

ENTREVISTA A MARGARIDA TROGUET

1. **Amb el nou rol dels públics culturals, que són més actius i estan més presents en el fet artístic i cultural, com descriuries la teva feina?**

Es tracta de buscar, trobar o dissenyar eines, estratègies, activitats, etc., que facilitin les connexions entre els artistes i la ciutadania a través del suport de les estructures públiques i l'acompanyament dels professionals de la gestió, la curadoria i els comissariats.

2. **La teva trajectòria professional t'ha portat per diferents camins. Què has après dels llocs on has estat?**

He après a posar-me al lloc de l'altre, al lloc de l'artista i al lloc de l'espectador; a escoltar; a copiar i reflexionar sobre altres experiències de col·legues; a afavorir i a desenvolupar les idees que neixen de la pura intuïció, i a no repetir, a no convertir les idees en fórmules, a repensar-les i reestructurar-les tant si han funcionat com si no ho han fet.

3. **Creus que *cultura* i *màrqueting* són termes renyits? O creus que s'està trencant aquesta idea?**

El que em sembla important és que l'accés a la cultura sigui un dret universal i que aquest accés estigui suportat per l'Estat. Entenc que el màrqueting ens pot aportar eines i metodologies que poden afavorir l'accés a la cultura de tota la ciutadania.

4. **Per què és important la comunicació en la cultura?**

Perquè la comunicació cultural és una baula de tots els processos creatius i artístics. Perquè cal informar i estar informats. Perquè cal ser visibles.

5. **Com creus que es pot motivar més els usuaris perquè adquireixin més hàbits culturals?**

Oferint-los la participació en les pràctiques artístiques, apropant així els usuaris i els artistes i creadors.

6. **Quina acció de desenvolupament de públics que has impulsat darrerament creus que ha deixat més petja als usuaris?**

En les dues darreres edicions del programa Fem Dansa (un projecte liderat per l'Associació de Professionals de la Dansa de Catalunya, que forma part del Pla d'impuls de la dansa a Catalunya) hem desenvolupat accions i activitats que hem anomenat *pràctiques artístiques*, les quals han permès que els creadors i els ciutadans desenvolupessin un treball creatiu en format de *master class* o de classe oberta.

7. **Podries fer algunes pinzellades del comportament del públic actual?**

Hi veig dos grans grups. D'una banda, un grup molt militant que és molt exigent i està molt més informat del que suposem; de l'altra, un altre grup que pensa que "tot s'hi val": arribar tard, fer fotos, respondre una trucada telefònica...

8. Les persones volem ser diferents de la resta alhora que volem formar part d'un grup. Què opines de la segmentació dels públics?

Doncs opino que jo com a usuària sempre vull estar a la segmentació més positiva, és a dir, vull "pertànyer a", però vull ser més "distingida". Per tant, prefereixo no saber qui, com i per què m'han col·locat en un determinat grup. La segmentació serà la lluita dels pròxims temps, ara ja ho veiem a les xarxes socials (Facebook, Instagram, Twitter...). La nostra petjada en els nostres hàbits (compra d'entrades i altres) acaba per fer-nos sentir un pèl manipulats; ens queda el carrer, que ens sembla més democràtic i participatiu, però la geolocalització i la vigilància continua sent molt gran.

9. Hi ha moltes maneres d'aproximar-nos als públics. Per la teva experiència, quines creus que són les més adients i efectives?

Pel que fa als espectadors més fidels, la millor manera és rebre'ls i saludar-los als vestíbuls dels teatres. La taquillera i el cap de sala són qui millor coneix els públics d'un equipament. A l'entrada i a la sortida dels teatres cal saber escoltar perquè es parla, i molt, del fet escènic i de l'equipament. Pel que fa als que no hi participen, cal buscar la manera d'implicar altres entitats per poder fer propostes conjuntes i que sigui l'encreuament el que faci de pont cap a l'accés.

10. S'ha de ser creatiu per arribar als públics?

Sí, és clar. S'ha de pensar i dissenyar estratègies per a cada peça. Segurament una manera satisfactòria de fer-ho és crear implicació i complicitat entre ciutadans, artistes, entitats i estructures.

Margarida Troguet Taull, comissària independent de l'àmbit de les arts escèniques.

Desenvolupa continguts al voltant dels projectes artístics dels creadors i de les estructures escèniques.

Participa com a experta en la creació de continguts per al festival Sismògraf (des del 2016 fins ara) i per al festival Escena Poblenou (2017).

Forma part de la comissió assessora del Festival TNT (2017-2018).

És coordinadora del projecte PRO365/SISMO (acompanyament a professionals) (2017-2018).

És coordinadora del programa Fem Dansa de l'APdC (2016, 2017 i 2018).

Ha format part de la Junta Directiva de l'Associació de Professionals de la Gestió Cultural de Catalunya.

Entre el 1998 i el 2015 va ser directora del Teatre Municipal de l'Escorxador de Lleida, ha estat membre fundadora i professora de l'Aula Municipal de Teatre de Lleida (1981-2000), ha participat en nombroses jornades com a ponent i ha format part de diverses comissions de valoració i jurats per a ajuts públics.

mtroquet@gmail.com

Twitter: [@margaridaTT](https://twitter.com/margaridaTT) - Tel.: (+34) 636 140 006
Lleida, abril de 2018