

# Teatru cu bani particulari

*Probabil singurul proiect teatral care a rezistat euforiei din '90 și mahmurelii inerente este Teatrul Levant, vis și griji, bucurii și renunțări ale Valeriei Seciu. Câteva spectacole, câteva victorii care au fost, câteva victorii care ar fi putut fi.*

**Ce nevoie a avut actrița Valeria Seciu să deschidă un teatru particular?**



Valeria Seciu, directoarea Levant-ului

De când am anunțat deschiderea Teatrului Levant, din octombrie 1991, mi se tot pune această întrebare. Mi-o tot pun și eu. Repet și îmi repet ceea ce am mai spus, deși de fiecare dată întrebarea mă găsește în alt moment al meu. Ce să spun? Am căutat o alternativă, în sensul larg. De fapt, am căutat, și în mine și în afara mea, un anumit tip de energie pe care trebuie să o elibereze spectacolul. Asta înseamnă un spațiu anume, oameni anume, o filosofie anume a demersului, o mobilizare totală, aproape definitivă, dar foarte riguroasă, foarte controlată. Or, din foarte multe motive, toate acestea s-au realizat parțial, în anumite momente, dar nu într-un mod care să mă sa-

tisfacă prin continuitate.

**Această nevoie de independență, de a vedea ce poate fiecare să facă pe contul lui, neînregimentat, a simțit-o, cred, aproape toată lumea. N-ar fi fost preferabilă încercarea de a conduce o trupă care exista, așa cum au făcut sau fac mulți dintre actori și regizori?**

Această ipoteză contrazicea aspirațiile și gândurile mele. Un teatru așezat mi se pare greu de modificat...

**E straniu: în Occident, teatrul particular este un teatru comercial, iar cel subvenționat de către stat își asumă misiunea culturală care se întinde de la conservarea tradiției până la promovarea noilor dramaturgi și a noilor forme de spectacol. La noi e invers: teatrele subvenționate fac spectacole comerciale, în timp ce inițiativa particulară își asumă riscurile culturale. Se pune, firește, întrebarea dacă spectatorii susțin aceste inițiative.**

Întâi și întâi nu trebuie să confundăm pierderile cu paguba. Într-o lume așezată există un sistem de compensare a pierderilor. La noi spectatorii sunt extrem de atrași de ceea ce le propunem sub raportul idealului. Public avem, dar cât trebuie să plătească un spectator ca să putem acoperi cheltuielile? Pe de altă parte, la noi, situația în care un actor nu are angajament permanent produce spaimă. Mental nu suntem pregătiți pentru asta. Atâta timp cât nu există o Lege a teatrelor, atâta timp cât nu există destule teatre particulare care să nască un sistem concurențial autentic, ne învinge sărăcia, deruta și confuzia. Trebuie creată o tensiune pozitivă, unde raportul între risc și plăcere să fie unul

normal, nu să se caște în față o prăpastie unde te arunci ca să scapi de incendiu. Culmea, neexistând în sfera teatrului de stat legi fixe, precise, adecvate vieții, se ofilește și partea cealaltă. Nereglementarea e ca o moliță. Acum se spune că a apărut ceva care poate fi interesant: posibilitatea de a concesiunea. De aici poate începe ceva, dacă va exista loialitate și sinceritate. Pentru mine, existența unui teatru particular înscamnă un nucleu de creativitate. Dar acest nucleu, dacă are succes, ar trebui să poată trăi din creațiile sale. Deocamdată nu se poate supraviețui decât într-un sistem de colaborare, or eu am vrut să rup orice legătură cu instituțiile deja existente.

**La originea acestui proiect a stat intenția unui sacrificiu. Actrița Valeria Seciu a făcut un pas înapoi în fața unei anumite idei despre teatru, anunțând că nu se vor pune la Teatrul Levant piese pentru ea și că ea nu va juca. Cred că a fost un exces.**

A fost felul meu de a încerca să mă distanțez, să văd din afară cum poate acționa un mecanism teatral. Am socotit, de fapt am simțit, că trena presupusă de condiția mea de actriță...

**De vedetă...**

...de vedetă ar fi distorsionat exact proiectul la care țineam. Nu mai puteam vedea, simți și cuprinde întregul.

**Spectacolul Pelicanul a însemnat trecerea la altă etapă, pentru că acolo directoarea s-a hotărât să vadă și dinăuntru, jucând.**

Da, a fost un text anume pe care eu voiam mai de mult să-l joc și am putut alcătui o trupă în care mă puteam include fără a mă detașa.

