiera tener, a corto y medio plazo, su paso por este tipo de eventos. Por tanto, a nivel simbólico las ferias son muy importantes para las compañías.

Un grupo importante de compañías aceptan invertir en las ferias puesto que confían en que los resultados que obtienen son positivos, y esta inversión revertirá en su propio beneficio, consiguiendo más ventas. Existen dos percepciones o hipótesis que a día de hoy no han sido refutadas con los datos suficientes:

1. Aquellas compañías que no entran en las ferias tienen mayores dificultades en distribuir sus productos y por tanto en firmar contratos.
2. Las compañías que participan en las ferias se juegan su futuro, ya que a partir de éstas pueden progresar en el sector o desvanecerse, si fracasa el espectáculo se cierra y es imposible hacerlo girar.

Distribuidores

El distribuidor es una pieza clave en el sector, un agente con labores de intermediario, vendedor y difusor, de espectáculos, compañías y productos, por tanto es un actor indispensable tanto para los creadores como para los programadores.

Para los distribuidores, las ferias se han transformado en una herramienta de trabajo importante, tanto cuando presentan un espectáculo en una feria como cuando no es así, la feria se convierte en un espacio para establecer contactos, para vender y comprar, y estar informados de las últimas novedades y de lo que parece que va a ocurrir en el sector en todo el estado.

Programadores

Al igual que para los distribuidores, para los programadores el modelo de feria actual es insustituible, éstos cada vez son más profesionales y están más cualificados, por lo que demandan herramientas para obtener mejores resultados en su trabajo. Cada vez son menos los profesionales que contratan y programan sin ver el producto.

El perfil del programador responde al espacio que debe gestionar. La gran mayoría de los que acuden a las ferias, como se podrá observar a continuación, son profesionales del sector público, y es por esta misma condición por la que deben promover propuestas más alejadas del ámbito comercial, y por tanto más difíciles de que atraigan al público, pero que cultural y teatralmente son valiosas. En este sentido no cabe duda que el programador, de algún modo, es un prescriptor del mercado escénico.

Es importante señalar que la presencia de un gran número de programadores en estos eventos, no es garantía de compra-venta de espectáculos en la feria o a partir de ésta, ya que no todos tienen la misma capacidad de compra, es decir, no todos los programadores cuentan con el mismo presupuesto para la compra del tipo de productos exhibidos en las ferias, ni todos los espectáculos se adecuan al espacio y a los recursos técnicos que dispone, e incluso porque su programación desarrolla otras líneas. Por otro lado, aquellos programadores que cuentan con mayor capacidad de compra, no tienen porque ser los que acuden a más ferias.

Cuando los objetivos y el ámbito de actuación de la feria traspasan la frontera de su propia Comunidad Autónoma, tratando de llegar a otros mercados, es cuando la participación de los programadores se amplía, aumentando la presencia de profesionales que proceden de otros territorios.

VOLUMEN: COMPAÑÍAS, DISTRIBUIDORAS Y PROGRAMADORES

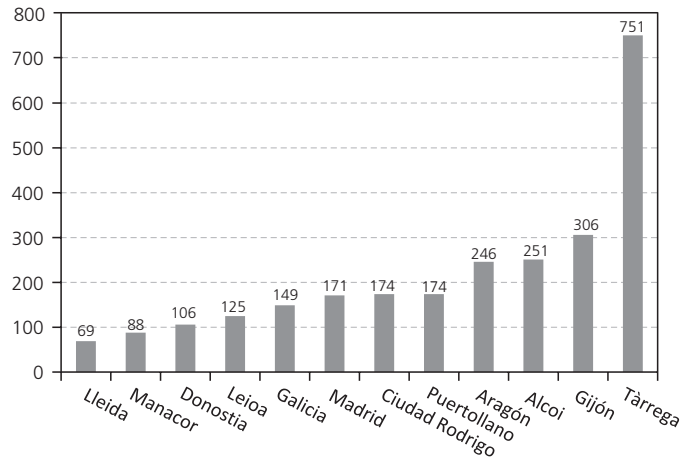


Gráfico 5

Profesionales inscritos por feria

El número total de profesionales inscritos en la edición 2007 del conjunto de ferias ascendió a 2.610[3]. Como se puede observar en el gráfico el evento con mayor número de acreditaciones fue el de Tàrrega, doblando a la segunda feria en volumen de acreditaciones que fue FETEN, en Gijón.

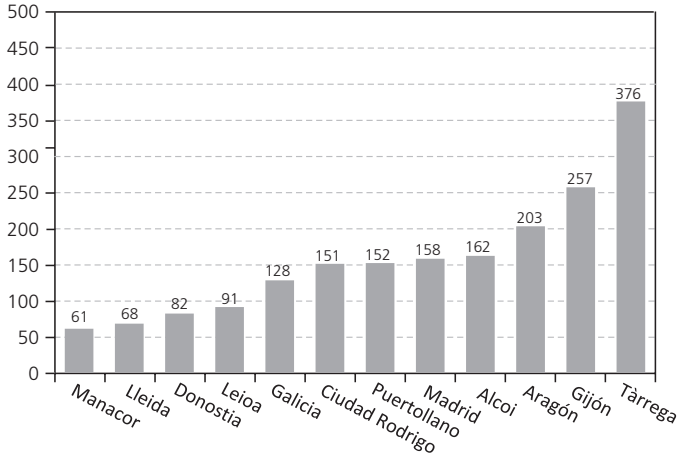


Gráfico 6

Agentes inscritos por feria

El número total de profesionales inscritos en el conjunto de ferias ascendió a 1.889[4]. El orden de las ferias más o menos es el mismo que al contabilizar el número de profesionales, así, el evento con mayor número de entidades inscritas fue el de Tàrrega, seguido de la de Gijón y de Aragón. A la hora de analizar la capacidad de atracción de entidades por parte de las ferias, los datos a tener en cuenta no son los de profesionales, sino aquellos relativos al volumen de entidades que acuden, ni tan siquiera que se inscriben[5], ya que son éstas, entendidas como unidades, las

[3] Esta cifra corresponde a la suma de profesionales inscritos por feria, por lo que existen profesionales contados en más de una ocasión al haber acudido a más de una feria

[4] Suma de entidades inscritas por feria, entidades contadas en más de una ocasión al haber acudido a más de una feria.

[5] La presente explotación de datos se hace a partir de los listados de inscripciones de las doce ferias, pudiendo no ser el listado definitivo de asistencias

que determinan la capacidad de compra o de venta durante o después el evento, siendo esto en última instancia lo que interesa en mayor medida analizar.

Tabla 8

Media de agentes inscritos

	Media	Mínimo	Máximo	Suma
Entidades inscritas	157,4	61	376	1.889

El número de inscripciones producidas en la última edición de las doce ferias ascendió a un total de 1.889. Esto supone una media de 157 inscripciones por feria, oscilando el rango en un mínimo de 61 inscripciones en la feria de Lleida y un máximo de 376 en la de Tàrrega. Estas inscripciones corresponden a un total de 1.281 agentes[6].

Como se puede observar en el gráfico siguiente y a lo largo de todo el análisis, se han clasificado las entidades en ocho categorías.[7] Ésta consi-

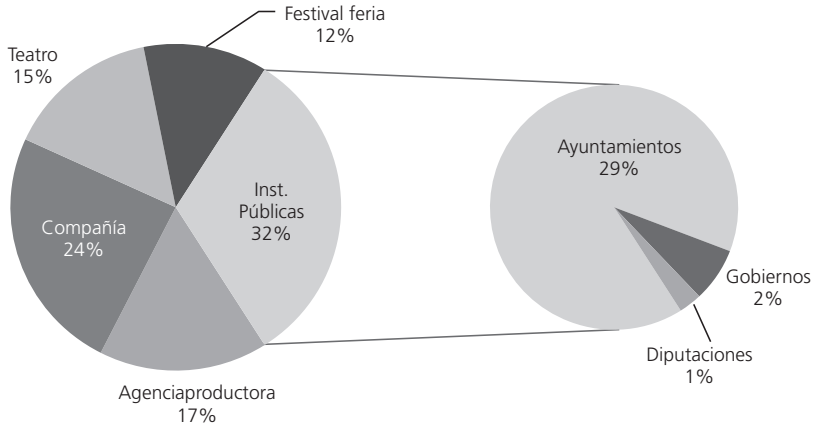


Gráfico 7

Tipología de entidades inscritas

[6] En el siguiente análisis se han eliminado 138 inscripciones pertenecientes a medios de comunicación, patrocinadores..., lo que reduce a 1.721 las inscripciones. El número de agentes a partir del cual se realiza el siguiente análisis sería de 1.143 entidades.

[7] Clasificación utilizada por la organización de la Fira de Tàrrega.

dera en su especifidad a cada tipo de agente usuario de las ferias de artes escénicas, cubriendo cada eslabón de la cadena de valor de las artes escénicas. Así, en primer lugar se sitúa la categoría de compañía, le sigue la de agencia-productora, y por último otras cinco categorías agruparían al con-junto de programadores desglosándose en: *ayuntamiento, diputación, gobierno, festival-feria* y *teatro*. Esta clasificación permite predecir con mayor claridad la capacidad de compra de los programadores inscritos.

El conjunto de inscripciones se encuentra relativamente equilibrado entre los tipos de profesionales. Así, las entidades públicas copan un 32% del total, siendo éstas mayoritariamente ayuntamientos, a continuación se sitúan las compañías (24%), seguidas de las agencias, los teatros y por último los festivales. Pero si agrupamos los porcentajes de las categorías que hacen referencia a programadores, es posible obsevar como estos copan un 59%, lo que muestra un equilibrio, por así decirlo, entre los que venden y los que compran.

Tabla 9

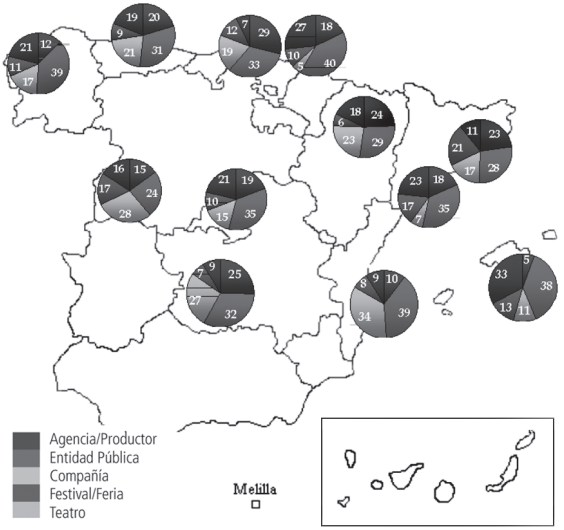
Medias según tipología
de las entidades

	Media	Mínimo	Máximo	Suma
Inst. Pública	46,0	21	95	552
Compañía	29,0	4	60	348
Agencia-Productora	28,0	3	79	336
Teatro	23,0	6	44	276
Festival-Feria	17,4	7	74	209

En esta línea, la media de instituciones públicas en las ferias se sitúa en 46, a continuación, se sitúan las compañías, agencias y teatros, prácticamente con las mismas cifras. Por último, con un peso menor en el conjunto de inscripciones se encuentran las ferias y festivales, con una media de 17 por evento.

En el mapa se puede observar como se mantiene la prevalencia, con mayor o menor peso, de las entidades públicas en todas las ferias. En las de Manacor, Alcoi, Galicia y Donostia-San Sebastián éstas superan el 35% de los agentes inscritos. La presencia de agencias y productoras es relevante en ferias como Lleida y Puertollano, al superar el 25%.

La misma cifra, pero en este caso haciendo referencia a las compañías, superan en Ciudad Rodrigo, Alcoi y de nuevo en Puertollano. Por último señalar como los teatros cobran especial relevancia en las ferias de Donostia-San Sebastián y Manacor, al superar tambien la cifra del 25%.



