


LA TENTACIÓN DEL ANUNCIO EL FUTURO DE LA FINANCIACIÓN DE LAS COLLES

Castells abocados a la gestión de empresa

>> VIENE DE LA PÁGINA ANTERIOR

los castells (incorporación de la mujer, técnicas apuradas de ensayo), que luego han sido asumidos por el resto de colles, defiende abiertamente la posición de los de Vilafranca. "Ante la crisis y el posible descenso en las contrataciones para actuaciones, estamos obligados a buscar alternativas de financiación", apunta Forn.

De hecho, los Minyons fueron los primeros en estudiar formas modernas de patrocinio, cuando en la primera mitad de los noventa firmaron un convenio con Sant Miquel del Fal, que entre otras contraprestaciones, suponía la inserción del logotipo de este organismo en las sudaderas que sus miembros utilizaban para desplazarse a las actuaciones fuera de las épocas veraniegas.

En la actualidad, la práctica totalidad de las colles tienen firmados acuerdos con empresas y otras organizaciones privadas, que les permiten aumentar su capacidad de financiación. Las contraprestaciones por estos acuerdos contemplan la colocación de pancartas publicitarias en las exhibiciones, la inserción de los logos en la imagen corporativa de las colles, o la realización de ac-

tuaciones específicas para algún acto organizado por las empresas patrocinadoras, entre muchas otras opciones.

Pero hasta el momento, la frontera de la publicidad en la camisa no se ha traspasado... excepto en una ocasión: en la temporada 1984, los Nois de la Torre lucieron el logotipo de la constructora Vicsan en su camisa de color azul cielo. Para unos, la inscripción

publicitaria en la camisa supondría "una amenaza a los valores y el altruismo que ha motivado el reconocimiento de la Unesco", según Josep Fernández, el presidente de la Colla Joves Xiquets de Valls. Para otros, se trataría de "una nueva fórmula de garantizar la proyección y el crecimiento de los castells", como expone el presidente de los Castellers de Vilafranca, Miquel Ferrer.

Entre el mar de declaraciones y enfrentamientos derivados de este y otros asuntos que gravitan en el debate sobre el modelo de las colles, cabe resaltar las reflexiones que realiza un atento observador, Jordi López Daltell, autor del libro *Fer pinya* (editado por Entramat en catalán y por Empresa Activa en castellano), y que es la primera aproximación de los castells al mundo de la gestión de empresa. López Daltell

Argumentos a favor...

Mayor autogestión

La ampliación del radio de procedencia de recursos económicos convierte a las colles en entidades de voluntad más independiente, es decir, se aumenta su capacidad de autogestión. De esta manera, y debido a ese patrocinio comercial de las camisetas, estas colles difícilmente podrían ser dirigidas por las administraciones públicas.

Más financiación

Las colles castelleres que se apuntaran a esta opción aumentarían considerablemente su capacidad de financiación, sobre todo en un momento de crisis económica como el actual, en el que están en peligro algunos ingresos derivados de las contrataciones.

Perspectiva histórica

Hace cincuenta años, ningún casteller se hubiese imaginado que las colles dispondrían de unos locales y unos recursos económicos como los que tienen ahora. La situación actual, y sobre todo la difusión de su actividad, ha convertido los castells en un ejemplo a seguir por otras entidades culturales de Catalunya.



La colla de Sants levantando un castell en las fiestas barcelonesas de la Mercè del año pasado

¿Cuánto cuesta una actuación castellera?

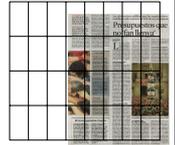
■ La contratación de actuaciones castelleres tiene un coste, como cualquier espectáculo cultural, ya que, si bien la actividad es amateur y no se cobra por realizar castells, las colles tienen que sufragar múltiples costes por la movilización de centenares de personas. Contratar colles de 9 oscila entre los 3.000 y los 8.000 euros, en función de la colla, del año, del nivel de la exhibición y del momento de

la temporada en que tenga lugar la actuación. Además, algunas formaciones pactan con los ayuntamientos contratantes una parte variable en los contratos, en función del número de estructuras de 9 que consigan, o de si se plantean hacer la mejor actuación nunca vista en la localidad. Los Castellers de Vilafranca han sido pioneros en esta fórmula, que su vicepresidente, Xavier Escrivà, defiende co-

mo "un estímulo mutuo, tanto para las colles como para el ayuntamiento, deseados en ambos casos de realizar las mejores actuaciones posibles". Las formaciones que hacen castells de 7 y de 8 cuestan entre 1.000 y 4.000 euros, aunque, a menudo, estas colles cierran las actuaciones a base de intercambios entre ellas, para asegurarse una veintena de actuaciones a lo largo del año.