**Esențial mi se pare că nu**

**renunți, chiar dacă dai un pas înapoi, chiar dacă te afli atât de în față încât nimeni nu te mai zărește.**

Nu renunț.

**Magdalena Boiangiu**

**1. Ce reprezintă pentru noi, românii, noțiunile de management și marketing teatral?**  
**2. Ce perspective are, în contextul românesc actual, inițiativa particulară în teatru? Există posibilitatea unui profit imediat sau se lucrează în pierdere (chiar dacă, de pildă, costul билетelor la spectacolele susținute financiar de SMART este mai mare decât cel practicat în mod obișnuit de teatre)? Care rămâne, totuși, câștigul unui asemenea demers?**

**3. Prețul ridicat al билетelor duce automat spre un teatru elitist. Preferați acest gen celui popular, existent până acum?**

**4. Care este raportul dintre teatrul comercial și teatrul de artă într-o întreprindere particulară și care ar fi șansa de supraviețuire a celui dintâi, în condițiile unei economii de piață?**

**TRAIAN PETRESCU, directorul Societății SMART**

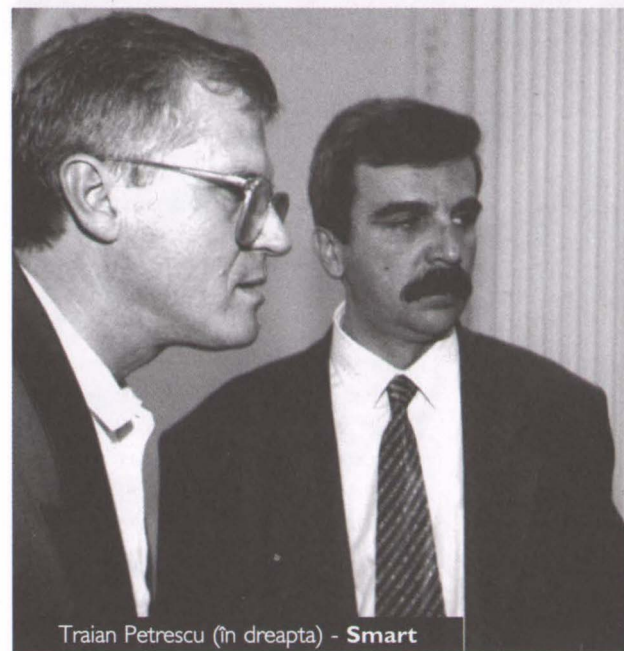
1. Pentru români noțiunile de "management" și "marketing" sunt încă extrem de imprecise. De aceea pare forțată adaptarea acestor termeni capitaliști la realitatea noastră teatrală. În fapt, orice director de teatru, fie că o recunoaște sau nu, este obligat în clipa de față să facă management, iar dacă are o viziune mai largă asupra fenomenului, se ocupă el însuși și de marketing. Dacă vrem să le definim cu orice preț, putem spune că managementul teatral înseamnă administrarea actualui/proiectelor teatrale, în vreme ce marketingul presupune găsirea unei piețe de desfacere pentru produsul cultural. Firesc ar fi ca toată lumea să înțeleagă acești termeni la fel; și în orice caz, societatea noas-

tră cu asta se ocupă. Sigur că piața pentru astfel de produse este foarte mică, noi însă avem avantajul de a fi masiv sprijiniți de grupul Pro.

2. De o privatizare totală a teatrului nici nu poate fi vorba. În primul rând pentru că sălile de spectacol aparțin statului și în al doilea rând pentru că roadele teatrelor de repertoriu se văd încă. Se produc spectacole fastuoase și foarte importante din punct de vedere estetic. Și e foarte bine că se întâmplă așa! În acest context, însă, rolul privatizării rămâne mai mult acela de a concesiona unele spații pentru întreprinzători; există, de asemenea, și posibilitatea realizării unor coproducții ale companiilor particulare cu teatrele de stat. Chiar dacă socotiți a fi un exemplu *pro domo*, societatea noastră agreează tocmai astfel de acțiuni mixte și nu facem decât să dovedim că un asemenea sistem poate funcționa.