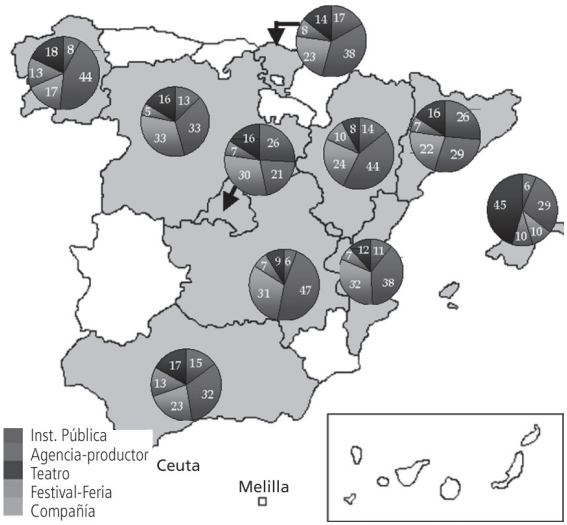
Mapa 11[8]

Tipología de entidades inscritas por feria[9]

Si el punto de analisis lo trasladamos al origen de las entidades inscritas en el conjunto de ferias, los datos no varían sustancialmente. Ocho comunidades autónomas movilizan a más de 20 entidades a las ferias. La prevalencia en este caso, continua siendo de las instituciones públicas en todas las comunidades autónomas, destacando su peso sobre el conjunto de entidades inscritas en Aragón, Galicia y Castilla La Mancha, al superar el 40% de los agentes que acuden a ferias de sus res-

[8] Por cuestiones de espacio en los mapas, los municipios de Tárrega y Lleida se encuentran desplazados notablemente, correspondiendo el punto situado más al sur al municipio de Tárrega y por tanto el otro a Lleida.

[9] Datos en porcentajes.



Mapa 12

Tipología de entidades inscritas por comunidad autónoma[10]

pectivas comunidades. En este caso adquiere relevancia el volumen de agencias provenientes de Madrid y Cataluña, superando en ambos casos el 25%.

Movilidad y relacionalidad de los agentes en torno a las ferias

A partir de la tipología señalada, se realiza a continuación, un análisis de los movimientos o itinerarios de los agentes por las distintas ferias. Para ello se comienza investigando la presencia de los agentes en los eventos existentes en sus propias comunidades autónomas, lo que se ha denominado zona de influencia de las ferias, para a continuación tomar como referente el conjunto de agentes inscritos y analizar su presencia en una o en más de una feria y tratar de vislumbrar la existencia o no de itinerarios compartidos. Este apartado comienza con la presentación y análisis de la procedencia geográfica del conjunto de entidades inscritas en las ferias.

[10] Se visualizan los datos de aquellas comunidades que remiten más de 20 entidades a las ferias. Datos en porcentajes.

Procedencia

Tabla 10

Procedencia de las entidades

	Recuento	Porcentaje
Estatales	1.008	88,3
Extranjeras	135	11,7
Total	1.281	100,0

Prácticamente el 90% de los agentes inscritos en el conjunto de las ferias han sido de carácter estatal, por lo que el restante 10% de agentes fueron extranjeros.

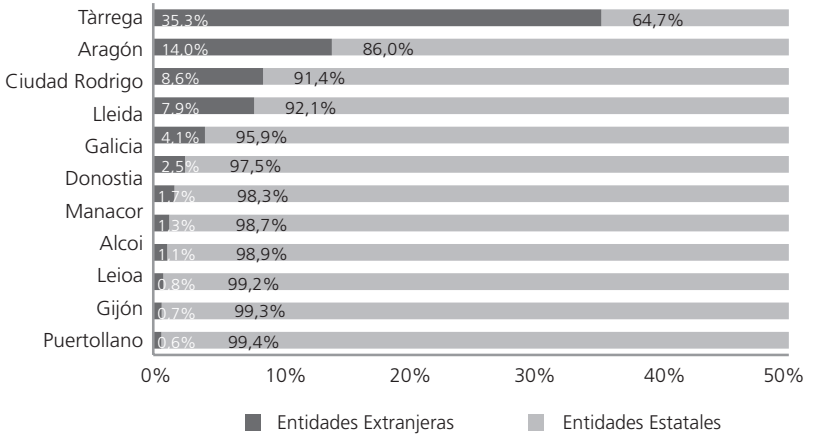


Gráfico 8

Entidades estatales y extranjeras por ferias

Analizando estos datos por feria, se observa como la Fira de Tàrrega, es la que ha contado en su última edición con un mayor número de entidades inscritas de origen extranjero, superando el 35%. A distancia, le sigue la Feria de Aragón con un 14% de agentes extranjeros. Las ferias de Lleida y Ciudad Rodrigo presentan también cifras relevantes en este sentido, la primera por su carácter especializado y la segunda por

su proximidad geográfica con Portugal, lo que favorece el intercambio de experiencias y por tanto la presencia de profesionales procedentes de este país.

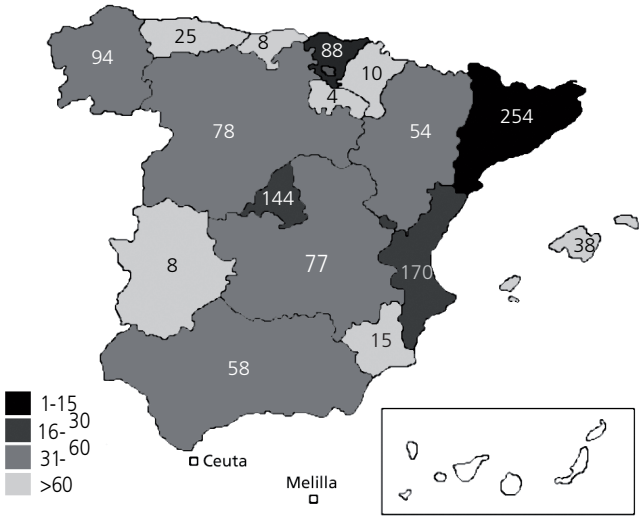
Como se puede observar en la tabla, la inmensa mayoría de entidades extranjeras inscritas han venido del continente europeo, teniendo una presencia relativa los agentes americanos y prácticamente nula los procedentes del resto de continentes. Al igual que se observaba en la procedencia de las compañías que formaban los programas de las distintas ferias, las entidades europeas inscritas proceden de los países más próximos geográficamente, estos son Francia con un total de 26 inscripciones, Reino Unido, 14, y Portugal con 17. Centrando el análisis en la tipología de los agentes extranjeros y continuando con el continente europeo, se observa como prácticamente la mitad de ellos son compañías (42%), a esta categoría le sigue en volumen de presencia la de instituciones públicas con un 20%, las tres restantes se sitúan en valores que rondan el 10%.

Tabla 11

Continente de procedencia de las entidades extranjeras

	Recuento	Porcentaje
Europa	125	89%
América	7	8%
Asia	2	2%
Oceanía	1	1%
Total	135	1

En el caso de las entidades estatales inscritas, las cuales ascienden a un total de 1.008, se observa como claramente Cataluña es la comunidad autónoma en la que un mayor número de profesionales se desplazan a las distintas ferias. A continuación, con una horquilla entre 140 y 170 entidades se encuentran Madrid y la Comunitat Valenciana, seguidas ya a gran distancia de comunidades como Galicia y Euskadi. Estos volúmenes de agentes en cada comunidad va en consonancia tanto con las dimensiones geográficas y los niveles de poblaciones, como por el propio desarrollo cultural en general y de las artes escénicas en particular.



Mapa 13

Entidades estatales según comunidad autónoma de procedencia

Movilidad en zonas de influencia

Como ya se ha señalado, 1.008 entidades estatales inscribieron en la edición de 2007 del conjunto de ferias del estado, de éstas, 907, lo que supone un 90% provinieron de las 10 comunidades autónomas en las que existen ferias de artes escénicas. Entendiendo la zona de influencia de las ferias, en este primer análisis, como la propia comunidad autónoma en la que cada una de éstas tiene lugar, a continuación se presentan los datos extraídos de las inscripciones en estas 10 zonas.

Tabla 12

Peso de las entidades estatales provenientes de las zonas de influencia por feria

Zona de influencia	Entidades que acuden a ferias	Entidades que acuden a ferias de su CCAA	Porcentaje
Asturias	19	15	79%
Illes Balears	31	25	81%
Aragón	49	41	84%
Castilla León	55	32	58%

Tabla 12 (continuación)

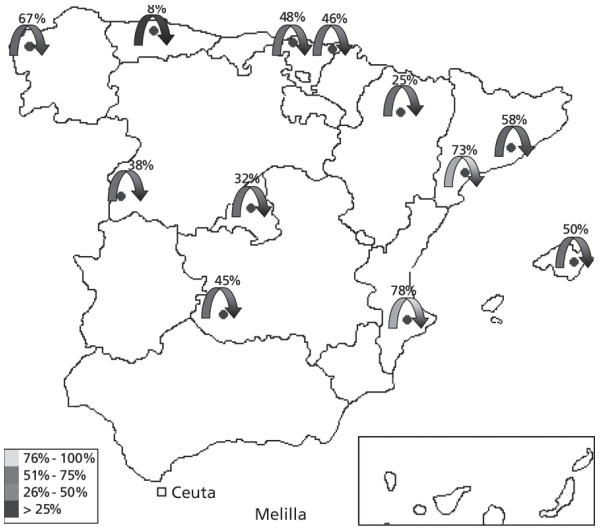
Peso de las entidades estatales provenientes de las zonas de influencia por feria

Zona de influencia	Entidades que acuden a ferias	Entidades que acuden a ferias de su CCAA	Porcentaje
Castilla La Mancha	68	60	88%
Euskadi	83	62	75%
Galicia	89	78	88%
Madrid	131	47	36%
Comunitat Valenciana	155	112	72%
Cataluña	227	171	75%
Total	907	643	71%

En la tabla anterior se presentan en la primera columna las diez comunidades autónomas en las que se organizan ferias de artes escénicas, o lo que se ha denominado las diez zonas de influencia primarias de las ferias, en la segunda columna se pueden observar los valores absolutos relativos a las entidades que acuden a ferias provenientes de estas comunidades autónomas, en la tercera, las cifras de las entidades que siendo originarias de estas comunidades van a ferias que se organizan en su propia comunidad, y por último el porcentaje resultante.

En las comunidades de Euskadi y Cataluña se organizan dos ferias de artes escénicas, en la primera y en lo referente a este análisis 15 entidades vascas acudieron tanto a la feria de Leioa como a la feria de Donostia-San Sebastián, contabilizadas éstas como una única entidad en la tabla con el fin de no distorsionar los datos. El mismo tratamiento se ha seguido con Cataluña, en la que es posible acudir a la Fira de Tàrrega y a la de Lleida, así 11 entidades catalanas acudieron tanto a la Fira de Tàrrega como a la de Lleida, contabilizadas como una única entidad. Los porcentajes resultantes son significativos en comunidades como la de Madrid en la que tan sólo el 36% de las entidades madrileñas que acudieron al menos a una feria lo hicieron a la organizada en su propia comunidad. En este sentido destacan también los datos de Castilla León con un 58% de entidades originarias de esta comunidad autónoma y que en su elección ha figuró Ciudad Rodrigo como feria a visitar.

Tomando ahora como referencia cada una de las ferias de artes escénicas y a partir del total de inscripciones, tanto de entidades estatales como extranjeras, se presentan los porcentajes de inscripciones procedentes de las zonas de influencia de cada feria.



Mapa 14

Entidades inscritas procedentes de las zonas de influencia en cada feria

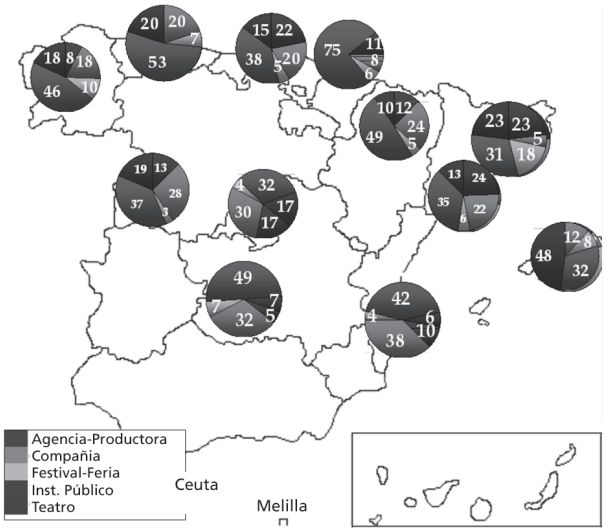
Así, se observa como las ferias más centradas en lo autonómico, en base a este análisis, son las de Alcoi, con un 78% de entidades inscritas procedentes de la Comunidad Valenciana, la Fira de Tàrrega con un 73%, la de Galicia con un 67% y por último la de Lleida con un 58%. Por tanto, todas ellas con más del 50% de inscripciones procedentes de sus zonas de influencia. En el extremo opuesto se sitúan ferias como Gijón, en la que tan sólo el 8% de las inscripciones provienen de Asturias, la de Aragón con un 25% y la de Madrid con un 32%.

