

Els punts de trobada professional

Paola Marugán Ricart

PID_00228158



Els textos i imatges publicats en aquesta obra estan subjectes –llevat que s'indiqui el contrari– a una llicència de Reconeixement-NoComercial-SenseObraDerivada (BY-NC-ND) v.3.0 Espanya de Creative Commons. Podeu copiar-los, distribuir-los i transmetre'ls públicament sempre que en citeu l'autor i la font (FUOC. Fundació per a la Universitat Oberta de Catalunya), no en feu un ús comercial i no en feu obra derivada. La llicència completa es pot consultar a <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/es/legalcode.ca>

Índex

Introducció.....	5
1. Festivals i fires.....	7
2. Xarxes i circuits.....	12
3. Altres trobades.....	14
4. El gestor cultural.....	16
Bibliografia.....	19

Introducció

Aquest mòdul presenta un petit mapa dels diferents punts de trobada –tant per a professionals com per al públic general– per mitjà d’una anàlisi dels trets característics de cadascun dels casos.

D’altra banda, hi ha una reflexió sobre els diferents perfils professionals que han esdevingut amb el nou paradigma econòmic i cultural, i també un apropament al que s’entén per bones pràctiques de gestió.

1. Festivals i fires

Les fronteres entre els festivals i les fires són absolutament amples a tot Europa, però, tant a Catalunya com a la resta de l'Estat espanyol hi ha delimitacions més clares. Sens dubte, la millor manera d'entendre-ho és coneixent les especificitats de cada cas concret.

Una definició genèrica de **festival** seria 'la d'un esdeveniment cultural singular que se celebra en un moment concret de l'any'. Per tant, singularitat i concreció en el temps són dos trets característics fonamentals.

Les aspiracions de qualsevol festival són les d'assolir una identitat molt ben definida i reconoscible, i crear un públic propi que li sigui fidel. Malauradament, no tots ho aconseguen per certes deficiències –no només econòmiques– en la conceptualització i la gestió del projecte.

Hi ha molts gestors culturals que parlen dels diferents models de festivals. Hi ha una dificultat clara per a categoritzar els festivals perquè, en general, no hi ha cap model establert, sinó que n'hi ha tants com festivals possibles. La realitat de cada projecte és totalment diferent i, per tant, requereix estratègies molt concretes per a assolir l'èxit.

El que és important és fer una anàlisi de les estructures que, en general, facilita el bon funcionament d'un esdeveniment d'aquesta mena. Així mateix, s'analitzarà la gestió de l'equip, la programació i la relació amb els creadors - les companyies, la comunicació i el finançament.

1) L'equip

La consolidació d'un equip estable és, en gran part, la clau de l'èxit. Així, és necessari que el festival tingui un recorregut en el temps perquè l'equip es vagi formant a poc a poc.

Si l'equip de professionals es manté edició rere edició, s'acaba treballant des de la confiança, la transparència i amb una comunicació oberta i constant. És necessari gestionar fent-se preguntes, des de la crítica i l'anàlisi. Aquestes eines fan possible que un equip sigui capaç de resoldre la quantitat d'inconvenients que apareixen al llarg del procés de producció i la seva execució.

Un bon equip ha de treballar amb estructures horitzontals. Tot i que hi hagi un/a director/a és necessari que delegui, escolti i confiï. Si només la direcció pren les decisions, el bon funcionament s'acaba obstruint perquè tothom té les seves limitacions. No es pot arribar a tot.

La creació d'un equip plural garanteix que totes les necessitats siguin cobertes. Així, si cada persona té clar quines són les tasques que ha desenvolupar, es treballarà de manera més fluida.

L'organigrama es basa en aquestes figures:

- La direcció acostuma a curar la programació artística.
- La producció s'encarrega de tota l'organització i la logística del festival.
- Els tècnics fan possible que els espais del festival s'adaptin al màxim als requeriments tècnics dels treballs escènics.
- La comunicació s'encarrega de desenvolupar les estratègies del pla definit per l'equip, i també atendre els professionals i el públic que hi acudeixen.

2) Programació i relació amb els creadors

Com es deia al començament, el fet que un festival assoleixi una identitat pròpia i reconeixible té molt a veure amb la seva programació. Massa sovint se sent els gestors culturals que parlen sobre l'èxit d'una programació basada en la qualitat dels espectacles.