3. Nu cred că un manager serios se poate gândi în clipa de față la un profit financiar. În același timp, noi, ca societate comercială, nu putem lucra în pierdere. Și atunci nu ne rămâne decât să echilibrăm cumva balanța între pierdere și câștig. Asta, firește, nu se întâmplă datorită prețurilor mai ridicate ale билетelor de intrare; cel mult acestea reflectă mai aproape de realitate valoarea unui act artistic deosebit, în nici un caz însă nu pot acoperi cheltuielile unei producții. Profităm de ajutorul consorțiului Pro, avem contracte de publicitate cu firme puternice care doresc să susțină proiectele noastre. Ceea ce urmărim cu precădere este promovarea și susținerea spectacolelor pe care le producem ca pe niște adevărate evenimente. Până la apariția SMART-ului putem recunoaște că teatrul era de departe distracția cea mai ieftină, astfel încât noi nu facem decât să-i redăm demnitatea. Asta nu înseamnă că vom promova cu precădere un teatru elitist. O astfel de formulă s-ar

adresa unei arii de public restrânse, or noi nu dorim așa ceva. **O noapte furtunoasă** este văzută de către un segment larg de spectatori și trebuie să vă mai spun că practicăm prețuri diversificate la



Traian Petrescu (în dreapta) - Smart

biletelor de teatru (50 000, 75000 și 150000 de lei). De altfel, spre plăcuta noastră surprindere, costul билетului de intrare nu a speriat pe nimeni. Ceea ce am urmărit noi cu adevărat a fost să inoculăm iubitorilor de teatru ideea că un spectacol-eveniment trebuie privit și "prețuit" ca atare.

4. Raportul dintre cele două lucruri este foarte delicat. Și, pe urmă, termenul "teatru de artă" are conotații foarte largi. Oricum, noi nu vom miza doar pe spectacolul comercial, chiar dacă asemenea întreprinderi s-ar dovedi a fi mult mai ușoare. Am putea avea, de pildă, numai proiecte cu doi sau trei actori comici excepționali - să zicem Marin Moraru și Gheorghe Dinică - și succesul ar fi asigurat. În plus, costurile de producție ar fi mult mai mici. Nu urmărim însă un succes facil.

**MARCEL IUREȘ, președintele Fundației "Teatrul Act"**

1. Treaba mea nu este nici de a fi manager și nici de a face marketing. Eu sunt actor, inițiator, înger bun - cum vreți să-i

spuneți. Miezul de la bobină care creează un câmp magnetic; și atât. De fapt, necesitatea noastră de ultimă oră - și pentru o lungă durată de aici înainte - este tocmai de a găsi un manager care să știe să facă și marketing, adică să vândă ceea ce este de vândut: un spațiu foarte bine plasat, foarte bine utilat pentru un teatru atât de mic și atât de independent; există apoi și cei dispuși să-și vândă propriul nume pentru a dovedi ce înseamnă teatrul făcut de mâinile câtorva, protejat de mâinile câtorva. Deocamdată nu am găsit un asemenea om. De altfel, lipsa banilor - la care ne-am așteptat - ne împiedică să inițiem demersuri curajoase. Au spaime foarte mari și investitorii, și vânzătorii. Asta nu înseamnă că nu încercăm să mergem înainte, mai pipăind, mai sperând, mai lansând semnale. Nu-i nici o dramă.

Sintetizând, de fapt, trebuie să vă spun că nu știu a vă răspunde exact ce înseamnă cele două noțiuni; sper să găsim pe cineva care să ne învețe pe toți. Deocamdată cred că este vorba despre o știință care funcționează după anumite legi. Noi facem doar un soi de selecție după afinități, după inimă, după politețe, după po-

sibilitățile fiecăruia de a se atășa de o astfel de casă și de un astfel de pod ( în sensul de traversare pe care-l presupune acesta). Probabil că în ochii unui profesionist rămânem niște diletanți nebuni care încearcă, folosind ustensile rudimentare, să ajungă undeva sus.

2. Aici trebuie limpezit dintru început ceva. În contextul românesc, este obligatoriu să exersăm această alternativă, chiar dacă pare eroic (și, pe alocuri, chiar este!). Asta și pentru că forța legată de o anume legendă a teatrului subvenționat în România este foarte mare și foarte prezentă. Această legendă s-a construit îndelung, și pe terenul fizic, dacă se poate spune așa, și pe cel fictiv. Suntem o nație care, la un moment dat, nu a mai avut alt loc de întâlnire decât sălile de teatru. Nu găseam un strop de căldură în plus decât *acolo*. În loc să dăm foc benzinărilor, noi am protestat tacit acolo. Asta a sporit farmecul legendei de care vorbeam. Eu socotesc că a venit timpul să ne luptăm cu acest Goliat creat de către noi înșine, iar beneficiile vor fi neașteptate.