Es necesario explicar el por qué de los datos resultantes, existen varios motivos que a priori pudieran hacerlo. En primer lugar los datos de ferias como Galicia o Alcoi, recordemos con un marcado carácter centrado en lo autonómico, responden a la propia intencionalidad de las ferias, las cuales han apostado por dar servicio a sus propias redes de teatro y por tanto las compañías, agencias y programadores tienen como principal herramienta de trabajo la feria organizada en su comunidad.

Los datos resultantes a partir de ferias como Gijón o Aragón responden al carácter estatal e incluso internacional de estas ferias, por lo que las inscripciones de agentes provenientes de fuera de sus zonas de influencia es muy relevante. El caso de Tàrrega se sitúa en esta línea,

siendo ésta una feria también con un marcado carácter estatal e internacional, pero situada en una comunidad con una importante actividad en torno a las artes escénicas, por lo que es inevitable e incuestionable que también se haya convertido a lo largo de su historia en una feria de referencia para el gran volumen de agentes escénicos existentes en su propia zona de influencia. Por último, la situación de Lleida estaría explicada por el hecho de su carácter especializado y la tradición existente en Cataluña en torno a los títeres, por lo que al igual que en Tàrrega, es innegable la referencia como feria de títeres y espacio para vender y comprar estos productos, para los agentes de su propia zona de influencia.

En el resto de ferias, en mayor o menor medida, se equiparan las inscripciones procedentes de sus zonas de influencia con aquéllas que vienen del resto de comunidades autónomas o de otros países.



Mapa 15

Tipo de entidades procedentes de las zonas de influencia en cada feria (%)

Continuando con el análisis de los agentes originarios de las zonas de influencia de cada una de las ferias y avanzando en sentido a la tipología de estos agentes, se observa como en todas las ferias, salvo en la de Manacor, el principal tipo de agente proveniente de las zonas de influen-

cia son instituciones públicas. En el caso de Manacor son los teatros. En ferias como la de Donostia-San Sebastián o Gijón éstas acaparan más del 50% de las inscripciones de las zonas de influencia. Destaca la presencia de compañías en las ferias de Ciudad Rodrigo, Madrid y Puertollano, superando éstas el 25% y, la de agencias y productoras en las de Tàrrega, Lleida y Leioa.

Los agentes provenientes de las zonas de influencia de cinco ferias (Ciudad Rodrigo, Gijón, Manacor, Puertollano y Huesca) acudieron en su gran mayoría a una única feria, lo que significa que la principal feria de referencia para estos agentes fueron las ferias organizadas en sus propias comunidades autónomas. Un grupo importante de agentes provenientes de las zonas de influencia de las ferias de Alcoi, Donostia-San Sebastián, Galicia, Madrid y Tàrrega, además de acudir a una de estas ferias, acuden a una segunda, no existiendo sin embargo una segunda feria de referencia clara para el grupo. Se transforman en significativos estos datos al observar la escasa existencia de itinerarios individuales y grupales de los agentes, que proviniendo de las zonas de influencia de las ferias, acuden únicamente a éstas, como se demuestra a través de los datos recogidos en ésta y en la anterior tabla.

Por último, dos ferias muestran como significativos los datos relativos al volumen de entidades provenientes de las zonas de influencia, analizándolas en el conjunto de inscripciones de la feria, y que además acuden a otra e incluso una tercera feria. Éstas son las ferias de Lleida y Leioa y en ambas se vislumbra como la segunda feria de referencia sería la de Tàrrega, siendo el último punto del itinerario, la tercera feria, tan variado como el número de agentes.

Movilidad de los agentes por las ferias

El siguiente análisis centra la atención en la movilidad de los agentes en torno a las ferias, independientemente de su procedencia geográfica. Sin embargo se centra la atención en su tipología, para a partir de ésta establecer sus itinerarios en función del número de ferias a las que han acudido en el último año.

En el gráfico se observa como la mitad de los agentes inscritos tan sólo ha acudido a una de las doce ferias analizadas. La mitad restante en su gran mayoría han acudido a una segunda feria e incluso a una tercera. El resto de agentes, lo que correspondería a un 20% del total han acudido a más de tres, llegando un grupo minoritario a tomar parte en hasta diez ferias.

Según los datos obtenidos, las entidades públicas son el tipo de entidad, que según la media, acuden a más ferias. El resto de agentes, ana-

lizados a partir de la tipología a la que pertenecen, no superan el 1.8, media perteneciente a las agencias y productoras. Señalar sin embargo como en todas las tipologías existen agentes que acuden a más de 5 ferias, pero que según la media no resultan ser un grupo significativo en el conjunto.

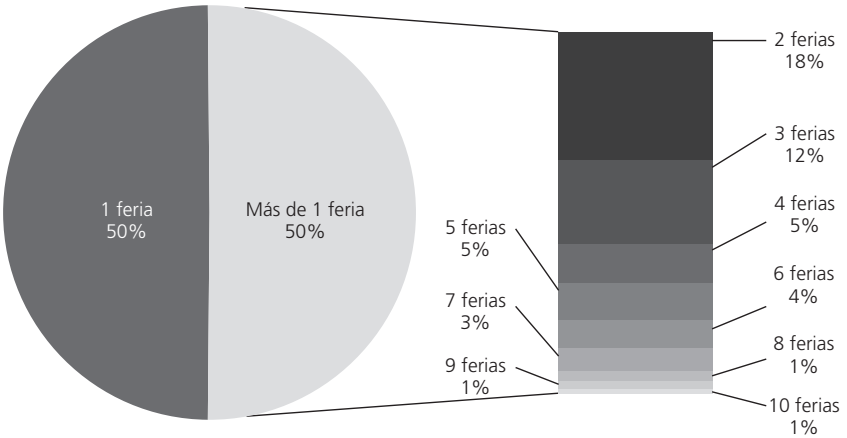


Gráfico 9

Entidades según número de ferias a las que acuden

Tabla 13

Media de ferias a las que acuden
según tipo de entidad

	Media	Mínimo	Máximo	Suma
Agencia-Productora	1.8	1	8	336
Compañía	1.3	1	6	348
Festival-Feria	1.5	1	9	209
Teatro	1.6	1	10	276
Ayuntamiento	1.4	1	6	461
Diputación	2.2	1	5	24
Gobierno	2.6	1	9	67
Total	1.5	1	10	1.721

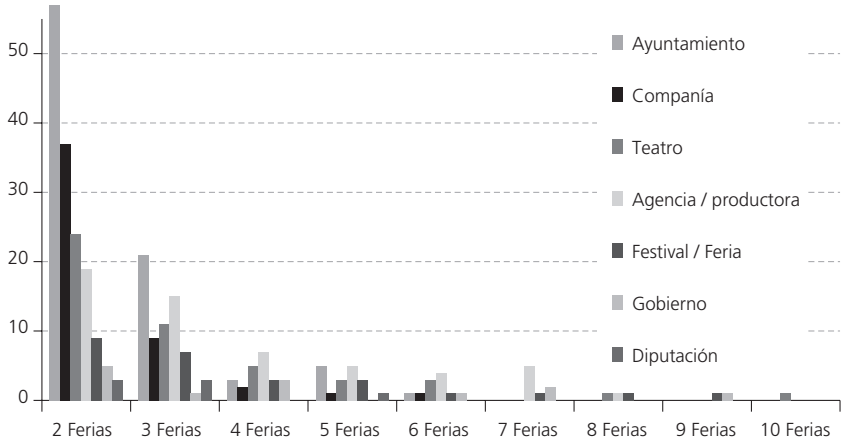


Gráfico 10

Volumen de entidades que acuden a más de una feria según tipología

Como se puede observar en el gráfico anterior, las instituciones públicas asisten, de manera significativa hasta a tres ferias, al igual que las compañías, aunque en menor número. Destaca la presencia de las agencias de manera significativa en hasta siete ferias, aunque el número absoluto de agentes sea menor de 10.

Una cuarta parte de los agentes que acudieron a una sola feria, lo hicieron a Tàrrega, a continuación se sitúa la Feria de Aragón. Al resto de ferias acudieron menos de un 10%. Si por el contrario analizamos el peso de las ferias entre los agentes que acudieron a dos ferias, se observa como Gijón es seleccionada, por una de las dos ferias a la que acudir, por casi el 20% de los agentes, debido a su carácter especializado. A continuación aparece Tàrrega, seguida de la Feria de Madrid. Gijón por su carácter especilizado se sitúa, de nuevo como la feria más presente entre los agentes que acuden a tres ferias, seguida también de la Fira de Tàrrega y de la de Madrid.

Algo menos del 20% de los agentes que acudieron a cuatro ferias, incluyeron entre sus selecciones a Aragón, seguida de las Ferias de Madrid y Gijón, en esta ocasión se sitúa en cuarto lugar la de Tàrrega. A medida que aumenta el número de ferias seleccionadas, disminuyen los porcentajes más altos, igualándose así en mayor medida la presencia de agentes en las ferias. Al analizar los agentes con presencia en cinco y seis ferias, se observa como Madrid y Gijón son las dos ferias presentes en un mayor número de itinerarios. En el primer caso, en tercer lugar se sitúa la feria

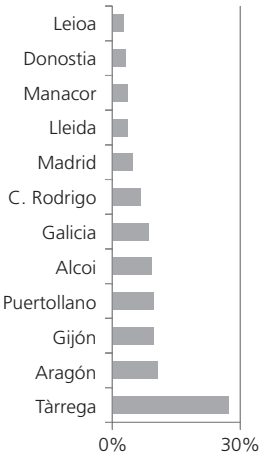


Gráfico 11

Ferias a las que acudieron los agentes que fueron a una sola

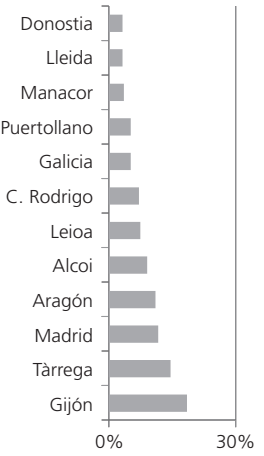


Gráfico 12

Ferias a las que acudieron los agentes que fueron a dos

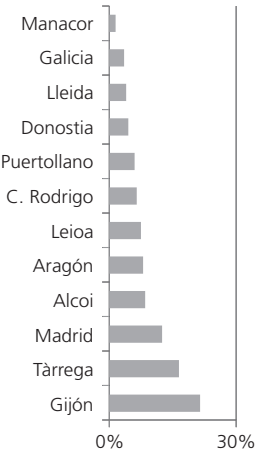


Gráfico 13

Ferias a las que acudieron los agentes que fueron a tres

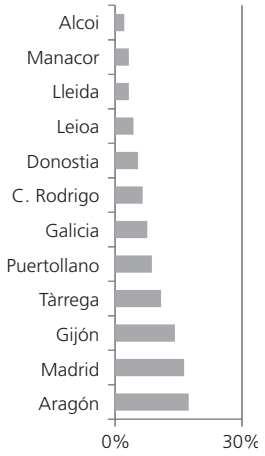


Gráfico 14

Ferias a las que acudieron los agentes que fueron a cuatro

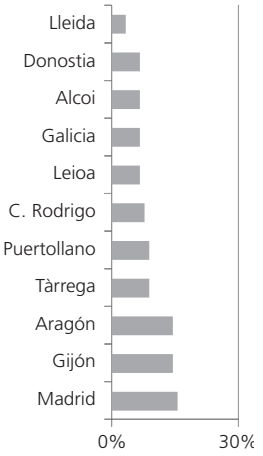


Gráfico 15

Ferias a las que acudieron los agentes que fueron a cinco

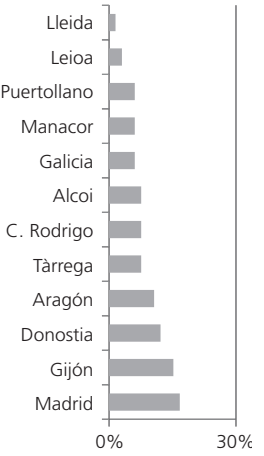


Gráfico 16

Ferias a las que acudieron los agentes que fueron a seis

de Aragón, y en el segundo, la feria de Donostia- San Sebastián, en ambos casos con valores superiores al 10%. Por último señalar como, Tàrrega, Aragón y Donostia-San Sebastián se sitúan las primeras, con el mismo porcentaje al analizar las ferias seleccionadas por los agentes que acuden a siete de estos eventos.