Las dos actuaciones que reúnen las cuatro colles punteras, Sant Fèlix (Vilafranca) y Mercadal (cada dos años, en Reus), tienen un coste aproximado de 30.000 euros. El ayuntamiento que más invierte en castells es el de Tarragona, por la celebración del concurso bianual, que tiene un presupuesto de 300.000 euros, la mitad del cual, aproximadamente, es aportada por el consistorio.

La otra mitad se obtiene de patrocinios, derechos de imagen y recursos propios. En términos económicos, un ayuntamiento obtiene mayor rentabilidad por la organización de una actuación castellera que por espectáculos de baile, o conciertos de pop o rock, con figuras de primer o segundo orden. Los castells necesitan menos inversión y tienen una mayor repercusión mediática. / Aina Serra



EL PRECEDENTE DE 1984
Los Nois de la Torre lucieron en su camiseta azul cielo el logo de la constructora Vicsan

PUBLICIDAD ACTUAL
Casi todas las colles tienen acuerdos con empresas, pero no afectan a las camisetas

expone que las "exploración de nuevas vías de obtención de recursos siempre ha de ser positiva", pero alerta que "si se desarrola esta opción, las colles de gama extra, que son las que salen en la televisión, podrían escoger diferentes empresas para su publi-

dad, pero me pregunto si también podrían hacer lo mismo las menores". Y añade: "La riqueza del món casteller tiene en las colles de siete y de ocho uno de sus mejores activos, ya que son las que mejor recogen los valores y la realidad de los castells".

Quien sigue con interés este debate es la empresa de cervezas Damm que, a través de su marca Estrella Damm, patrocina castells desde hace quince años, gracias a una gestión directa del entonces presidente de la Generalitat, Jordi Pujol. La cervecera aplaudiría que "otras empresas apostasen por el patrocinio como nosotros", según su director de comunicación, Fede Segarra. De hecho, Damm ya propuso al inicio de su esponsorización que esta se reflejase en las camisetas de las colles, algo que la Coordinadora rechazó de plano.●

Las subvenciones públicas para las organizaciones castelleres sólo suponen un 20% de su presupuesto

Presupuestos que no 'fan llenya'

SANTI TERRAZA
Barcelona

Las colles castelleres son entidades sociales con una sólida estructura y organización, capaces de gestionar presupuestos de centenares de miles de euros. En contra de una visión deformada que puede existir desde fuera del entorno casteller, las subvenciones de las administraciones públicas constituyen un porcentaje pequeño entre sus ingresos.

¿Qué presupuesto tiene una colla castellera?

El presupuesto de una colla es proporcional a su dimensión social, que, por extensión, acostumbra a ser también del nivel de castells que eleva; es decir, las diferencias entre una colla de 6 y una de gama extra son abismales. Los Castellers de Vilafranca, la principal colla en registros y en capacidad de convocatoria, gestionan más de medio millón de euros, una cifra astronómica para una colla pequeña, que se mueve en los 30.000 euros anuales. El caso de Vilafranca resulta excepcional, ya que otra de las principales colles, la Vella de Valls, tiene un presupuesto para el 2011 de 250.000 euros. Una colla de 9 con una fuerte presencia social en su ciudad, como es el caso de la Jove de Tarragona, gestiona alrededor de 100.000 euros. Las agrupaciones que se mueven en los castells de 7 o incluso básicos de 8, tienen presupuestos de unos 60.000 euros.

¿Cómo consiguen las colles sus ingresos?