Què vol dir qualitat? Sota quins criteris es valora la qualitat? Malauradament, encara hi ha professionals que fan servir sovint aquest concepte, que per la seva natura –abstracte i subjectiu–, acaba atenent a interessos més particulars que no pas generals. S'ha de continuar treballant perquè aquest tipus d'accions deixin de passar.

La programació d'un festival és un treball curatorial que es pot desenvolupar de diferents maneres. És important destacar que no hi ha cap fórmula exacta ni fixa ni correcta. Es tracta de trobar les formes que s'adaptin més bé a allò que es vol comunicar, perquè en definitiva no deixa de ser un procés de creació en si mateix que conté conceptes, idees i valors que s'han de comunicar.

Les pràctiques més habituals són aquestes:

- Els programadors acostumen a anar a les trobades professionals –fires i festivals– per a veure els treballs en directe i aprofitar per a parlar amb els creadors. Normalment, hi ha un criteri previ de selecció d'acord amb la línia curatorial.
- També poden rebre material audiovisual durant tot l'any per a visualitzar-lo a poc a poc. Actualment, aquest funcionament comença a estar en desús perquè l'experiència en viu no substitueix el format vídeo. A més

a més, les relacions entre els professionals estan canviant i ara en lloc de parlar de compravenda, es parla en termes de col·laboració.

- Hi ha organitzacions que escullen obrir una convocatòria¹ per a rebre propostes de qualsevol lloc del planeta, a partir de les quals fan la programació.
- Una altra possibilitat és establir relacions més properes amb els creadors - les companyies. Hi ha festivals que fan el seguiment de la trajectòria artística de les companyies: acompanyament en els processos, anant a les estrenes, etc.

⁽¹⁾El que en anglès es diu *open call*.

Aquesta última opció és la millor, perquè mitjançant el seguiment es poden trobar les complicitats i els interessos comuns. Els festivals han d'afavorir la creació per mitjà de les produccions-coproduccions i residències i la millor manera de fer-ho és trobant-se, compartint i parlant.

Un factor fonamental que s'ha de tenir en compte a l'hora de programar és l'espai escènic. Massa sovint trobem que el treball de les companyies queda afectat per una manca d'organització i planificació de l'equip de producció. L'espai és vital per a les creacions i per a la imatge que dóna el mateix festival.

3) La comunicació

L'equip de comunicació ha de treballar braç a braç amb els programadors (curadors) per a crear junts el discurs del festival. D'aquesta manera, la comunicació forma part del mateix procés de creació del festival.

Les estratègies de comunicació d'un esdeveniment singular han de ser molt diferents de les d'un teatre amb programació regular. Un festival demana una comunicació d'impacte, és a dir, amb missatges clars, accions concretes, respostes ràpides, molta creativitat i diversió.

Per tant, s'han de fer servir totes aquelles eines que ho facin possible: web, vídeos promocionals, blog, xarxes socials, TV i ràdio, convidar personalment altres professionals, premsa tradicional, etc.

Com ja s'ha dit, un dels objectius d'un festival és assolir un públic propi que li sigui fidel. A mesura que es va construint el discurs del festival, es va definint el segment de la població al qual va dirigit. S'ha de definir bé per a desenvolupar les estratègies de captació i fidelització.

4) El finançament

Vegeu també

En el mòdul "Difusió i visibilitat de les arts en viu", es treballarà amb més profunditat el tema de la comunicació.

Vegeu també

El tema dels públics també s'aprofundirà en el mòdul "Difusió i visibilitat de les arts en viu".

Aquest darrer punt és molt important perquè les condicions d'un festival poden canviar força amb un pla de finançament mal gestionat. Malauradament, els equips de gestió no tenen professionals especialistes en aquesta matèria i, per tant, s'acostuma a treballar en una situació caòtica, fet que, d'altra banda, no ajuda a l'hora d'optimitzar al màxim els recursos.

Així mateix, l'equip ha de conèixer a la perfecció el sistema de subvencions públiques per a preparar correctament la seva convocatòria. D'altra banda, hauria de pensar en altres fonts de finançament alternatives per a no dependre exclusivament de les institucions públiques.

Com hem vist en el mòdul "Fonts de finançament a les arts en viu", hi ha la possibilitat del patrocini privat i també, el *crowdfunding*.