Compañías

Tabla 14

Peso de las compañías en el conjunto de inscripciones

		Frecuencia	Porcentaje
Compañías	Estatales	257	92%
	Extranjeras	21	8%
	Total	278	24%
Resto de entidades		865	76%
Total		1143	100,0

Una cuarta parte del total de entidades inscritas en la última edición de las ferias de artes escénicas fueron compañías. Las compañías inscritas procedían en su gran mayoría del estado español, siendo un 8% de origen extranjero.

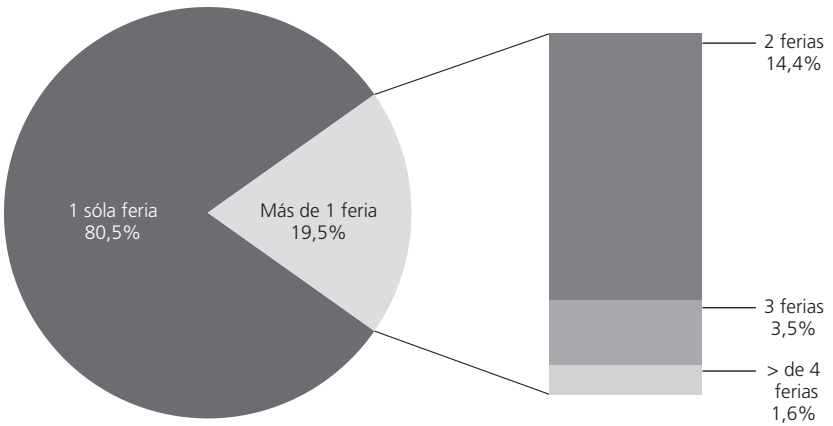


Gráfico 17

Número de ferias a las que acuden las compañías inscritas

Centrando el análisis en las compañías estatales, se observa como el 80% de éstas acudió a una única feria, frente a un 14% que acudieron a dos, el restante 6% participó en más de dos ferias.

1 Feria

Cuatro ferias copan más del 50% de inscripciones de aquellas compañías que acuden a una sola feria, éstas son la de Tàrrega, Alcoi, Gijón y Aragón. Las compañías que acudieron a una única feria provenían de todas las comunidades autónomas, destacando entre éstas las procedentes de Cataluña, Comunitat Valenciana y Madrid, copando más del 50% del total.

Tabla 15

Itinerario de las compañías que acuden a una sola feria

Andalucía	Tárrega (2) Feten (3) Madrid (1) Aragón (1)	Carácter de la feria
	Puertollano (3)	Prox. geográfica
Aragón	Aragón (7)	Zona de influencia
	Tárrega (1)	P.G.
	Feten (1)	C.F.
Castilla La Mancha	Puertollano (18)	Z.I.
	C. Rodrigo (3)	P.G.
	Feten (4) Aragón (2) Tárrega (2)	C.F.
Castilla León	C. Rodrigo (3)	Z.I.
	Puertollano (1)	P.G.
	Feten (3) Aragón (2) Tárrega (1)	C.F.
Cataluña	Tárrega (24)	Z.I.
	Feten (7) Aragón (5) C. Rodrigo (4)	C.F.
	Lleida (1)	P.G.

Tabla 15 (continuación)

Itinerario de las compañías que acuden a una sola feria

Euskadi	Donostia (3) Leioa (3)	Z.I.
	Tárrega (2) Feten (2) Aragón (2) Alcoi (1)	C.F.
Galicia	Galicia (12)	Z.I.
	Tárrega (1)	C.F.
Madrid	Madrid (10)	Z.I.
	Feten (6) Tárrega (1) Aragón (6)	C.F.
	C. Rodrigo (6) Puertollano (5)	P.G.
Comunitat Valenciana	Alcoi (36)	Z.I.
	Tárrega (13)	P.G. + Idioma
	Galicia (1) Feten (1)	C.F.

Desde el punto de vista de la comunidad autónoma de origen de las compañías se observa como la selección puede vincularse a tres motivos fundamentales, aunque en cada caso pudieran existir otros. En primer lugar, se selecciona la feria por ser aquélla que tiene lugar en la propia comunidad y, por tanto, un volumen importante de los programadores asistentes procederán de su entorno próximo, con las ventajas que esto puede suponer a la hora de firmar contratos en lo relativo a los costes. Este hecho queda patente en todas las comunidades autónomas. En segundo lugar, vendría el hecho de la proximidad geográfica de otras ferias, que hacen que la comunidad de origen se convierta también en zona secundaria de influencia.

A este hecho se añadiría en algunos casos el idioma, como ocurre con las cinco ferias que forman el triángulo de Cataluña, Comunitat Valenciana e Illes Balears. Por último existen las asistencias a ferias de la propia comunidad justificadas por el interés que supone para algunas com-

pañías, las ferias especializadas o de proyección estatal o internacional. A primera vista se observa como el origen geográfico de las compañías no es un elemento que determine la selección de la feria a asistir, salvo el caso de las compañías gallegas, las cuales en caso de acudir a una única feria o bien acuden a la de su comunidad autónoma, hecho que ocurre en su inmensa mayoría, o a la de Tàrrega.

2 Ferias

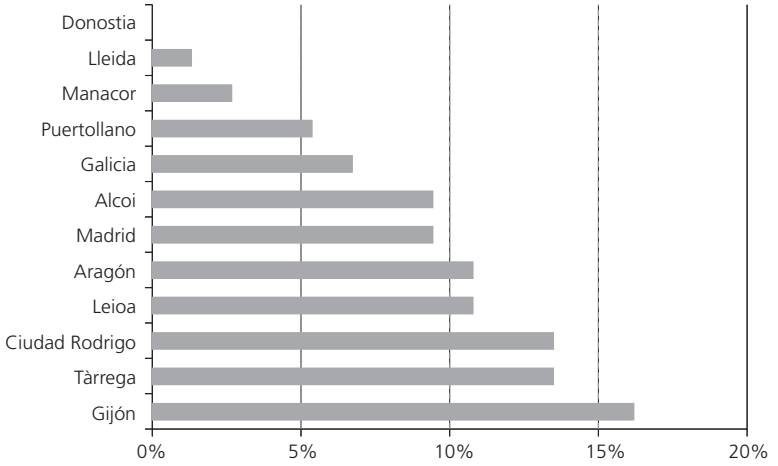


Gráfico 18

Ferias a las que acuden las compañías
que se trasladan a dos ferias

En el gráfico se observa como la feria a la que acuden un mayor número de compañías en este caso es la de Gijón, presente en más del 15% de los itinerarios de las compañías que acuden a dos ferias. Señalar además como otras cuatro ferias son seleccionadas por más del 10% de las compañías, éstas son, la Fira de Tàrrega, Ciudad Rodrigo, Lleida y Aragón.

El origen geográfico de estas compañías se distribuye fundamentalmente entre cinco comunidades autónomas. Prácticamente en los mismos porcentajes, estas se corresponden con zonas en las que la actividad artística y escénica es importante y donde, como ya se ha señalado en varias ocasiones, el número de agentes es significativamente superior.

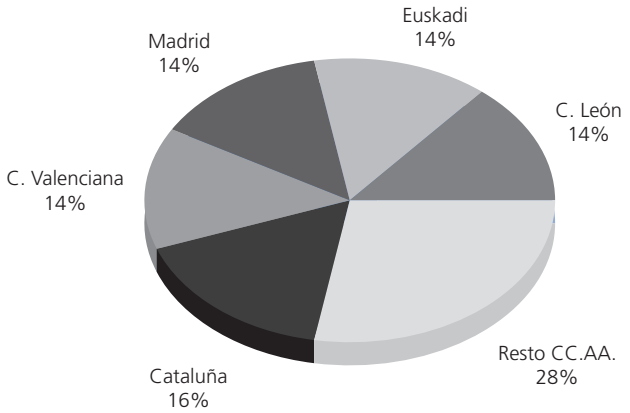
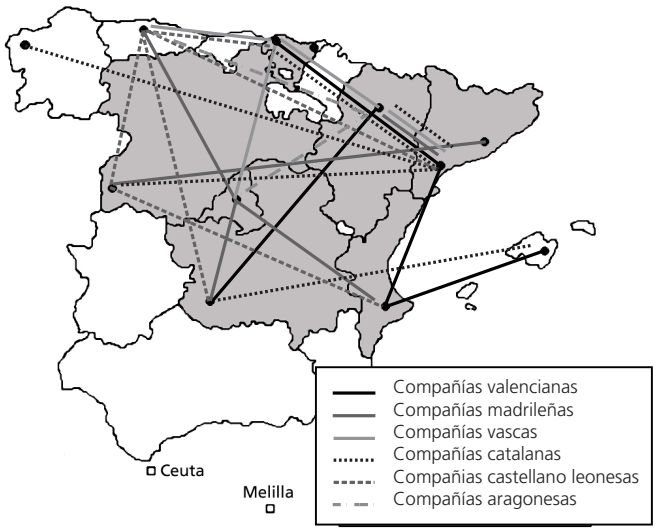


Gráfico 19

Procedencia de las compañías que acuden a dos ferias



Mapa 16

Itinerario de las compañías que acuden a dos ferias por CCAA de origen

En el mapa se recogen los itinerarios de las compañías procedentes de aquellas comunidades autónomas que trasladan como mínimo dos de éstas, a dos ferias. Esto significa que de las 36 compañías analizadas, en el

mapa se visualizan los datos relativos a 29. Como se puede observar en el mapa existen 26 itinerarios seguidos por estas compañías. Respecto a las valencianas (5 compañías), se observa como existen tantos itinerarios como compañías, presentando en común que dos compañías acuden a Alcoi y una de éstas junto con otra a Tàrrega, no coincidiendo en más ferias. De las madrileñas (5 compañías), se observa como dos seleccionan las mismas ferias, la de Ciudad Rodrigo y la de Tàrrega. Otras dos compañías seleccionan la Feria de Madrid como una opción y la segunda distinta en cada caso.

Al igual que las madrileñas, dos de las compañías vascas (5) seleccionan las mismas ferias, la Umore Azoka de Leioa y Gijón. Otras dos compañías, seleccionan la Feria de Leioa como una de sus dos opciones, por lo que Leioa estaría en los itinerarios de cuatro de las cinco compañías. De nuevo otras dos compañías decidieron acudir a la feria de Aragón. Por tanto, el círculo de ferias seleccionadas por las compañías vascas, que acudieron a dos de estos eventos, se limita a cinco ferias. Las seis compañías catalanas analizadas presentan cinco itinerarios, lo que significa que dos coinciden en sus elecciones (Ciudad Rodrigo + Tàrrega), además de éstas, otra compañía más seleccionó Tàrrega como feria a la que acudir. Las compañías procedentes de Castilla León (5), coinciden todas menos una en Gijón, pero no coincidiendo en ninguna otra feria.

Agencias-Productoras

Tabla 16

Peso de las agencias y productoras en el conjunto de inscripciones

		Frecuencia	Porcentaje
Agencias-Productoras	Estatales	169	89%
	Extranjeras	20	11%
	Total	189	17%
Resto de entidades		954	83%
Total		1143	100%

Tan sólo un 17% del total de entidades inscritas en la última edición de las ferias de artes escénicas fueron agencias y productoras. Las agencias y productoras inscritas procedían en su gran mayoría del estado español, siendo un 11% de origen extranjero.

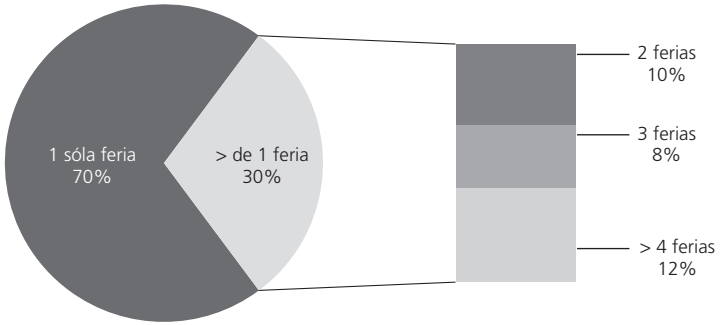


Gráfico 20

Número de ferias a las que acuden las agencias-productoras inscritas

Centrando el análisis en las agencias estatales, se observa como el 70% de éstas acudió a una única feria, frente a un 30% que acudieron a dos. Destacar como un 10% acudieron a dos ferias y un 8% a tres, lo que son en números absolutos 15 agencias-productoras.