Las colles acostumbran a tener tres vías de ingresos: por contratación de actuaciones, por los recursos propios que generan -como la esponsorización y el patrocinio por parte de empresas- y por subvención o convenios con sus respectivos ayuntamientos. Este último apartado supone únicamente entre el 15 y el 20%, según los casos, de los ingresos totales de una colla. Por ejemplo, en el caso de los Castellers de Vilafranca, el 36% de sus ingresos en el 2010 fueron por contratación de actuaciones castelleres, el 21% por recursos propios, el 20% de subvenciones y convenios con administraciones públicas, el 17% por patrocinios y esponsors privados y sólo el 6% por aportaciones directas de los socios. En cambio, la partida de contratación de las colles pequeñas o medianas suele ser menor. En muchos de estos casos, cuando se trata de una actuación organizada por la colla local, las colles invitadas del mis-

mo nivel que éstas actúan en concepto de "intercambio"; es decir, se paga lo mismo -o no se pagan- cuando la exhibición se produce en la localidad de la colla invitada, siempre que la organización de la Diada vaya a cargo de la propia colla. Cuando la actuación está organizada por el ayuntamiento, u otro organismo público o privado, las colles cobran sus respectivos cachés, de la misma manera que lo hacen las orquestas de música, los grupos de rock o las compañías de teatro que actúan en fiestas mayores o eventos de ocio.

pueden ser simpatizantes, de la misma manera que los propios castellers no están obligados (en la inmensa mayoría de los casos) a ser socios.

¿A qué destinan sus ingresos?

Las hay que han de afrontar importantes obligaciones hipotecarias. Es el caso de colles que en los años noventa, cuando el precio del suelo aún era razonable, compraron edificios céntricos, que luego tuvieron que reestructurar para adaptarlos a su local social, con una zona de ensayo especialmente habilitada y dife-



... y en contra

Competencia excesiva

Las colles grandes, las que realizan los mejores castells, y cuya presencia está garantizada en retransmisiones televisivas y medios de comunicación en general, estarían en posición de obtener patrocinios rentables. Pero las colles medianas y las más pequeñas difícilmente tendrían las mismas opciones, lo que agrandaría aún más las diferencias entre unas y otras.

El color de la camiseta

La camiseta es un elemento sagrado para los castellers. El color que les identifica como colla se acompaña de toda una simbología en la que se mezclan identidad, tradición y unidad de grupo, algo que está muy por encima de una marca comercial.

Cultura popular

Los castells son cultura popular y, como expresa Albert Grau, presidente de la Jove de Tarragona: "Cuando el brazo de santa Tecla entra en la catedral tras la procesión y, entre la emoción de los tarraconenses, las colles de la ciudad realizamos nuestros pilares, no me imagino llevar el logo de Coca-Cola en el pecho".

ROSER VIALLONGA

El Govern garantiza el seguro

■ Uno de los argumentos que utilizan los contrarios a la inserción de publicidad es que si las colles empezaran a lucir logos en sus camisetas, Estrella Damm podría reconsiderar su patrocinio a los castells. Esto pondría en peligro la póliza de seguro médico que tienen suscrita los castellers a través de la Coordinadora con la mutua Aliança. Eso es algo del todo improbable, ya que el importe del segu-

ro de los 7.000 castellers que hay en Catalunya (278.000 euros) es asumido por la Generalitat, a la que cabe añadir una pequeña aportación de Aliança. Fuentes del Departament de Cultura han manifestado que esta partida no está previsto modificarla, ni suprimirla, y "su mantenimiento está asegurado al margen de otros conceptos o cambios que se produzcan en el món casteller".



ALEX GARCIA

Los Castellers de Vilafranca en una actuación por la Mercè (2010)

¿Los castellers pagan por realizar su actividad?

Los castells es una actividad gratuita. De hecho, ante la profunda crisis económica actual, las colles utilizan como argumento de promoción para captar nuevos castellers su condición de actividad gratuita. No obstante, la mayoría de colles están incorporando a sus estructuras organizativas la figura del socio, que voluntariamente paga una cuota anual, una cifra que, según las organizaciones, se sitúa entre los 10 y los 50 euros. Los socios de una colla no necesariamente han de ser castellers, sino que

rentes salas, algunas de las cuales han sido utilizadas como gimnasio por sus castellers. Es el caso, entre otros, de los Minyons de Terrassa y los Castellers de Vilafranca, que religiosamente pagan sus recibos mensuales a las respectivas entidades financieras. Otras colles, en cambio, tuvieron la suerte -o la habilidad- de recibir un local por parte de sus ayuntamientos, lo que les exime de las letras bancarias, pero no de su mantenimiento. Hipotecas al margen, la mayoría de gastos de las colles son de desplazamiento y de organización de actividades.●