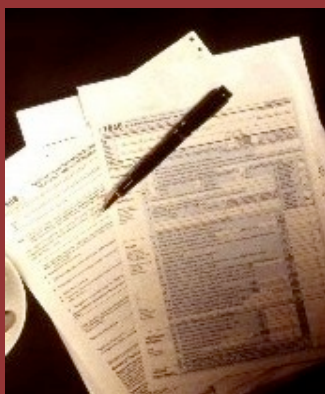


## Espectáculos escénicos: Tejes y manejes



207 Lecturas



"Espectáculos Escénicos. Producción y Difusión" de Marisa de León es el producto de medio año de investigación y trece de cercanía con el negocio de los espectáculos.

Diego Murcia  
02 de febrero de 2005

Marisa de León, de nacionalidad mexicana, es productora ejecutiva y promotora cultural independiente. Ha trabajado como gerente de giras Proyecto Performing Americas desde 2002, entre otros.

Su cercanía con el negocio de los espectáculos desde los trece años, le ha llevado a involucrarse con más de 85 producciones, como gerente, como conferencista. Estos andares la han llevado a publicar, luego de cerca de medio año de investigación, el libro "**Espectáculos Escénicos. Producción y Difusión**". El resultado de esta investigación, el cual fue presentado el año pasado en El Salvador, como parte del programa de actividades del XII Festival Centroamericano de Teatro, plantea aspectos muy importantes que forman parte del día a día de la producción y difusión de espectáculos escénicos. Sobre su libro, autora nos cuenta:

### ¿De qué trata tu libro **Espectáculos Escénicos: Producción y Difusión**?

Bueno, el libro nació de la necesidad de contar con algún material que sea un manual de cómo se hace la producción de un espectáculo y la difusión del mismo. El libro está dividido en dos partes. La primera dedicada a lo que es la planeación de un espectáculo; todo lo que un grupo artístico debe considerar al momento de decidir llevarlo a la escena; todo lo que es la gestión, administración y logística del mismo. Además hace énfasis en la necesidad de identificar los equipos de trabajo y determinar quién hace qué; ya que muchas veces se mal interpreta el hecho de que haya una división del trabajo dentro del espectáculo donde cada uno debe tener definidas sus responsabilidades, sus tiempos y sus formas de trabajar. De igual forma, hablo de cómo responder a las preguntas de quién, cómo, cuándo, dónde, por cuánto, e

Yo propongo una serie de cuestiones, que deben ser definidas antes de ponerse a ensayar, sobre todo antes de pensar en lo estético y lo técnico. Se hace, de igual forma, un recorrido por la parte

administrativa de un grupo. De cómo poder conseguir dinero y administrarlo, que es aquí donde las compañías fallan mucho. Hay ejercicios que se proponen en el libro, para que, como grupo, se pueda encontrar un punto de equilibrio, pensando en que todo tipo de show que se monte, puede ser rentable tanto como para poder vivir de ello.

Otro de los puntos que se desarrollan es, explicar en qué consisten cada una de las etapas del proceso: pre producción, producción, pos producción y la realización de giras. Es en este punto donde entramos a la segunda apuesta del libro: la difusión. No es suficiente tener montado un espectáculo, hay que saber promover. En este sentido, el libro consta de una serie de apartados con diversidad de ejercicios y guías prácticas de cómo hacer un presupuesto, análisis de viabilidad, pautas publicitarias, carpetas de trabajo, etc. La idea de todo esto, es poder mejorar la calidad de los espectáculos.

### **Pareciera que das "tips" sobre lo que es el trabajo de un gestor cultural, visto desde atrás los escenarios.**

Así, es. Aunque un gestor cultural no necesariamente es un productor o viceversa. La idea es encontrar perfiles definidos de las diferentes personas que se involucran desde la parte de la infraestructura de un espectáculo, para que la estructura de la misma esté resuelta y sea más sencilla. Lo que planteo es que el equipo artístico debe desenvolverse e involucrarse en su montaje y sus procesos creativos, en lugar de preocuparse por cuestiones administrativas, para eso hay otras personas.

En ese sentido, quiero invitar a la gente que no tiene definida su vocación dentro del espectáculo, a que forme parte y que se profesionalice en este campo de la gestión, producción y promoción, considerando que todo ello requiere de un trabajo arduo y fuerte. Los resultados deben salir a flor de piel y todo debe estar proyectado a futuro, para que no se quede nada más en los escenarios. Así se podrá ofrecer un mejor espectáculo.

De ahí que el productor se vuelve una figura clave, como una especie de director de orquesta, que hace que cada una de las piezas del tablero concuerden en un momento y un lugar adecuado.

### **Se dice por ahí que las propuestas surgen a partir de las necesidades. ¿Marisa tuvo alguna necesidad que la obligó a construir o escribir su propia propuesta?**

Sí. De alguna manera, todos los que nos dedicamos a esto y, por no contar con materiales o recursos suficientes, hablen sobre el tema, nos vamos formando en la práctica, por intuición, por prueba y error, de tal forma que vas aprendiendo de cada experiencia. En mi caso, después de 20 años de estar trabajando así, encontrando y adecuando ciertos formatos -que son los que yo propongo en mi libro-, se logra ordenar ideas y números. A lo largo de los años, estos métodos de trabajo los he ido perfeccionando. Cada proyecto resulta nuevo y distinto; pero, de alguna manera, las necesidades y las bases son las mismas. Luego de 20 años se ha vuelto más fácil sistematizar y capitalizar esas experiencias y encontrar un método de trabajo más efectivo.

Hoy por hoy, mi necesidad es compartir mi experiencia y conocimiento con la gente que trabaja. Porque yo me he dado cuenta que, en los lugares donde he ido, no existe un método que les ayude a economizar y ahorrar, tanto dinero como tiempo.

En mi libro, yo hablo desde mi experiencia de mexicana, pero la ventaja de este texto, es que se trata de un método que puede ser aplicado a nivel latinoamericano, pues tenemos más o menos las mismas condiciones de trabajo. A lo largo del libro, yo pongo una serie de ejemplos y anécdotas, para aterrizar y lograr transmitir la idea que se requiere.

**¿Qué tipo de orientación se puede encontrar en tu libro para el interesado en el campo**

### **administrativo del espectáculo?**

En la primera parte del libro, la idea es resolver cómo un grupo puede establecer metas y largo plazo y cómo puede tener una visión a futuro de un proceso creativo y organizado, consolidado, puede pensar en el libro como un apoyo para desarrollarse en un proyecto

En el capítulo dedicado al financiamiento hablo de la forma en que el grupo puede obtener recursos propios. Se habla de cuatro formas básicas: directa, indirecta, externa e interna preguntarnos: cómo explotar el potencial de cada miembro del grupo para que realice actividades complementarias, más allá de la puesta en escena. De pronto, el iluminador puede darse sea en la sede del grupo o en otro lugar. Los ingresos generados a partir de estas actividades entre tallerista y grupo, y luego ese dinero se revierte a los demás miembros del grupo

Además, se plantean fórmulas de cómo tener una buena relación con los patrocinadores desarrollar la imaginación para conseguir dinero de distintas maneras. Nunca vas a poder negociar en base a tu producto, es decir tu trabajo. La verdad es que el libro no es un manual para resolver problemas, pero sí puede ser una guía muy útil, con propuestas muy interesantes que me han servido y si a otros le sirven solo como inspiración, pues adelante, hay que usarlos

|<<

<<

>>

Fundación Clic ©. Todos los derechos reservados  
Concepto y coordinación: María Luisa Angulo