A Catalunya, el festival de tardor de Girona, Temporada Alta, és un bon exemple de com al llarg de vint anys hi ha hagut un treball especial, dirigit a la captació de recursos alternatius per mitjà de col·laboradors i patrocinadors tant locals com nacionals. A més a més, aquest enfocament també contribueix al desenvolupament de nous públics mitjançant les relacions amb els espònsors.

Aquesta anàlisi de l'estructura d'un festival també és aplicable a les fires, tot i que amb algunes particularitats que ara veurem.

Una **fira** és un lloc de trobada per a professionals que contribueix al desenvolupament del sector –en aquest cas, el de les arts en viu.

Igual que els festivals, les fires també es produeixen en un moment determinat però no acostumen a durar més de quatre dies. En aquest cas, les aspiracions van més relacionades amb la idea de "fer negoci". Aquest tipus de trobades tenen com a objectiu el contacte entre els professionals, és a dir, el que s'anomena *networking*.

Durant aquests dies, es porten a terme accions concretes, pensades per a l'intercanvi entre artistes i programadors, la compravenda d'espectacles i, com s'ha dit, tot allò relacionat amb la idea de fer negoci.

En el cas de les fires, no és necessari desenvolupar un treball curatorial envers la programació artística. Els criteris de selecció de les propostes han de girar entorn del mercat al qual van dirigits, és a dir, la programació s'ha d'escollir pensant en els professionals que assisteixen a la trobada.

En contraposició a això, a les fires d'arts en viu espanyoles no es fa gaire venda, però han funcionat com a articuladores del sector. Han esdevingut punts de trobada entre creadors-companyies, programadors i gestors culturals.

D'aquesta manera, no té gaire sentit continuar plantejant les fires com a trobades professionals enfocades al mercat, sinó més aviat com a espais de discussió, de reflexió, d'anàlisi i de treball en comú.

En general a Europa, molts festivals funcionen com a punt de trobada de professionals, on fins i tot es programen activitats dirigides a ells. Només si s'hi participa se'n pot conèixer el funcionament. Cap manual d'ensenyament substitueix l'experiència en viu.

2. Xarxes i circuits

Les **xarxes** són espais de comunicació horitzontal i, per tant, no jerarquizada, creades per a facilitar la circulació d'informació i coneixement sobre el sector de les arts en viu.

Tot i que no tenen com a objectiu final la circulació d'espectacles, treballen per a assolir programacions estables als teatres, auditoris i festivals membres, mitjançant la cooperació i col·laboració entre ells.

Els circuits es van crear per a facilitar la circulació dels treballs escènics que, prèvia selecció, són escollits per un comitè artístic. S'estableixen uns determinats acords entre les entitats membres per a garantir un mínim de funcions a les companyies - els creadors i així contribuir a la consolidació del sector.

La xarxa més coneguda a l'Estat espanyol és Redescena, la qual es va crear l'any 2000 i actualment² té 138 associats, amb un total de 450 espais escènics públics.

⁽²⁾Any 2011.

Redescena és una associació sense ànim de lucre, en conveni amb l'INAEM – Institut Nacional de les Arts Escèniques i Música– el qual pertany al Ministeri d'Educació, Cultura i Esports.

La xarxa s'organitza des d'aquesta estructura:

- 1) **L'Assemblea General:** òrgan suprem que tutela i decideix mitjançant deliberacions i votacions el funcionament de l'associació.
- 2) **La Junta Directiva:** formada pel president, vicepresident, secretari, tresorer i cinc vocals, els quals representen, coordinen i administren l'associació en relació amb els dictàmens dels estatuts.
- 3) **L'Oficina de Coordinació:** com el seu nom indica, és l'òrgan professionalitzat de gestió.

Redescena està formada per comissions segons temàtiques (teatre i circ, música, ballet, dansa i arts del moviment), els membres de les quals fan un seguiment del panorama nacional al llarg de l'any per a assessorar els diferents espais, circuits i festivals membres.

Un dels circuits més antics de l'Estat espanyol és el que pertany a la Xarxa de Teatres Alternatius, creat al principi de la dècada dels noranta. Malauradament, és un projecte que amb els anys ha anat envellint perquè no s'ha adaptat als canvis i a les necessitats d'aquells projectes de creació contemporània ni s'ha deixat guiar pels interessos particulars d'alguns dels membres.

La Generalitat de Catalunya crea el que s'anomena Cultura en Gira, que no és altra cosa que una marca identificativa de circuits i xarxes d'arts escèniques, música i visuals de la comunitat.

