

## 加泰隆尼亞人的驕傲 – 塔拉岡藝術節(Fira Tàrraga)

### 塔拉岡(Tàrraga)印象速寫 –

塔拉岡位於西班牙加泰隆尼亞省的中央，是一個從 11 世紀開始發展的城鎮，市中心仍保有許多中古世紀的廣場與建築，距離大型城市如巴塞隆納等皆相距約兩小時車程，在觀光移動的距離上，是一個具有彈性的優勢；塔拉岡與其附近的小城鎮，有規劃觀光單車步道連結，然而塔拉岡城鎮本身，並沒有太特別之處，與夏隆的狀況很類似，沒有藝術節的情況下，觀光客鮮少選擇到這類城市旅行，但有了藝術節，有了多樣精彩的活動，觀光客的數量在藝術節期間突飛，成為這類城鎮一年當中，最重要的收入來源。



### 關於塔拉岡藝術節(Fira Tàrraga) –

塔拉岡藝術節的成立背景，為 1981 年，當時的市長 Eugeni Nadal，將原本的地區性小型節慶，加深區域融合並擴大發展，希望透過整體的組織推動，成為涵括整個塔拉岡城市的專案活動，並邀請西班牙街頭藝術發展的始祖，Comediants 總監 Joan Font 共同合作。當時政治背景正值佛朗哥結束其專政權，並首次開放民選，在自由即將來到的政治氛圍下，希望透過大眾參與的藝術節，將公共空間從戒嚴時期解放，轉化重回集體聚會與共同慶典的意義；而此時加泰隆尼亞對於街頭藝術的思考實作，以及民族獨立意識正在逐漸甦醒，許多劇場團體如拉夫拉前衛劇團(La Fura dels Baus)，都開始展露頭角，在塔拉岡中古世紀的建築分布中，每年夏天的尾聲、學期開始前的最後一個週末，塔拉岡藝術節總共連 34 年舉辦，從未間斷。

一反一般對於西班牙人的印象(雖然加泰隆尼亞人不認為自己是西班牙人)，塔拉岡藝術節非常有組織與效率，在每個時間階段上，都有其對應的計畫以及應完成的任務；\_1991-1998 年，藝術節改組成立藝術總監、技術總監以及管理部門，開始經營本國與國際專業人士的溝通接觸；

\_1999 – 2006 年，塔拉岡預計建立在西班牙本國的藝術領導地位，並要融合與西班牙其他地區的關係，從連結西班牙各地的藝術節以及共製合作，2001 年西班牙國家教育文化運動部加入塔拉岡藝術節的行列，同時藝術節也從 2000 年開始與 Lleida 大學合作，建立藝術節的經濟影響以及觀眾分析的研究報告，據報告指出，塔拉岡藝術節對於其城市以及鄰近地區的經濟貢獻，每年約為三百萬歐元；

\_2007-2010 年，開始大力發展國際網絡連結與共製合作，如 2008 年發展 Meridians 與其他 7 個歐洲網絡合作，2009 年舉辦第一次街頭藝術與馬戲的國際技術大會；

\_2010-2014 年，則完成了塔拉岡稱為三翼計畫(three wings)的藝術節結構 (請見下圖)

\_2014-2018，看見兒童劇場的潛力，預計未來四年發展兒童街頭藝術劇場。



塔拉岡藝術節自身定位不只是藝術節，更是文化的交流平台，街頭藝術的 Hub。

### 從數據看看塔拉岡藝術節-

演出團隊	80 個	加泰隆尼亞	37 個(46%)	西班牙	22 個(27%)	國際	21 個(26%)
自製節目	52 個	自製節目團隊	51 個	自製首演	26 個(製作)	50%自製節目為首演	
演出場次	273 場		免費場次	153 場		付費場次	120 場
觀眾人數	147,000 人	加泰隆尼亞	92%	西班牙	7%	國際	1%
專業人士	614 人	加泰隆尼亞	339 人	西班牙	117 人	國際	158 人
專業組織	343 個	加泰隆尼亞	161 個	西班牙	66 個	國際	116 個

