

Entrevista sobre l'ofici de crític de teatre

Andreu Sotorra: «La crítica acabarà desapareixent dels grans mitjans»

Quin són els criteris que fas servir per anar a cobrir un espectacle o un altre? (interès personal, mediàtic,...)

En el meu cas, el fet que s'estreni un espectacle és suficient per veure'l i fer-ne posteriorment la crítica. Una de les funcions de la crítica —cada vegada més escassa i reduïda en els grans mitjans de comunicació— té la funció d'estar al servei orientatiu dels espectadors. Per tant, en principi, qualsevol espectacle que entra en cartellera és una incògnita sobre el que passarà un cop estrenat. L'allau d'ofertes teatrals és tan gran i està tan dominada per les grans promocions que l'espectador corrent es troba moltes vegades desorientat. Si un espectador segueix amb una certa fidelitat les cròniques o crítiques d'algun crític determinat, ja coneix també els seus gustos i les seves preferències o per què s'expressa d'una manera o d'una altra, o per què diu tal cosa sobre tal espectacle, o què insinua. I això li crea un sentiment de confiança per escollir si no se'l pot perdre o si no passa res si no el veu. A vegades es pot estar en desacord amb el crític, en algun aspecte, però això també forma part del joc. Una parella que va al teatre no sempre veu l'obra de la mateixa manera, segons la situació anímica d'aquell moment, l'humor, la situació personal. Tots aquests són factors que cal tenir en compte a l'hora de posar-te com a espectador davant d'una obra de teatre.

Fins a quin punt creus que les teves crítiques/reportatges poden influir en la decisió del públic en anar a veure aquell espectacle?

És un misteri. En els anys que fa que m'hi dedico no he arribat a entendre mai quins canals mouen les masses. A vegades, un espectacle rep les millors crítiques per part de la mitja dotzena de crítics que s'hi dediquen i al cap de quinze dies s'ha de retirar de cartellera. A vegades, un altre espectacle no es pot dir que estigui gaire ben tractat, i comença a omplir cada dia i a prorrogar. Per

descomptat, les prèvies, la informació, les entrevistes i els reportatges ajuden a crear ambient positiu per a qualsevol tipus d'espectacle, però em fa la impressió que els espectadors s'entenen per mitjà d'un sistema d'antenes invisibles que desconexem. La informació i la bona promoció, avui en dia, són imprescindibles. Però hi ha alguna cosa més que s'escapa a tothom qui s'hi dedica. Un exemple recent: 'Els nois d'història'. ¿Quin és el factor de l'èxit des del primer dia en un moment que la crisi econòmica castiga tots els sectors? ¿Un teatre renovat? ¿El nom de l'actor Josep M. Pou? ¿La temàtica tan actual del debat de l'educació? La crítica va ser bona. Però la venda anticipada ja funcionava des de molts dies abans que els crítics en parlessin. Anant a la resposta més concreta. Les "meves" crítiques tenen l'avantatge que es troben totes a la revista digital Clip de Teatre i això vol dir que hi són sempre, no només el dia que es publiquen, com passa amb els diaris. Per tant, per les estadístiques de visitants, comprovo que hi ha un interès progressiu en el temps que cada obra està en cartellera i també després quan surt de gira. És una crítica permanent. Espero que sigui orientativa i que animi o adverteixi el futur espectador sobre el que anirà a veure.

Creus que una mala crítica pot fer que vagi més/menys públic?

M'adono que, en part, ja he respost una mica abans. A vegades, quan un espectacle, pel motiu que sigui no funciona, els promotors busquen culpables. I si les crítiques no han estat positives, es poden pensar que la causa és aquesta. A vegades, una determinada crítica pot posar en guàrdia un determinat sector d'espectadors. Però aquí crec que el paper del crític no és tan determinant com ho pot ser, per exemple, a Broadway. A més, ¿ja tenim en compte que els diaris tenen seixanta o setanta pàgines cada dia i que la lectura no és el més fort de la societat actual? Un lector corrent, que potser també és espectador de teatre, el més probable és que, quan arriba a la secció de cultura i la columneta de crítica ja no tingui temps o estigui cansat de llegir. La crítica de premsa tradicional acaba sent un minidebat entre els més implicats en l'obra o el gènere.

Creus que un bon departament de comunicació i màrqueting pot determinar l'èxit d'un espectacle?