1 Feria[11]

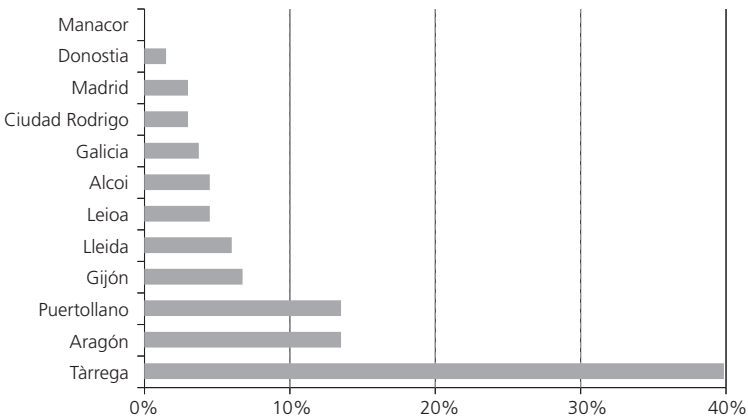


Gráfico 21

Ferias a las que acuden las agencias que se trasladan a una sola feria

[11] Solo se analizan aquellas que acuden a 1 feria, puesto que las que acuden a 2 únicamente son 19 de las 169.

En el gráfico se observa como la Fira de Tàrrega aglutina prácticamente al 40% de agencias que sólo acuden a una feria, dos ferias, las de Puertollano y Aragón presentan porcentajes superiores al 10%, y Lleida y Gijón al 5%. Por último destacar como en Manacor no se inscribió ninguna agencia.

Instituciones públicas: Ayuntamientos, Diputaciones y Gobiernos

Tabla 17

Peso de las Inst. públicas en el conjunto de inscripciones

		Frecuencia	Porcentaje
Inst. Públicas	Estatales	234	64,1%
	Extranjeras	131	35,9%
	Total	365	31,9
Resto de entidades		778	68,1
Total		1143	100,0

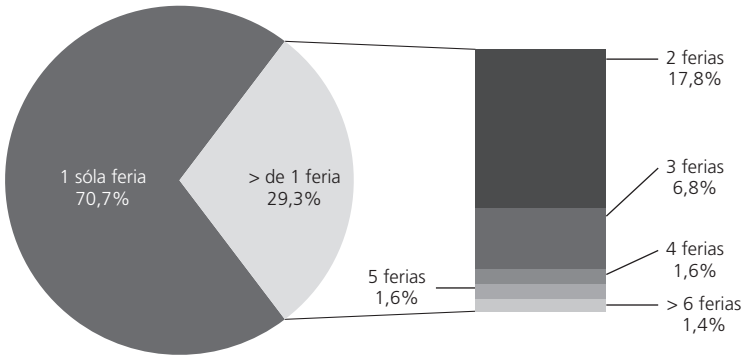


Gráfico 22

Número de ferias a las que acuden las instituciones públicas inscritas

Algo más del 30% de los agentes que acudieron a la última edición de las ferias de artes escénicas fueron instituciones públicas, por lo que son el grupo más numeroso. En esta categoría se encuentran incluidos, ayuntamientos, diputaciones y gobiernos autonómicos y central, así como

agentes autónomos dependientes de éstas. De estos, algo más de la mitad fueron instituciones de origen estatal, y el resto extranjeras. Del mismo modo, el grupo de instituciones públicas extranjeras fue el más numeroso de entre el total de procedentes de fuera del estado.

El 70% de las instituciones procedentes del estado acudieron a una sola feria, y prácticamente el 30% a más de una, lo que significa que, de nuevo, son el grupo de agentes que acude a más ferias. Así, casi el 20% asistieron a dos y un 12% a tres o más ferias.

1 Feria

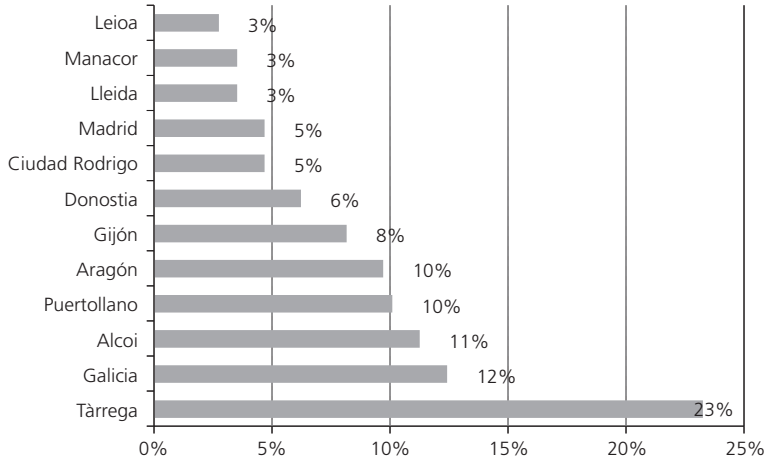


Gráfico 23

Ferias a las que acuden las instituciones públicas
que se trasladan a una sola feria

En el gráfico se observa como la Fira de Tàrrega aglutina prácticamente al 25% de instituciones públicas que sólo acuden a una feria. A una distancia considerable se sitúa la feira de Galicia, Alcoi y Puertollano, todas ellas copando más del 10% de las instituciones.

El origen geográfico de las instituciones se distribuye fundamentalmente entre cuatro comunidades autónomas. En similares porcentajes, éstas se corresponden con zonas en las que la actividad artística y escénica es importante y donde, como ya se ha señalado en varias ocasiones, el número de agentes es significativamente superior. Señalar que existe representación institucional de todas las comunidades autónomas.

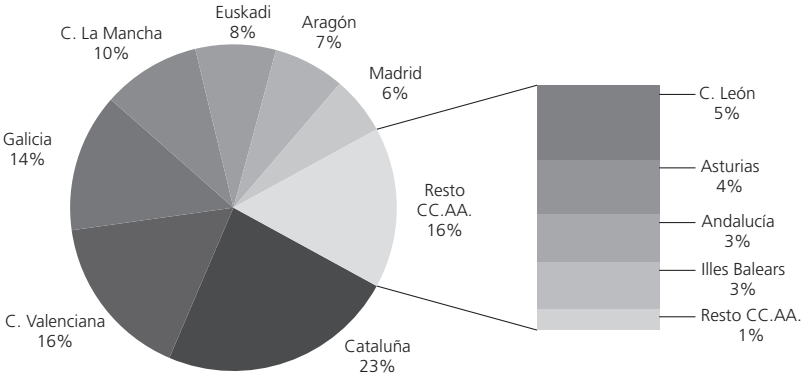


Gráfico 24

Procedencia de las instituciones públicas que acuden a una sola feria[12]

2 Ferias

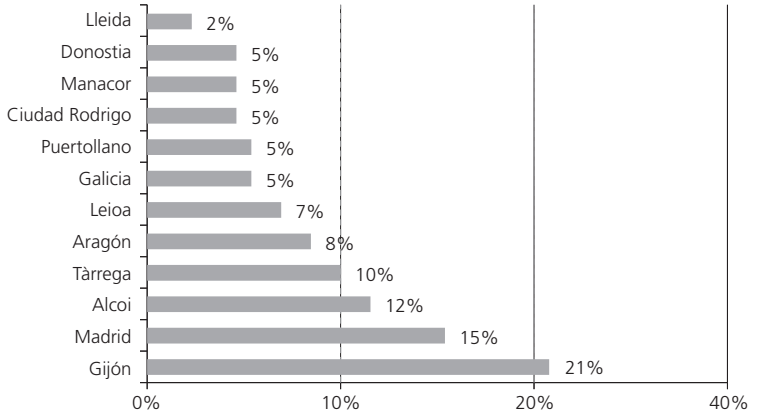


Gráfico 25

Ferias a las que acuden las instituciones públicas que se trasladan a dos ferias

De las 65 instituciones públicas que acuden a dos ferias, más del 20% selecciona Gijón, por su carácter especilizado, como uno de los eventos a

[12] Resto de CCAA: Islas Canarias, Extremadura, Murcia, Cantabria, Ceuta, La Rioja, Navarra.

los que acudir, en segundo lugar se sitúa la feria de Madrid, elegida por el 15%. Con valores superiores al 10% encontramos la feria de Alcoi y la de Tàrrega.

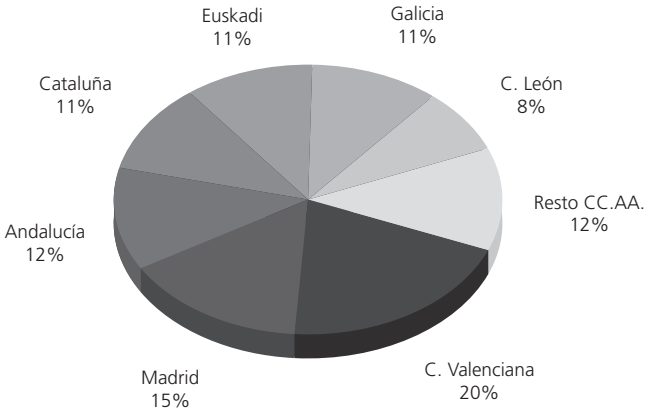


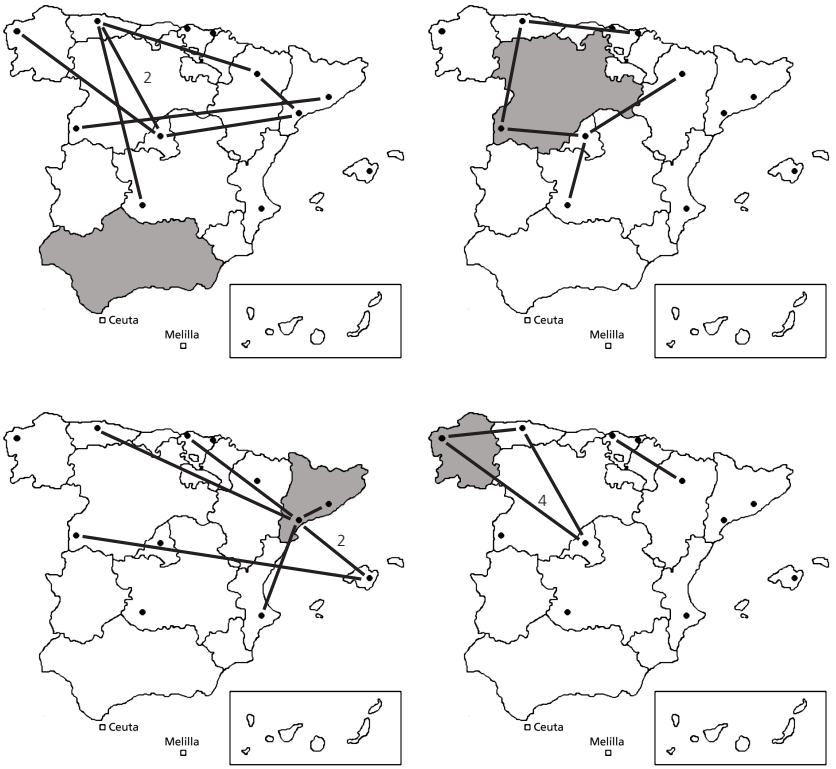
Gráfico 26

Procedencia de las instituciones públicas
que acuden a dos ferias[13]

Analizando el origen geográfico de las instituciones que acuden a dos ferias, se observa como las procedentes de la Comunitat Valenciana copan el 20%, seguida de las de Madrid, Andalucía, Cataluña, Euskadi y Galicia, todas con valores superiores al 10%.

En los mapas se pueden observar los itinerarios seguidos a través de las ferias, por las instituciones públicas en base a la comunidad autónoma de procedencia de éstas. Las instituciones andaluzas estuvieron presentes en ocho de las doce ferias. Las ferias visitadas por más agentes fueron la de Madrid y Gijón, éste fue el único itinerario completo repetido por dos agentes. En lo referente a las instituciones provenientes de Castilla León, señalar como Madrid y Gijón son también las dos ferias con presencia en más itinerarios. En este caso, no coincide ningún agente en su selección completa.

[13] Resto de CCAA: Aragón, Castilla La Mancha, Asturias, Navarra. Entre las de Madrid se incluyen los agentes de carácter estatal.