### 塔拉岡藝術節節目規劃 -

藝術節進行時間為 9 月上旬，本次拜訪主要是針對藝術節深度訪談，在其節目規劃部份，將綜合 2013 年我參與藝術節的經驗，以及本次訪問塔拉岡藝術節首次自製節目的心得，整理藝術節這兩年的節目規劃。若與夏隆街頭藝術節相較，塔拉岡自製節目比例高出很多，一來是塔拉岡並沒有所謂的 off 節目，(但在塔拉岡藝術節期間，有規劃幾個道路定點，自由讓想要來此表演的藝術家表演)，二來塔拉岡積極地以國際合製節目來推動藝術節，同時藝術總監 Jordi Duran 本身在節目製作上相當有企圖心，他提到：「我希望塔拉岡的節目，都能夠有一些政治觀點存在，因為這就是我們所處的世界，塔拉岡藝術節的節目絕對不是很多白人、美美的那種，藝術節的存在是為了反應我們的社會。」塔拉岡的節目總體而言，仍展現出西班牙、拉丁美洲的魔幻寫實風格，含帶著熱情與激情的粗獷，可以看到來自墨西哥、智利、阿根廷等等中南美洲的

作品，同時因為這些中南美洲國家資源相對較低，塔拉岡站在協助國際藝術家與促進國際合作的立場，會將資源分享給這些國際共同製作。

2013 年藝術節地圖與觀賞節目：

主要演出區域皆在塔拉岡市區的幾個廣場、學校或社區活動場地進行，在外圍一些丘陵地的部份也有規劃演出，由於塔拉岡並非大城，住宿供應有限，藝術節期間，在距離市中心步行約 15 分鐘的大型空地上，規劃停車場與露營區，提供盥洗與維安設備，另露營區也設有吧台販售酒水食物等，讓前來藝術節的人住宿使用(一人一天 14 歐元)，並有親子家庭區的區隔，觀察大部份前來藝術節的觀眾，皆是以露營為住宿方式，2013 年我也是以露營方式造訪藝術節，觀眾組成也以年輕人居多(平均觀眾年齡 33 歲)，整個市中心走完一圈約為 30 - 40 分鐘左右。



藝術節付費與免費節目大約各佔一半，票價在 5- 15 歐元不等，付費節目主要皆為自製節目，在部份成本需要回收的概念之外，也因為有些演出因場地座位限制，需用低票價(5 歐元)，來間接管理觀眾入場數量。



**Animal Religion**  
以體操結合多種動物象徵得道具演出，隱含變裝癖與身體虐待。



來自馬德里的雙人舞組合，從情侶的各式相處模式出發，發展出許多單點接觸、在快速的身體互動中，巧妙運用彼此力量而並也結合體操的編舞。小小的詼諧與細膩的觀察，會讓人看演出時常會心一笑。(Candelaria Antelo & Arthur Bernard Bazin)



### Carnada

2013 年塔拉岡藝術節的國際焦點國家是墨西哥，*Carnada* 為藝術節與墨西哥國家劇團合作的旗艦製作，邀請墨西哥劇場以大膽風格聞名的新興導演 Richard Viqueira 執導；而藝術節與墨西哥的合作持續發展，2014 年，藝術節將加泰隆尼亞導演送至墨西哥，與當地劇團合作發展新作品。

2014 年，塔拉岡首度從頭到尾自製大型戶外劇場節目，邀請智利導演 Ignacio Achurra，製作藝術節開幕節目《魚群的復仇》(La Ira dels Peixos)，本次造訪塔拉岡並參觀製作以及彩排過程，演出場地約可容納 6000 人，為藝術節免費觀賞的大型節目。



(左至右)排練、服裝道具製作，皆以塔拉岡本身既有場地來做調度使用，排練借用學校的室內體育場，服裝間是閒置空間，道具工廠則是青少年輔導中心，道具的製作由長期與塔拉岡合作的技術人員與藝術家，帶領部份青少年共同製作，讓青少年獲得不同的成就感。