Aquí sí que cal acceptar que actualment una promoció mal encaminada pot acabar ensorrant un espectacle. La premsa s'ha tornat molt còmoda. El periodista estàndard d'aquest segle no és un

periodista de carrer, que trepitja la notícia, la busca, la rastreja, investiga... sinó que depèn del comunicat de premsa i de la roda de premsa. En la meua època d'informació de teatre al diari AVUI, entre el 1990 i el 2006, aproximadament, vaig prescindir força de les rodes de premsa i intentava parlar de teatre creant la notícia o buscant-la més enllà de la simple estrena, ja sigui amb algun reportatge o alguna entrevista. Posteriorment, quan he passat a fer altres coses, com per exemple crítica teatral, ràdio i periodisme digital, m'he adonat que la informació es cobreix estrictament per roda de premsa. No hi ha cap mitjà que es distingeixi d'un altre en la informació perquè tothom parteix del mateix punt de vista, del mateix dia i de les mateixes declaracions. Fins i tot la premsa gratuïta. Però els diaris de pagament haurien de saber veure que només subsistiran si no imiten ni les televisions, ni els programes magazine ni els diaris de pagament. Són registres diferents. I, si no, ¿qui comprarà diaris d'aquí a uns anys, si no li donen al lector una informació més personal, més d'opinió i recerca?

Fins a quin punt els mitjans de comunicació son decisius?

Vivim l'era de la informació. No en podem prescindir. Des que el món va viure l'atemptat de les Torres Bessones en directe i en temps real, l'11 de setembre del 2001, la informació forma part de les nostres vides. Ja no entenem que esclati una guerra i que nosaltres no hi siguem, en el mateix moment, a través de la pantalla de plasma. A més, Internet ha canviat el concepte d'informació que es tenia fins fa poc. Avui, la informació és a l'abast de tothom no només com a receptor sinó com a informador. El periodista s'ha convertit en una mena de guarda de seguretat perquè la informació no es desmarxi.

Creus que un bon director o uns actors coneguts pot fer que hi vagi més gent a veure aquell espectacle?

Aquest és un factor que ha anat canviat amb el temps. Als anys setanta/vuitanta, els actors, les actrius, els directors, les directores, eren personatges només de teatre, desconeguts per a la gran majoria. Amb el fenomen de les sèries televisives i la progressiva incorporació d'intèrprets de teatre a la pantalla, el món teatral ha viscut una etapa d'or que l'ha fet créixer sense aturador. Avui no hi ha una obra de teatre que no inclogui en el seu repartiment alguns dels noms que treballen a la televisió. I els espectadors corrents no s'estan de exhalar un murmurí quan els apareixen a l'escena. És un ús abusiu del poder

de la televisió. Però el cinema encara és més potent pel que fa a aquest glamour i ningú no es queixa. ¿O els espectacles que es munten a les moquetes vermelles dels festivals de cinema no són una autèntica comèdia que va molt bé per al marketing? La televisió fa de moqueta de festival. I això ha fet guanyar espectadors de teatre. Esclar que, a vegades, segons quins espectadors, van al teatre esperant que aquell actor o aquella actriu els faci el paperet que fa a la televisió... i alguna vegada en surt escaldat perquè l'obra és, naturalment, una altra cosa. Ara bé, en relació concreta a la pregunta, un "bon director" o "uns bons actors" no sempre arrossegueu públic. A Barcelona fa anys que entren espectacles internacionals amb directors i intèrprets de primera fila. I ningú no s'atreveix a fer-ne més d'una o dues funcions. I la majoria de localitats són gent de l'ofici o convidats. Estem molt lluny d'una cultura teatral anglesa.

Es pot comprar la crítica?

Ara diria que menys que anys enrere, que hi havia molts amiguismes i odis personals. Però, quan coneixes segons quin crític i en saps el seu món i les seves relacions, a vegades penses que, més que una crítica comprada, hi ha situacions personals que fan que un crític parli d'una manera o d'una altra. Tenim un problema, aquí, després de la dissortada mort de Gonzalo Pérez d'Olague: molts crítics actuals estan massa relacionats amb l'Institut del Teatre o amb universitats, com a professors o estudiosos. No són periodistes independents. I això es nota. En queden pocs que ho siguin. Però sóc pessimista i ja ho he dit alguna vegada: la crítica —de qualsevol àmbit cultural, teatre, literatura, cinema, art...— acabarà desapareixent dels mitjans perquè els mitjans de comunicació estan cada vegada més subjectes als poders econòmics i els poders econòmics estan relacionats també cada vegada més amb esponsoritzacions i col·laboracions de segons quines produccions. Hi ha mitjans que no poden publicar segons quina crítica perquè és com si en fossin els mateixos pares de la criatura. Una altra manera més moderna de tenir la crítica comprada.

Entrevista feta per Roser Soler, periodista, el novembre del 2008, per a un postgrau de la Universitat de Barcelona sobre Producció i Gestió d'Espectacles.