Cultura en Gira es crea per a reforçar l'activitat cultural dels municipis i garantir l'accés als ciutadans de tot el territori. D'altra banda, a la Diputació de Barcelona hi ha l'Oficina de Difusió Artística (ODA), la qual gestiona un circuit d'arts escèniques i música entre els membres de la Xarxa d'Espais Escènics Municipals.

A Europa, hi ha diferents xarxes i circuits organitzats segons temàtiques i interessos, com per exemple, European Off Network, creada el 2005 per a donar suport a espais, festivals i grups de teatre, dansa i *performance* de caire més contemporani³.

⁽³⁾En anglès es fa servir el terme *fringe*.

Space for Live Art és una xarxa en l'àmbit europeu també gestionada des de Brussel·les, formada per festivals, espais però també *performers* a títol individual.

En l'àmbit internacional, hi ha una xarxa de festivals dels cinc continents anomenada World Festival Net, en què cada any fan una trobada al Festival Fringe d'Edimburg, organitzada per l'assessora cultural Holly Payton.

Tant a l'Estat espanyol com a la resta del planeta, hi ha múltiples xarxes i circuits relacionats amb les arts en viu. Per tant, no és possible ni tan sols presentar una visió general, però hem tractat d'escollir alguns exemples propers i representatius.

3. Altres trobades

Sota l'etiqueta d'**Altres trobades** podem parlar de mostres, cicles, certàmens i trobades difícilment classificables.

Una **mostra** és una programació de petit format sobre una temàtica de caràcter més general i amb una durada de només tres o quatre dies. No té l'impacte que arriba a tenir un festival però és una ocasió per a trobar algunes “joies” que no es mostren a altres trobades.

D'altra banda, els **cicles** són programacions que es poden estendre en el temps i que acostumen a tractar temàtiques més concretes. Aquestes activitats poden formar part d'un projecte de més envergadura, com un festival o un teatre.

Els **certàmens** són trobades que s'organitzen amb l'objectiu final d'assolir un premi. Les companyies o els artistes presenten un treball, el qual és valorat per un jurat i els finalistes, a més d'una aportació econòmica, guanyen prestigi i, per tant, la possibilitat d'una gira. No hi ha contraprestacions però l'organització acostuma a cobrir les despeses mínimes.

Es podria parlar d'altres tipus d'esdeveniments tant en l'àmbit nacional com internacional, segons els interessos dels professionals de cada país. A Madrid hi ha una trobada en el centre El Matadero, organitzada pel Festival Sismo, que des de fa tres anys es planteja com un espai de reflexió entorn d'un tema concret, dirigit a creadors, productors, gestors, investigadors i crítics, anomenat ROOM.

Internacionalment, la trobada de professionals més coneguda és l'IETM –International Network for Contemporary Performing Arts–. S'organitzen dues trobades a l'any (primavera i tardor) a diferents ciutats d'Europa, amb l'objectiu de donar a conèixer la creació local i la cultura de cada país.

Són trobades d'intercanvi professional per a reflexionar, compartir, debatre i fer *networking* sobre temes que preocupen o interessen el sector. S'organitzen grups de treball, presentacions escèniques, visites per la ciutat, sessions de pluja d'idees –dirigides als professionals interessats a presentar nous projectes–, i a més a més, també té un caràcter festiu.

Cada vegada es fa més necessari aquest tipus de trobades per a conèixer les persones que fan possible els infinits projectes que circulen per la Xarxa. En definitiva, és tan important el fet de participar en un grup de treball com també sortir després a prendre alguna cosa i establir altres relacions fora del context professional.

4. El gestor cultural

El treball del gestor cultural relacionat amb les arts en viu respon a diferents perfils determinats segons l'estructura des de la qual es treballi. El gestor pot ser productor d'una companyia, formar part de l'equip d'un teatre, d'un festival, xarxa o circuit, una institució o treballar com a professional independent⁴. No es tracta de definir cadascun d'aquests perfils però sí de revisar-ne els trets fonamentals de manera general.

⁽⁴⁾També es fa servir el neologisme *freelancer*.

El treball del productor escènic d'una companyia requereix una particular manera d'organització. El *tempo* i les lògiques dels processos de creació condicionen en gran manera les dinàmiques de la gestió.