#### **Dar cât poate rezista un teatru fără bani?**

Originea unei astfel de întrebări își găsește locul tot în sistemul de stat care, iată, a rezistat, în pofida cenzurii și a sărăciei. Trebuie să învățăm să trăim dintr-un minimum, astfel încât acesta să se transforme în maximum. Pe urmă, trebuie să convingem publicul să răspundă la un alt tip de legendă, aceea creată în jurul numelor noastre. Nu vreau să aduc nici o critică, dar sunt actori români mai mari decât mine și care ar fi putut face cu propria lor faimă același lucru. Sigur că noi suntem o generație care refuză să mai aparțină unui sistem, suportând toate consecințele. Nu avem ce să mai așteptăm de la stat. Asta nu înseamnă că dorim dispariția teatrului subvenționat de la buget. Consider însă că am tot dreptul să fac un exercițiu paralel din care putem învăța

cu toții.

Cât privește "profitul"... Trebuie să facem din capul locului o deosebire între SMART și teatrul nostru. Cel dintâi se bizuie pe sprijinul unui întreg consorțiu și în plus pe nebunia și pe temeritatea unui om care se numește Adrian Sârbu - cel ce a născocit de fapt această mașinărie care începe să capete, iată, o putere extraordinară. Un trust are multe picioare - este un miriapod care își reglează cu grijă și viteza, și direcția. Cât despre începuturile Teatrului Act, pot să vă mărturisesc că, neștiind care sunt consecințele împrietenirii cu un sponsor fondator de talia CONNEX-ului, ne-am pierdut cumva din propria personalitate.

Dincolo de temeritate, dincolo de inconștiență, dincolo de orgoliul unei asemenea demonstrații, noi nu ne-am propus să avem un profit în înțelesul de afacere. Putem fi însă un punct de coagulare a unor energii, un fel de coridor prin care se poate schimba destinația atât a banilor cât și a țintei. Adică introducem pe ușa din față o sumă de bani, ea este absorbită și transformată într-un fel de turbion de valoare. Aici noi stabilim calitatea faptelor noastre, o măsurăm și tot noi o vindem. Dar este foarte greu să se stabilească valoarea cuiva câtă vreme nu există o bursă, nu există un sus și un jos la nivel de piață.

Întorcându-mă la Teatrul Act, îmi place mie să cred că, cel puțin deocamdată, câștigul este în adâncime, în sensul că, fiind absolut independent, putem să și murim aici, dar și să strălucim. E un spațiu pe care-l descuiem, intrăm în el, facem exact ceea ce vrem și putem primi orice musafir considerăm noi că merită să intre aici. E un imens beneficiu acesta, să știți.

3. Teatrul subvenționat a creat mentalitatea că nimeni nu este mai bun decât ceilalți, toți sunt, pot fi geniali, toți pot primi și chiar primesc tot felul de premii. Asta duce din nou la concluzia că nu există o economie de piață și nici nu se arată

Marcel Iureș (aici, în Cetatea Soarelui)

nimeni interesat ca ea să apară. Bani au o singură origine, un singur stăpân, dar nici o țintă. Ei sunt "aruncați" artiștilor spre a le crea o motivație cât de mărunță ca să meargă mai departe. Altfel, văzându-se cu ochiul liber cât de greu o duc, se inventează false alternative, false sărbători numite festivaluri și care, practic, nu decurg din nici o nevoie.

În ceea ce ne privește, nu facem spectacole pentru elite, poate și pentru simplul motiv că, în România, oamenii cu foarte mulți bani nu sunt neapărat intelectuali și mai ales nu iubesc teatrul. Vrem totuși să ne fie respectată munca, să fie evaluată și remunerată corespunzător și depinde numai de noi dacă, la un spectacol, lăsăm să intre gratis zece studenți sau le sugerez să fumeze vreme de o săptămână mai puțin ca să-și poată permite să cumpere un bilet de intrare. Trebuie să se înțeleagă bine că a merge la teatru constituie un privilegiu.