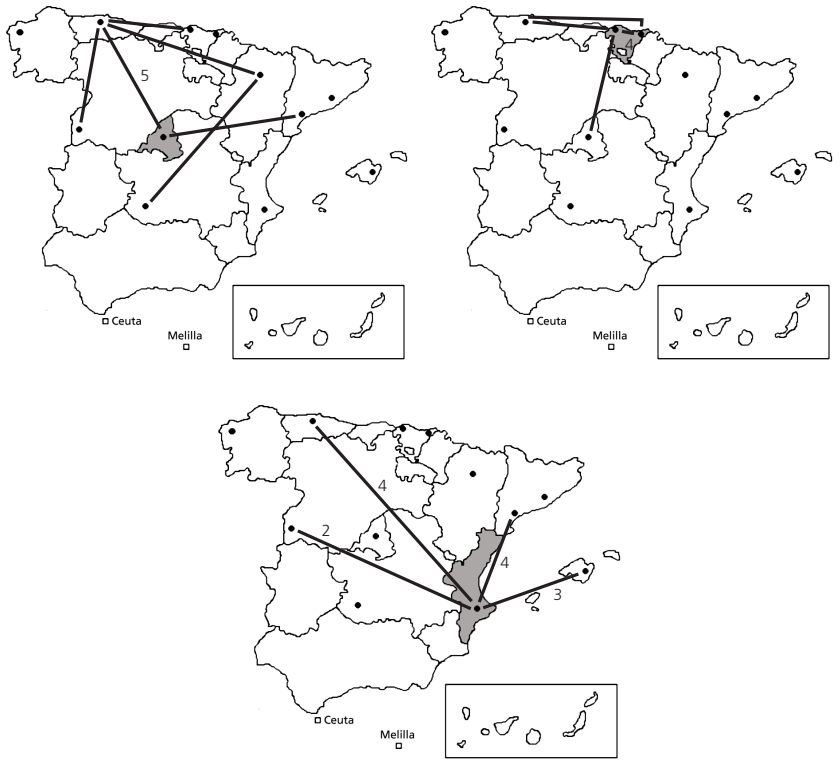
Mapa 17

Itinerario de las instituciones públicas que acuden
a dos ferias por CCAA de origen

Las instituciones catalanas, coinciden en su inmensa mayoría, al seleccionar Tàrrega como una de las dos ferias a visitar. Sin embargo la segunda opción varía tanto como el número de agentes. Imagen similar se obtiene al analizar el itinerario de las instituciones públicas gallegas, con la excepción de que éstas son menos.

Las instituciones de la Comunidad de Madrid, tienen como referente importante la Feria de Gijón, presente en ocho de los diez itinerarios descritos. Al observar el mapa con los itinerarios de las instituciones públicas vascas, es posible deducir que las ferias de Euskadi son referentes para todas las entidades. Por último, al analizar los movimientos de las institu-

ciones valencianas, se observa claramente que una opción clara es la Feria de Alcoi, variando la segunda opción tantas veces como el número de agentes que acude a dos ferias.



Mapa 18

Itinerario de las instituciones públicas que acuden a dos ferias por CCAA de origen (CONT.)

3 Ferias

De las 25 instituciones públicas que acuden a tres ferias, el 20% selecciona Gijón como uno de los eventos a los que acudir, en segundo lugar se sitúa la Fira de Tàrrega, elegida por el 15%, a continuación, con un valor superior al 10% encontramos la feria de Madrid.

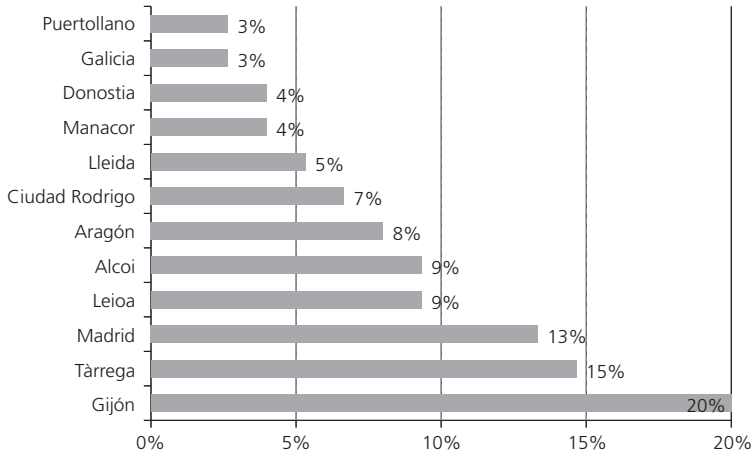


Gráfico 27

Ferias a las que acuden las instituciones públicas que se trasladan a tres ferias

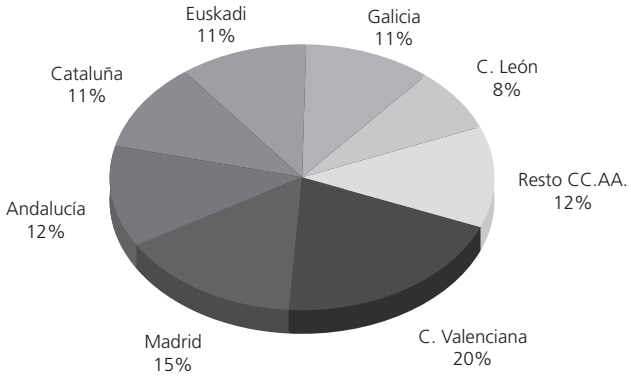
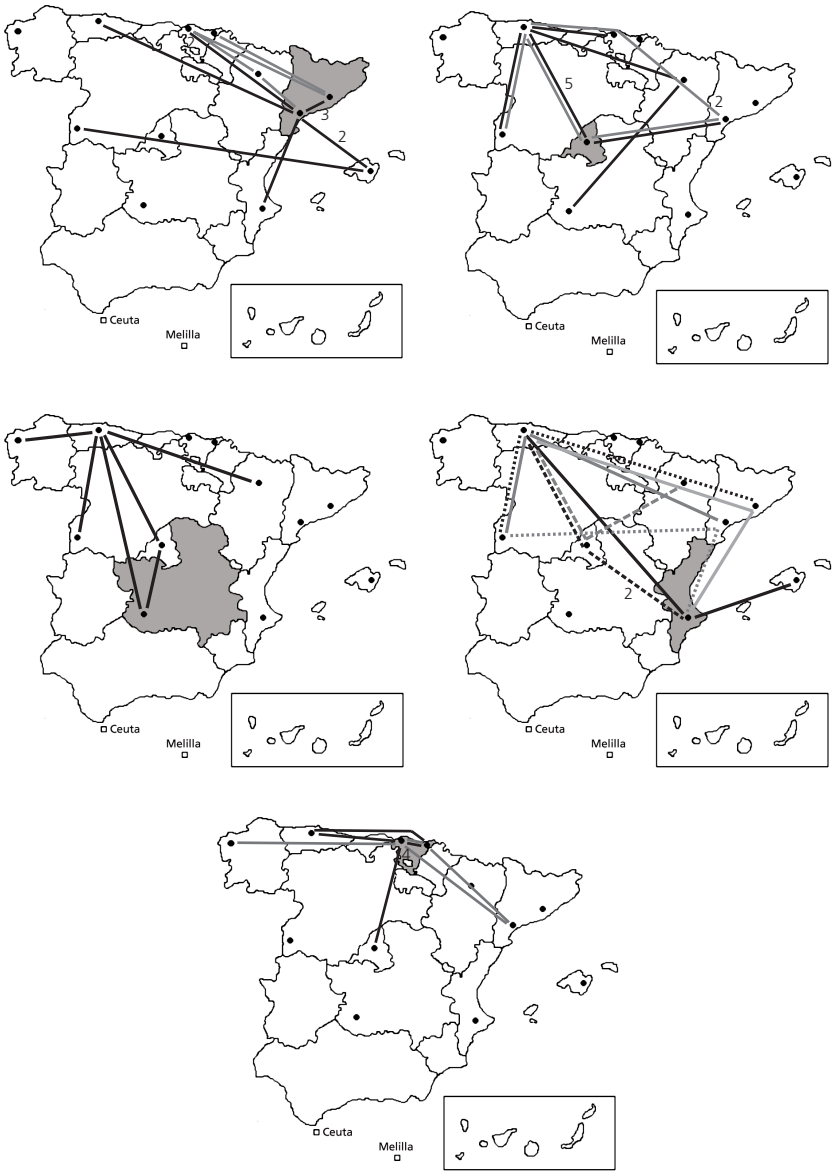


Gráfico 28

Procedencia de las instituciones públicas que acuden a tres ferias[14]

Las comunidades autónomas de procedencia de estas entidades públicas son principalmente seis, las cuales copan el 80% de las inscripciones, como se puede observar en el gráfico.

[14] Resto de CCAA: Andalucía, Aragón, Illes Balears, La Rioja.



Mapa 19

Itinerario de las instituciones públicas que acuden a tres ferias por CCAA de origen

Como se observa en los mapas no existen itinerarios claros en torno a los que se mueven las instituciones públicas al acudir a tres ferias. Sin embargo sí es posible observar cierta tendencia a acudir a determinadas ferias en función de la comunidad autónoma de la que proceden las instituciones públicas.

Teatros

Tabla 18

Peso de los teatros en el conjunto de inscripciones

		Frecuencia	Porcentaje
Teatros	Estatales	158	92%
	Extranjeros	14	8%
	Total	172	15%
Resto de entidades		971	85%
Total		1143	100,0

El 15% de los agentes que acudieron a la última edición de las ferias, fueron teatros, prácticamente el total de ellos de titularidad pública. De entre estos, más del 90% eran de carácter estatal, frente a un 8% venido de otros países.

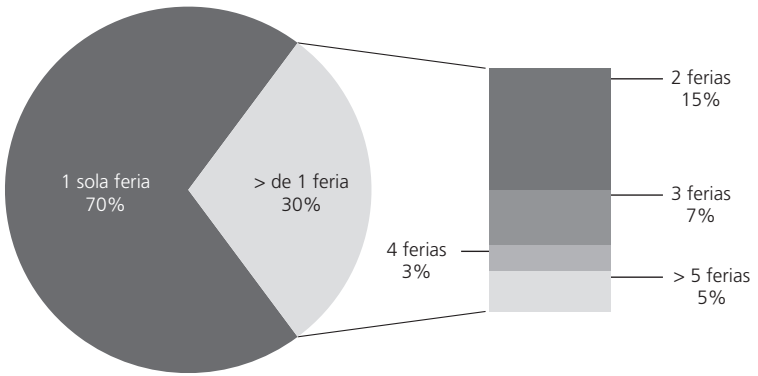


Gráfico 29

Número de ferias a las que acuden los teatros inscritos

El 70% de los teatros estatales que asistieron a alguna feria, lo hicieron únicamente a una de éstas, otro 15% se inscribieron en dos ferias y el otro restante 15%, lo hicieron a tres o más ferias.

1 Feria

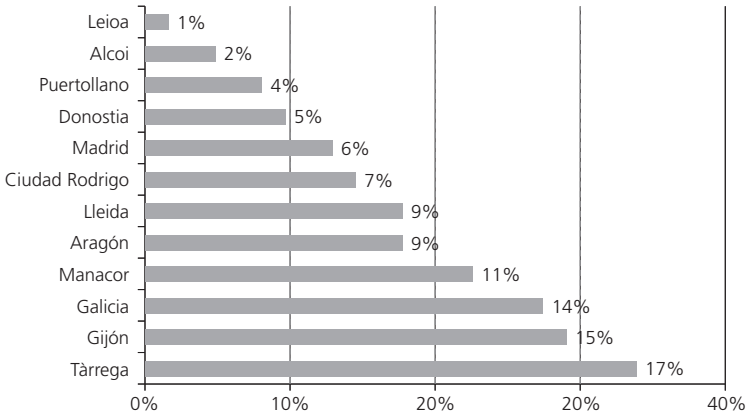


Gráfico 30

Ferias a las que acuden los teatros que se trasladan a una feria

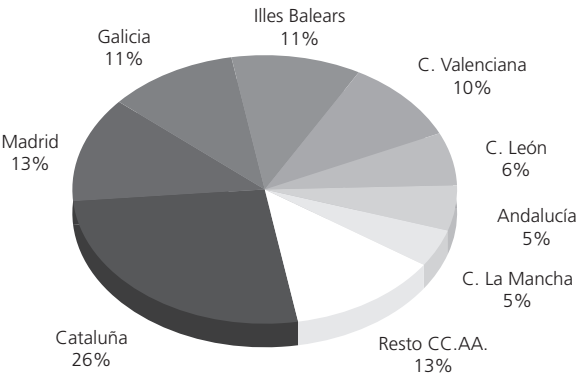


Gráfico 31

Procedencia de las instituciones públicas que acuden a una sola feria[15]

[15] Resto de CCAA: Euskadi, Asturias, Murcia, Aragón, Cantabria, Extremadura, Navarra.