Les companyies estan formades per diferents professionals entre gestors, directors artístics, intèrprets i tècnics. Així, es fan necessàries les col·laboracions amb l'equip, s'ha de comunicar de manera clara i comprensiva per a tothom (entenenent que hi conviuen diferents universos), negociar i cedir per a tenir en compte els interessos generals i també els particulars.

Si l'equip treballa amb una estructura organitzada i optimitza al màxim els recursos, el productor serà capaç d'improvisar davant els inconvenients, amb respostes ràpides i molta flexibilitat.

Els darrers anys, la figura del *manager* o distribuïdor s'ha qüestionat força com a professional que pretén vendre "cultura escènica", especialment en l'àmbit internacional. No hi ha gaires països interessats a comprar productes escènics si no és mitjançant coproduccions o projectes subvencionats, els quals poden fer una gira a un cost molt baix –com és el cas de les companyies belgues.

Lectura recomanada

Recomanem llegir l'article de Toni González a la revista *Entreacte*, publicat el 28 de maig de 2010.

El que veritablement es valora a Europa i a la resta del món són les col·laboracions i participació entre iguals, les idees, els processos creatius, l'intercanvi de coneixements entre professionals i, sobretot, no anar amb actitud de botiguer venent productes.

Malauradament, a Europa encara corre la idea que els gestors culturals de l'Estat espanyol quan surten només els interessa la venda. Si de debò hi ha un interès especial en la internacionalització de les companyies, s'ha de treballar amb una actitud molt oberta i des del coneixement compartit.

El canvi de paradigma –resultat de la implantació de les tecnologies de la informació i la comunicació (TIC)– i també el nou ordre econòmic⁵ han fet que el sector cultural es qüestionï les seves lògiques internes de funcionament però també els diferents perfils professionals.

⁽⁵⁾Que ha esdevingut per la darra-
ra crisi econòmica a escala global
(any 2008).

D'aquesta manera, és urgent pensar i desenvolupar una nova cultura de gestió a partir de la cooperació i col·laboració entre entitats i professionals, de l'intercanvi de coneixements i la mobilitat internacional.

Els darrers anys, s'ha pogut comprovar que treballar en competència amb l'altre no dóna els mateixos resultats que fer-ho acompanyat. El nou gestor ha de tenir una actitud oberta i positiva. Amb inquietuds i ganes de conèixer projectes, gent i llocs. Per a ser un professional ben qualificat, s'ha d'estar molt ben informat i conèixer el sector en profunditat.

A més a més, obrir les finestres i acceptar la mobilitat com a part del projecte suposa anar un pas endavant. D'aquesta manera, és necessari estudiar llengües estrangeres (especialment l'anglès) per a no necessitar la intervenció de terceres persones a l'hora de comunicar-se.

Les “empreses” culturals han de desenvolupar nous models d'organització amb sistemes de gestió més lleugers, mòbils, flexibles per a poder-se adaptar a la realitat de cada projecte.

La Societat de la Informació ha donat pas a un “nou” perfil de professional de la cultura que funciona de manera independent (alguns l'anomenen *emprenedor cultural*). Aquest tipus de gestor, en lloc de tenir una oficina fixa, treballa i navega de manera activa i dinàmica per la Xarxa.

Aquests professionals, que entenen la Xarxa com la seva oficina virtual, no gestionen allò donat sinó que són productors de contingut: creen estratègies de comunicació, busquen noves maneres de difusió i promoció, comissionen programacions i s'autogestionen els recursos per mitjà de la recerca de noves fonts de finançament –més enllà del sistema d'ajuts públics.

Són gestors, productors, agitadors, *bloggers*, curadors, investigadors, crítics que treballen des d'estructures horitzontals, obertes, participatives i lliures, interconnectats per mitjà de les xarxes socials. Són els anomenats *prosumidors*: productors i consumidors de continguts.

Les TIC han promogut la figura del “gestor prosumidor”, el qual comparteix el seu coneixement a Internet, els processos de treball, obre noves col·laboracions i fa treball en xarxa (*networking*).

Tot i que les estructures encara són massa rígides i el sector s'organitza darrere d'etiquetes molt determinades, aquests professionals no se senten còmodes quan s'han de definir perquè els seus interessos van dirigits cap als projectes més interdisciplinaris.

L'èxit d'aquest perfil consisteix a no tenir una estructura feixuga; poder treballar sense gaires costos fixos, i adaptar-se als requisits de cada projecte que engega. Així mateix, aquests professionals poden assistir a les diferents trobades nacionals i internacionals per a conèixer els projectes en viu i els gestors implicats.