4. Cred că trebuie punctate niște lucruri. În România nu avem un teatru comercial. Dacă socotiți că SMART-ul este un SRL sau un SA care produce un astfel de teatru, vă răspund că nu este nicidecum așa. Ar putea exista o astfel de formulă abia în momentul în care o instituție sau o companie ar fi în stare să-l plătească, de pildă, pe Horațiu Mălăele cu 1 500 de dolari pentru un spectacol și în același timp ar reuși să-și sporească simțitor bugetul. Or nu cred că lucrul ăsta se poate întâmpla deocamdată la noi. În plus, teatrul comercial are legile lui, are istoria lui, are consecințele lui și există mai ales acolo unde nu se află un teatru de repertoriu.

În sistemul de stat este multă deșertăciune în modul de a se folosi banii - această mentalitate trebuie neapărat schimbată.

P.S. Teatrul Act nu este particular, ci are o particularitate: faptul că s-a născut din dorința unei generații de a nu se mai supune sistemului. Nu cred că un teatru particular neajutat de

o forță dispusă să cheltuiască fără să câștige poate supraviețui în România.

THEODOR-CRISTIAN POPESCU, directorul artistic al Companiei Teatrale 777

1. Marketingul se ocupă cu studiul pieței dar, pentru că la noi nu se pot câștiga, deocamdată, bani din teatru, studiul unei astfel de piețe mi se pare irelevant. Managementul este însă foarte important. E o adevărată artă să știi să conduci, să gestionezi o instituție teatrală în cadrul unei economii paupere și într-o societate isterică (așa cum este societatea românească).

2. Eu socotesc că tocmai astfel de inițiative au șanse de izbândă. De fapt, în cei doi ani de când s-a constituit compania noastră, am învățat să cred nu în demolare, ci în alternative. Promoții atât de numeroase de artiști nu au cum să-și mai găsească un loc de muncă în teatrele de stat, care sunt deja falimentare și care au început să-și reducă personalul. În aceste condiții, singura lor șansă este de a se constitui în grupuri independente, cu o existență mai mult sau mai puțin efemeră. Nu-i nici un păcat dacă echipa se formează în jurul unui proiect și apoi se destramă. Trebuie să renunțăm la părerea paranoică, eronată că orice lucru bine întocmit trebuie să dureze măcar 20 - 30 de ani.

Sigur că, nefiind vorba de posibilitatea unui profit imediat, este foarte greu să existăm. E ca și cum, vorbind cu cineva dintr-o țară civilizată, i-am spune care e nivelul nostru de salarizare. Întrebarea care ni se va pune automat este: Și cum trăiți?! Deși pare imposibil, pot să vă spun din experiența mea de până acum - și sunt la cea de a treia producție de acest tip - că totuși se poate! Și, chiar dacă nu ne așteptăm la un beneficiu, profitul artistic este de mai multe feluri. În primul rând, devine posibilă formarea unei trupe



care nu s-ar putea constitui într-un teatru de stat, apoi poți monta texte mai puțin comode, care în alt context nu ar fi pătruns pe scenele instituțiilor subvenționate de la buget și, nu în ultimul rând, poți controla permanent destinul spectacolului, cât de mult se joacă, dacă este înscris la festivaluri...

3. Biletele vândute nu pot însemna decât cel mult onorariile actorilor care joacă în seara respectivă; costurile de producție pot fi acoperite doar prin sponsorizări sau din finanțări de la fundații, societăți etc.

4. Teatrul comercial va apărea numai în momentul în care se vor câștiga bani dintr-o asemenea afacere. Deocamdată, la noi există doar SMART-ul, care încearcă să combine cumva teatrul comercial cu cel de artă. Eu nu-mi pun o astfel de problemă, sunt animat de gândul de a face lucruri deosebite fără să mă intereseze dacă spectacolul este comercial sau de artă. Problematika unei piese mi se pare mult mai importantă.