De los 124 teatros que acuden únicamente a una feria, más del 15% selecciona Tàrrega como una de los eventos a los que acudir, en segundo lugar se sitúa Gijón, también con valores superiores al 15%. Por último, señalar que dos ferias, la de Galicia y la de Manacor presentan valores superiores al 10%.

Desde quince comunidades autónomas proceden los teatros que acudieron a una sola feria, destacando entre éstas Cataluña al copar más de una cuarta parte del total de inscripciones de este tipo de agentes.

2 Ferias

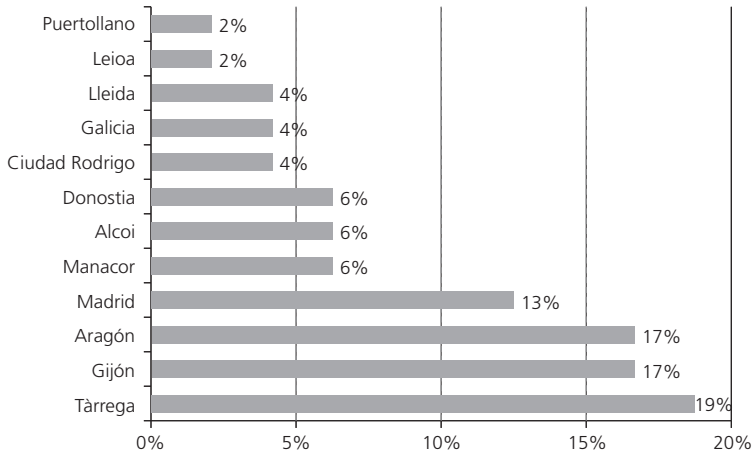


Gráfico 32

Ferias a las que acuden los teatros
que se trasladan a dos ferias

De los 24 teatros que acudieron a dos ferias, más del 19% seleccionaron, de nuevo Tàrrega, como uno de los dos eventos a los que acudir, en segundo lugar se sitúan, con el mismo porcentaje, Gijón y Aragón. Por último, destacar también con valores superiores al 10%, la Feria de Madrid.

En el gráfico se pueden observar, en números absolutos, la procedencia de este grupo de compañías estatales. En primer lugar con cinco compañías se sitúa Cataluña, seguida de Euskadi y Galicia con tres. El resto de comunidades autónomas tuvo presencia en las ferias con una o dos compañías.

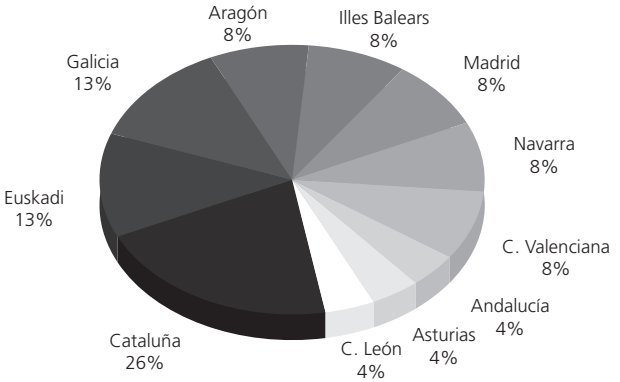
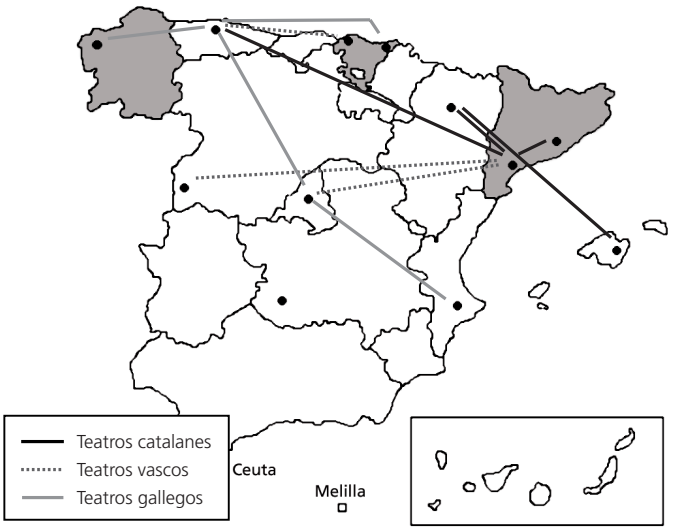


Gráfico 33

Procedencia de los teatros que acuden a dos ferias



Mapa 20

Itinerario de los teatros que acuden a dos ferias por CCAA de origen[16]

[16] Se recogen los itinerarios de los teatros de aquellas CCAA que trasladan a más de dos entidades a dos ferias.

Se observa en el mapa como los teatros catalanes se mueven por su propia comunidad y por las más próximas geográficamente, por tanto no existe un itinerario único, aunque Tàrrega sea cita obligada para prácticamente todos. Los teatros vascos y gallegos, tampoco muestran itinerarios comunes, ni tan siquiera en una de las dos selecciones.

Ferias y Festivales

Tabla 19

Peso de las ferias y festivales en el conjunto de inscripciones

		Frecuencia	Porcentaje
Ferias y festivales	Estatales	84	60%
	Extranjeros	55	40%
	Total	139	100,00%
Resto de entidades		1004	88%
Total		1143	100

El 12% de los agentes que participaron en la última edición de las ferias de artes escénicas, eran técnicos encargados de la organización de ferias o festivales de artes escénicas. De estos 139 agentes el 60% provinieron del estado español, y por tanto, un 40% eran festivales extranjeros. Este porcentaje de agentes extranjeros es el más elevado de los hasta ahora analizados.

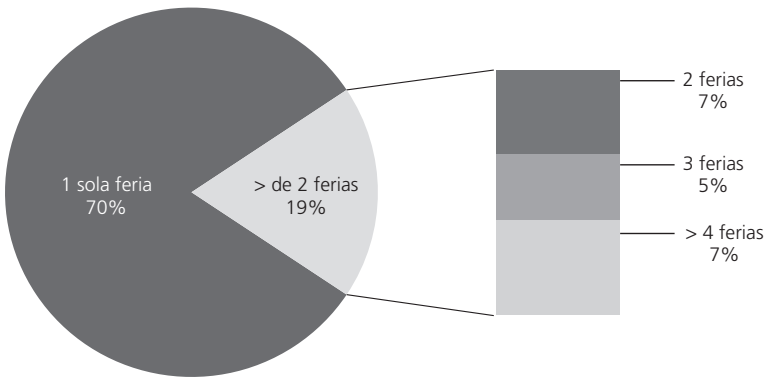


Gráfico 34

Número de ferias a las que acuden los responsables de ferias y festivales

Más del 80% de los organizadores de este tipo de eventos acudieron a una única feria, el resto se divide en porcentajes muy similares entre los que asistieron a dos, tres o más de cuatro ferias.

1 Feria

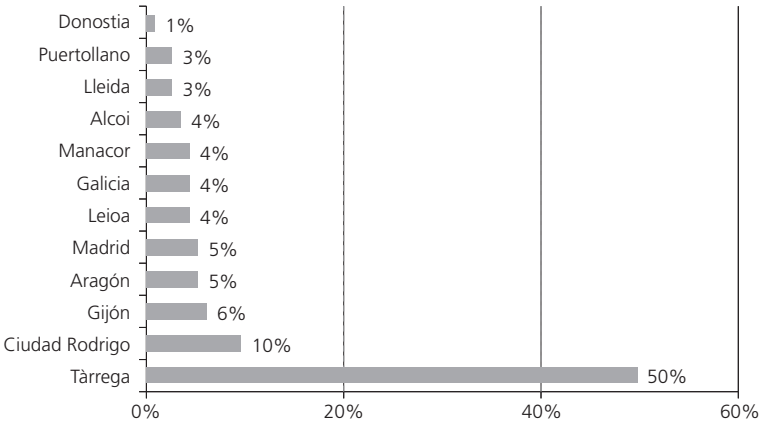


Gráfico 35

Ferias a las que acuden los organizadores de ferias y festivales que se trasladan a una feria

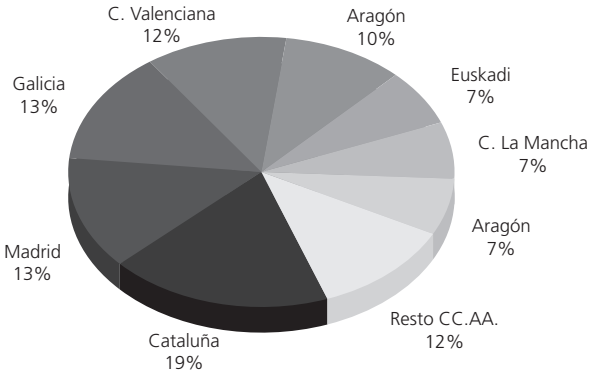


Gráfico 36

Procedencia de las ferias y festivales que acuden a una sola feria[17]

[17] Murcia, Illes Balears, Extremadura, Castilla León, Asturias.

Del conjunto de organizadores de ferias y festivales que acuden a los eventos analizados, se observa en el gráfico como más del 50% toman como referente la Fira de Tàrrega, dicho porcentaje es el más elevado obtenido en este análisis en el resto de tipos de profesionales analizados.

Entre cinco comunidades autónomas se reparten, prácticamente, el 70% de las inscripciones de este tipo de agente. Entre éstas destacan, Cataluña, con un 18%, Galicia, con un 14%, Madrid con un 13%, la Comunitat Valenciana con el 12% de las inscripciones y por último Andalucía con el 10%.

Retos y Oportunidades de las ferias de artes escénicas

Impactos de los eventos culturales en su entorno y en la industria escénica

No cabe duda de que las ferias no son el único recurso para la compra-venta de productos escénicos, los profesionales acuden también a festivales y muestras de teatro, pero es uno de los principales instrumentos para conocer las tendencias del sector. Son un mercado que permite conocer, apalabrar contratos e incluso firmarlos, es decir, si el espectáculo gusta tendrá bolos firmados en la propia feria o en meses posteriores.

Una feria de artes escénicas, hoy por hoy, es un espacio donde de forma destacada se presentan productos de mercado, por tanto, es obvio que la presencia de los agentes que intervienen en estas transacciones (compradores y vendedores), son claves para la creación de mercado. Así cuanta mayor y más variada sea la presencia de estos agentes en las ferias, mayores posibilidades de generar mercado habrá.

Las ferias cumplen los objetivos para los que nacieron, dinamizan el sector ideológicamente y en la praxis. Los profesionales año tras año han mostrado su interés en acudir a las ferias, aumentando el número cada año, para que en una feria se den cita un número importante de estos agentes, es preciso que año tras año ésta sea atractiva y sea una herramienta útil en sus trabajos. Pero no sólo influye el programa artístico de la Feria, sino las facilidades que los profesionales tengan para acudir y realizar su trabajo, por tanto, para medir el éxito de las ferias el indicador clave es el interés que muestren los agentes por volver a la siguiente edición.

Los profesionales que trabajan en la organización de las ferias cuentan con intuiciones, percepciones, e incluso algunos datos reales para afirmar que las ferias, como realidad única, son un marco de generación de mercado escénico, pero nunca se ha realizado un estudio empírico que confirme esta hipótesis de manera conjunta. Aunque se entiende que las ferias son plataformas claras de distribución, no se puede afirmar con datos,

hipótesis como que las compañías que más exhiben es porque han tenido presencia en éstas o porque la propuesta es buena y por tanto se hubiera distribuido igualmente el producto.

Los estudios de impacto económico, también conocidos como «método de los efectos», tratan de estimar la importancia económica de las artes y analizar los flujos de actividades e ingresos vinculados a un determinado evento cultural (Martnello y Minnon, 1990), por tanto tratan de analizar los beneficios económicos vinculados a la existencia de una determinada manifestación cultural. Aunque su definición puede variar de unos casos a otros, el objetivo fundamental de los mismos es medir los efectos derivados de la presencia o existencia de una actividad u organización cultural sobre una determinada zona geográfica en un determinado período de tiempo.

Se trata, en definitiva, de hacer aparecer los grandes flujos generados por la actividad cultural en el ámbito de la economía local y/o regional (Greffe, 1990). El enfoque habitual de este tipo de estudios es estimar el tamaño de los flujos de gasto que origina el sector cultural y medir su impacto conjunto. Sin embargo, no siempre se limitan al volumen de ingresos, sino que se complementan muchas veces con el análisis del empleo creado o de las repercusiones fiscales generadas (Heilbrun y Gray, 1993).