D'altra banda, cal destacar que aquests nous productors treballen sense un marc legal que els empari, amb inestabilitat econòmica i moltes vegades amb un cert sentiment de soledat que esdevé sota el lema: *"do it yourself"*.

Bibliografia

Blog de Toni González: <http://tonigonalezcat.wordpress.com/>

Blog de Paola Marugán: <http://www.tea-tron.com/paolamarugan/blog/>

Brockman, J. (1996). *La tercera cultura. Más allá de la revolución científica*. Barcelona: Ed. Metatemas.

Revista *Entreacte*: <http://www.entreacte.cat/>

Webs d'interès

Festivals nacionals

Festival LP: <http://laportabcn.com/ca/activities/LP>

Festival Temporada Alta: <http://www.temporada-alta.net/>

Festival Escena Poblenou: <http://www.escenapoblenou.com/>

Festival Escena Contemporànea: <http://www.escenacontemporanea.com/>

Festival Alt: <http://www.festivalt.org/>

Festival VEO: <http://www.fundacionveo.com/>

Festival de Mérida: <http://www.festivaldemerida.es/>

Festival Madrid en danza: <http://www.madrid.org/madridendanza/2010/index.html>

feSt: <http://www.sevillafest.com/>

Festivals internacionals

Àustria: Impulstanz <http://www.impulstanz.com/>

Portugal: Citemor <http://www.citemor.com/index.html>

Bèlgica: Kunstens festival des arts <http://www.kfda.be/>

França: Festival de Avignon <http://www.festival-avignon.com/>

Regne Unit: Spill Festival <http://www.spillfestival.co.uk/>

Croàcia: Dance Week Festival <http://www.danceweekfestival.com/en>

EUA: Performa <http://www.performa-arts.org/>

Brasil: Panorama <http://panoramafestival.com/>

Alemanya: Tanz im August <http://www.tanzimaugust.de/index3.html>

Fires nacionals

Fira de Tàrraga: <http://www.firatarrega.cat/es>

Fira Trapezi: <http://www.trapezi.org/>

Fira de Titelles: <http://www.firatitelles.com/es>

Feten: <http://feten.gijon.es/>

Feria de Huesca: <http://www.feriadeteatroydanza.com/es/>

Feria de Teatro de Castilla la Mancha: <http://ccta.jccm.es/feriateatro/>

Mercartes: <http://www.mercartes.es/sevilla2010/index.php>

Fira de Teatre d'Alcoi: <http://www.mostrateatre.com/>

dFeria: <http://www.antzerki.com/indexcas.php>

Fires internacionals

Alemanya: Tanzmesse <http://www.tanzmesse-nrw.com/>

França: Aurillac <http://www.aurillac.net/>

Regne Unit: British Dance Edition <http://www.bde2010.co.uk/>

Dinamarca: Kit <http://www.kit.dk/>

Canadà: Cinars <http://www.cinars.org/>

Xarxes i circuits nacionals

Redescena: <http://www.redescena.net/>

Red de Teatros Alternativos: <http://www.redteatrosalternativos.org/>

Cultura en gira: <http://www20.gencat.cat/portal/site/CulturaDepartament/menuitem.01121f9326561a075a2a63a7b0c0e1a0/?vgnextoid=baef434e33424210VgnVCM1000008d0c1e0aRCRD&vgnnextchannel=baef434e33424210VgnVCM1000008d0c1e0aRCRD>

Oficina de Difusió Artística (ODA): <http://www.diba.es/web/oda/circuit>

Xarxes i circuits internacionals

European Off Network: <http://www.rtlb.ru/page.php?id=363>

A Space for Live Art: <http://www.aspaceforliveart.org/>

World Festival Net: <http://www.worldfestivalnet.com/>

Altres trobades

Mostra de Teatre Capsigrany: <http://www.ajuntamentdevilafranca.es/capsigrany/principal.htm>

Cicle de dansa i teatre físic al Teatre Tantarantana: <http://www.danza.es/cartelera/programacion.2011-09-13.7122745844>

Certamen Coreogràfic Masdanza: <http://www.masdanza.com/>

Festival Sismo – Room: <http://www.tea-tron.com/sismo/blog/room/>

IETM: <http://www.ietm.org/>