CRISTIAN ROTARU-SEGALL, directorul Agenției de impresariat artistic SHOW-BIZ Talents Agency

- 1. Ce rol poate avea o firmă de impresariat într-o țară lipsită de piață culturală stabilă?**
- 2. Există cumva pericolul ca imaginea unui actor să fie compromisă prin apariția sa în clipuri publicitare sau ca prezentator al unor emisiuni de jocuri și concursuri?**
- 3. În ce măsură sunt de acord actorii să vă acorde exclusivitatea și ce înseamnă de fapt acest lucru?**
- 4. Care sunt criteriile de evaluare a actorilor?**
- 5. Aveți concurență? Cum reușiți să "fisurați" sistemul de stat?**

1. Atingeți un punct foarte sensibil. Totuși, cu tenacitate și urmând politica pașilor mărunți reușim să ne impunem punctul de vedere chiar și în aceste condiții precare. Referindu-mă la film, pot să vă spun că în timp ce acum un an semnăm contracte de 100 de dolari pentru ziua de filmare a unui actor,

Cristian Rotaru-Segall



astăzi reușim să obținem 1 000 de dolari. Sigur că nu este ușor. Vă mai dau un exemplu: revelionul 1998-1999 a creat mici seisme, în parte generate tot de noi. Actorii care au filmat pentru Pro TV au fost decent, chiar bine plătiți. În felul acesta au fost obligate și celelalte televiziuni să ridice bugetele alocate artiștilor. Este și acesta un pas câștigat. Arta este în fond prețuită cu atât cât vrea/insistă creatorul să fie plătit. Dacă un actor român este cotate, în țară, la 100 de dolari pe ziua de filmare, el n-o să aibă niciodată căutare pe piața externă pentru că nici un producător nu și-ar dori într-o superproducție vedete de 100 de dolari. Este un adevăr demn de luat în calcul, chiar dacă nu se raportează neapărat la calitatea artistului despre care vorbim.

Rolul nostru constă, așadar, mai ales în încercarea de a obține o evaluare cât de cât corectă a muncii artistului. Sigur că, în asemenea context, în România, nu poate fi bine văzută nașterea unei firme de impresariat, mai ales pentru că în felul acesta producătorii nu mai au posibilitatea de a trata direct cu actorii, lipsiți, aceștia din urmă, în mare măsură, de abilitate în afaceri.

2. În urma unui sondaj de public, făcut în 1997, am constatat că doar 2% din populația Bucureștiului mergea la ora aceea la teatru. Ceilalți preferau, în cea mai mare parte, televizorul. Ne-am gândit că prin intermediul televiziunii putem îndrepta atenția oamenilor către teatru. Este motivația principală a înființării acestei firme. Cât despre pericolul ca imaginea unui actor să fie deteriorată din cauza prezenței la televiziune, cred că este o falsă problemă. Mai degrabă, prin aceste apariții, el câștigă popularitate, atrage spectatorii spre sălile de spectacol.

La ora actuală teatrul se confruntă cu grave probleme de ordin financiar. Este inevitabilă căutarea unor noi formule de spectacol și, implicit, reevalu-

area talentelor actricești.

3. Ideea de exclusivitate nu trebuie privită ca un lucru rău. De fapt este numai o modalitate de a impune și susține box-office-ul actorului respectiv. Dacă firma impune pentru actorul X suma de 1000 de dolari - să zicem -, iar el se duce pe urmă în altă parte, prestând același tip de servicii pentru 100000 de lei, înseamnă că sistemul de evaluare instituit de noi nu mai funcționează. Ca urmare, impresarul își pierde credibilitatea, iar actorului nu i se poate crea o cotă valorică reală. Și sigur că, în asemenea caz, producătorul îi va oferi protagonistului atât cât poate/cât crede/cât vrea/cât rămâne. Mai intră în calcul și faptul că o producție devine vandabilă în clipa în care s-a investit suficient și a fost bine realizată. În plus, atunci când un producător oferă un preț mare pentru un artist, automat îl tratează cu respectul cuvenit, cu grija ca acesta să rămână în formă până la sfârșitul colaborării. Așadar, exclusivitatea nu trebuie privită ca o măsură coercitivă, cu atât mai mult cu cât sunt și cazuri în care, dacă un actor dorește cu orice preț să obțină un rol, iar producătorul nu-l poate plăti cu atât cât merită, noi facem un contract prin care suntem de acord ca vedeta respectivă să joace fără remunerație, dar avem grijă totodată să se stipuleze în contract că prestația sa valorează atât cât valorează.

4. Talentul, felul prestației și căutarea pe piață. Din păcate, în România, un actor șomer își găsește foarte greu de lucru, asta și pentru că este legat exclusiv de această profesie, nu are o dublă calificare.

5. Nu, și ar fi mare nevoie, pentru că numai în felul acesta s-ar putea evalua valoarea, importanța și necesitatea unei astfel de firme. Impresarii ar putea fi comparați între ei și astfel ar rămâne în competiție cei mai buni.

Marinela Tepuș