Estos estudios no son especialmente complicados desde el punto de vista conceptual, aunque presentan dificultades técnicas que exigen el manejo de diferentes fuentes de información, la realización de encuestas a los espectadores del evento y un cuidadoso análisis que evite las tendencias al sobredimensionamiento de los efectos. La aplicación de esta metodología goza de una elevada experiencia tanto en el estado español como en el extranjero.

Trabajos como los de Devesa et al. (2002) y Capaul (1986) sobre los festivales de cine de Valladolid y San Sebastián respectivamente, los que realiza el Museo Guggenheim de Bilbao (2003) sobre su impacto en la economía del País Vasco, los estudios de Brunet (1995) sobre el Impacto de los Juegos Olímpicos de Barcelona 92 en la ciudad de Barcelona o el más reciente elaborado por la Comunidad de Madrid «Impacto Económico de los Juegos Olímpicos Madrid 2012 en la Ciudad de Madrid», son ejemplos de aplicación de este metodología en el estado español. También son diversos los ejemplos de aplicación de esta metodología en el extranjero, pudiendo destacar en materia cultural los estudios pioneros del Nacional Endowment for the Arts (1977) sobre el impacto de la vida artística en la ciudad de Baltimore (EEUU) y el estudio realizado por The Port Authority of New York and New Jersey (1983) sobre la importancia económica del sector cultural en el área metropolitana de Nueva York, o el más reciente elaborado por Festivalsv & Envents Ontario (2003) «Festival & Events Ontario 2003 Economic Impact Survey».

Los estudios de impacto económico tienden a adoptar una metodología común, aunque existen algunas diferencias entre unas y otras aplicaciones en función de los flujos y de los agentes analizados. De esta manera se distinguen, generalmente, tres tipos de impactos o efectos que pueden medirse (Seaman, 2003):

1. Los efectos directos: se corresponden a los gastos realizados por la actividad o la institución analizada en diferentes conceptos (salarios, compras, alquileres, ejecución de programas, etc.) en el área geográfica de referencia y en un período de tiempo determinado.
2. Los efectos indirectos: definidos como los gastos que realizan los visitantes o espectadores como consecuencia del producto (alojamiento, restauración, transporte, compras, entradas, etc.)
3. Los efectos inducidos: entendiendo por los mismos todas aquellas repercusiones no contabilizadas en las categorías anteriores y que se difunden o amplían por el resto del sistema económico, dentro y fuera del espacio de referencia.

La definición de esta última categoría varía de unos estudios a otros. Así, mientras algunos autores se centran en las repercusiones sobre la economía local, regional o estatal (casi todos estos estudios utilizan la metodología o enfoque del multiplicador regional, partiendo de las tablas input-output disponibles), otros se inclinan por aspectos más cualitativos, como el aumento del capital humano de la sociedad, la mejora de la calidad de vida de los ciudadanos o la atracción de nuevas actividades y puestos de trabajo (siendo claro está, estos efectos mucho más difíciles de cuantificar).

La aplicación explícita de la metodología de los estudios de impacto al caso de las ferias de artes escénicas requeriría de una serie de precisiones operativas para adaptarse a la peculiaridad de la suma de una serie de eventos culturales de estas características. La primera de ellas consiste en la necesidad de matizar entre los gastos asociados exclusivamente al desarrollo de la programación cultural, lo que se denominaría genéricamente como gasto cultural; de aquellos otros derivados del esfuerzo añadido en creación de nuevas infraestructuras culturales y equipamiento turístico, en caso de que los hubiese, lo que se suele denominar gasto dotacional.

Un estudio orientado solamente a la estimación de efectos económicos de una feria puro, debería considerar en exclusiva la primera partida mencionada, compuesta, a su vez, por los gastos públicos en la generación de la oferta cultural (programación de la feria) y el gasto privado asociado al consumo cultural (visitantes y espectadores), todo ello suponiendo que las infraestructuras culturales están dadas. Sin embargo, si al hilo de estos eventos, por sus características, sobre todo desde hace unos años, llevara

aparejado también un importante o relevante esfuerzo público en la restauración o creación de nuevas dotaciones culturales, así como de equipamiento turístico y de comercio por parte del sector privado, sería necesario tenerlo en cuenta en el estudio.

Si esto fuera así, gasto cultural y gasto dotacional son dos partidas que ineludiblemente han de considerarse en el análisis de las repercusiones económicas de un acontecimiento como el caso de las ferias. Por esta razón, la distribución de gastos directos, indirectos e inducidos del modelo de impacto económico aplicado al conjunto de ferias debería de seguir un esquema adaptado y propio.

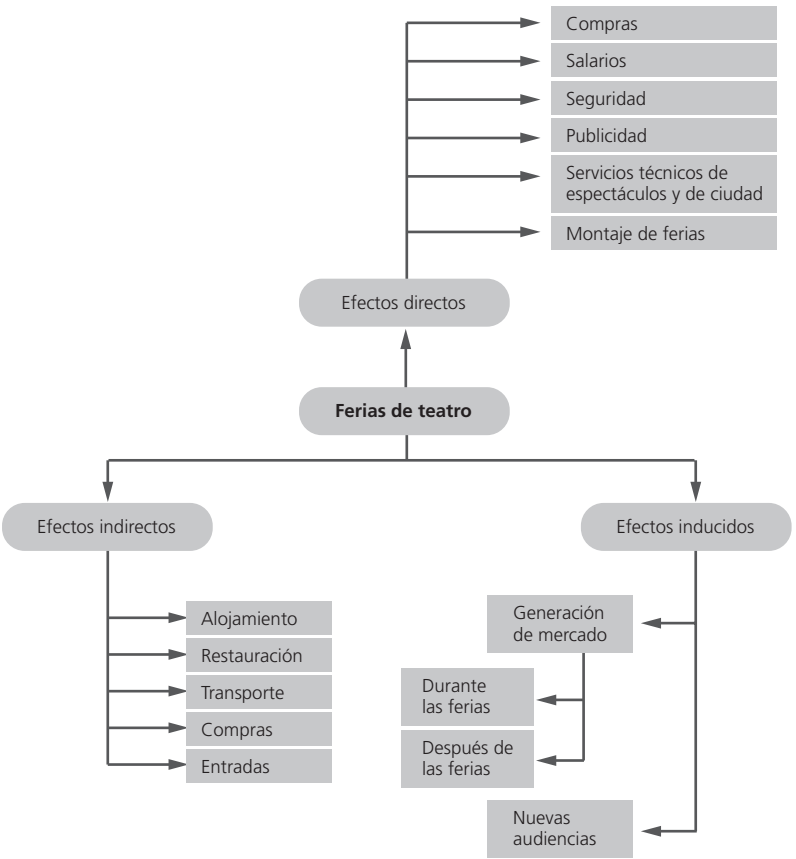


Figura 2

Impactos generados por las ferias de artes escénicas en el estado español

Para cerrar este capítulo se realiza un compendio de los temas críticos identificados por los profesionales que participan de una u otra manera en las ferias de artes escénicas, tratando en última instancia de orientar la acción, a través de una serie de recomendaciones parejas a estos temas críticos, sin pretender que éstas sean normas o soluciones únicas.

Es necesario entender las ferias como un conjunto de personas y entidades que participan de un bien común buscado a priori, y por tanto, deben de consensuar en la medida de lo posible las acciones pertinentes a la consecución de los objetivos de intervención planteados, en cada feria en particular y a través de la coordinadora como agente mediador. En primer lugar se presentan las acciones que pudieran ser responsabilidad directa de la Coordinadora de Ferias, y en segundo lugar las que correspondería a cada una de las ferias el llevarlo a cabo, algunas de estas acciones que pudieran ser desarrolladas por ambos niveles.

Presupuestos y financiación

Acciones para la Coordinadora de ferias

1. Revisar las competencias en torno a subvenciones y ayudas públicas procedentes de cada nivel de la administración, y adecuarlos a los ámbitos territoriales de actuación de cada una de las ferias.
2. Incentivar a través de ayudas públicas a la internacionalización de las compañías estatales.
3. Solicitar como coordinadora patrocinadores privados que apoyen al conjunto de las ferias.
4. Presionar a las administraciones públicas para la aprobación de una ley de mecenazgo que incentive la participación privada en la cultura.

Acciones para cada una de las ferias de artes escénicas del estado español

1. Redefinir e intensificar las ayudas a la producción de nuevos espectáculos.
2. La autofinanciación no debe de ser un objetivo prioritario por parte de las ferias, puesto que se entiende dentro del marco de las políticas culturales de las administraciones públicas, pero se debieran de tratar de alcanzar los máximos niveles posibles.
3. Se debe de trabajar desde las ferias con modelos de gestión empresariales, aunque se dependa del sector público.

4. Todas las ferias debieran de estar dotadas de un personal mínimo, con dedicación exclusiva, ya que éstas deben estar cada vez más profesionalizadas.

Acciones para ambos

1. Cada feria, así como la Coordinadora, debiera de diseñar sus propios planes estratégicos.

Programación

Acciones para la Coordinadora de ferias

1. Establecer a través de la figura de la coordinadora unos criterios únicos y objetivos, para la selección de compañías, para ello se debiera de dar cabida a representantes de cada tipo de agente que participan de éstas (compañías, agencias, productores, programadores...).
2. Definir en cada feria un equipo técnico, junto con un director artístico, que diseñen un mecanismo de coordinación entre ferias, y que se orienten en la selección.
3. Mantener a través del diseño de programaciones la unicidad de cada feria, respetando su idiosincrasia, marcando líneas claves que diferencie unas ferias de otras.

Acciones para cada una de las ferias de artes escénicas del estado español

1. Diseñar programaciones que permitan acudir a los programadores a todos los espectáculos exhibidos.
2. Las exhibiciones que en la actualidad tienen cabida en las ferias son de pequeño y mediano formato, se debería de tratar de programar espectáculos gancho que traten de atraer a programadores de teatros de capitales de provincia.
3. No determinar el diseño de gran parte de los carteles de las programaciones por intereses o acuerdos políticos.
4. En la medida de lo posible personalizar el rechazo de las compañías que hayan solicitado participar en las ferias.
5. Se debiera de tratar de no divulgar opiniones extremas sobre los espectáculos entre los profesionales, entendiendo que las opiniones siempre son subjetivas y por tanto, relativas.

Acciones para ambos

1. Favorecer la creación de puntos de reunión informales entre agentes en el marco de las ferias.

2. Utilizar nuevos soportes y plantear otras actividades que llenen de contenido las ferias mas allá de las meras exhibiciones teatrales, pero escapando de los productos que puedan llegar a convertir las ferias en festivales.
3. Tratar de consensuar un calendario común que integre al conjunto de ferias, espaciando éstas en el tiempo, al observarse en la actualidad un calendario demasiado condensado.

Programadores

Acciones para la Coordinadora de ferias

1. Utilizar las posibilidades que ofrece una Intranet para coordinar tanto la presencia en ferias, como las programaciones.

Acciones para cada una de las ferias de artes escénicas del estado español

1. Vigilar, por parte de las ferias, la asistencia a los espectáculos de los programadores.

Acciones para ambos

1. Establecer mecanismos que incentiven la participación de otros programadores estatales que no utilizan las ferias como herramientas de trabajo.
2. Revisar la necesidad de invitar a todos los programadores en algunas ferias.
3. Tratar de atraer a un mayor número de programadores internacionales que puedan comprar productos españoles y promocionar así el trabajo de las compañías estatales.

Compañías

Acciones para cada una de las ferias de artes escénicas del estado español

1. Atender a las compañías procedentes de las comunidades autónomas con menor presencia (Islas Canarias, Navarra...).
2. Tratar de variar año tras año las compañías presentes.

Acciones para ambos

1. Revisar los cachés de las compañías en las ferias, consensuando unos mínimos admisibles.

Agencias-productoras

Acciones para ambos

1. Analizar la posibilidad de establecer ayudas para las agencias y productores para incentivar la presencia de éstas en las ferias.

Nuevas ferias

1. Sólo se observa la posibilidad de ampliar el mapa de ferias a través del surgimiento de eventos especializados, aunque sería preciso un análisis en profundidad para poder garantizar el éxito de estas nuevas ferias.

Espacios y públicos

1. Respetar el aforo de los espectáculos.
2. Garantizar las condiciones técnicas de los espacios y de visionado, puesto que estos son fundamentales para mantener la calidad de los espectáculos.
3. El teatro de calle también debe de tener unos requisitos técnicos mínimos, así como un espacio cómodo que favorezca la presencia de público.
4. Asegurar la presencia de público real en cada espectáculo que interactue con los artistas, y que sirva de contraste a los programadores.