### Tàrrega Pro - 專業人士規劃

塔拉岡的 La Llotja，為塔拉岡藝術節的市場展區(平時是社區籃球場)，每年平均有 700-800 位專業人士前來，國際專業人士則為 200-300 人左右，負責專業人士規劃的 Mike Ribalta 告訴我他們的策略：「每年在專業人士的名單部份，藝術節的標準是，每年都必需要有 20-25% 的更新，也就是說，每年塔拉岡都會有跟去年不同的專業人士出現，因此像太陽劇團，拉夫拉前衛劇團等已經在世界很有名氣的團隊，他們每年還是會到塔拉岡藝術節，除了看看有沒有新的節目想法概念，也因為這邊一直會出現不同的專業人士，是他們需要認識拓展的，這是我們在市場展的經營策略之一。」Mike 強調塔拉岡在市場展的專業，並不是擺出攤位或是參展而已，「我們的工作是做大量的研究，找出跟塔拉岡性質符合的合作對象，在 La Llotja 裡面，我們可以很快針對不同的節目需求，告訴各單位他們可以看看誰的節目，或是應該去找誰，這樣的資料庫的建立，不是一天兩天，而是十幾年來的累積，包括前來塔拉岡的對象，我也都會盡量做通盤的了解，例如我們今年開始跟日本橫濱市場展合作(TPAM)，也是先觀察了好幾年，我先去日本參加他們的活動，確認他們有跟塔拉岡調性符合的節目，也有其他我們覺得值得開發的網絡，然後我們再向橫濱提議，請他們過來看看塔拉岡，才邁入合作的階段。」而 Mike 同時也拿出一份中國廣州市場展的名單，就當中一些台灣參展團隊，詢問我的意見，其功課量做得之充足，讓我訝異之外，也再度讓我思考，「街頭藝術」(Street Art, Art in Public Realm)，在台灣仍十分式微，或是還在等同於街頭賣藝的概念時，已經有許多國家長期發展為文化品牌，同時是以產業規模化的概念在推動，並大力發展戶外公共空間演出製作的各種可能性，從烏若藝術節、到夏隆藝術節與塔拉岡藝術節的拜訪經驗，在劇場演出主動接近民眾的藝術可能，其大規模戶



外演出所帶來的後續經濟效應，以及透過藝術節所推動的文化基礎建設(cultural infrastructure)，都反應著過去二十年來，國際各城市開始以具有高度彈性的節慶活動為推動目標，取代大型文化地標建設的趨勢(Greg Richards & Robert Palmer, *Eventful Cities: Cultural Management and Urban Revitalisation*(2010 Elsevier Ltd.))。

### Fira Tàrrrega 2016 Focus : Asia

此行非常令人興奮的部份，塔拉岡藝術節總監 Jordi 向我提到 2016 年，藝術節的國際焦點節目將是亞洲，他們已經預計會跟日本與南韓合作，也希望未來如果有適合的台灣團隊或是合作計畫，能夠推薦給他們。

### Fira Tàrrrega 財務分析 : 2014/2013

FIRATÀRREGA PRESSUPOST 2014	
<b>INGRESSOS</b>	
<b>RECURSOS PROPIS</b>	<b>168.100</b>
Espectacles	
Llotja	
Programes	
Altres	
<b>SUBVENCIONS</b>	<b>841.800</b>
Generalitat de Catalunya	400.000
Ajuntament Tàrrrega	211.300
INAEM - Ministeri Cultura	75.000
Diputació de Lleida	155.500
<b>Col.laboracions i publicitat</b>	<b>74.000</b>
<b>TOTAL INGRESSOS</b>	<b>1.083.900</b>
<b>DESPESES</b>	
<b>ORGANITZACIÓ</b>	<b>509.800</b>
Personal	
Infraestructura tècnica d'espectacles	
Allojaments	
Llotja	
<b>GRUPS</b>	<b>400.600</b>
<b>COMUNICACIÓ</b>	<b>173.500</b>
Senyalització	
Suports Gràfics	
Difusió / Informació al Públic	
<b>TOTAL DESPESES</b>	<b>1.083.900</b>

*1	Generalitat Catalunya	400.000
		400.000
*2	Aportació directa	166.300
	Serveis municipals	45.000
		211.300
*3	INAEM	75.000
		75.000
*4	Diputació de Lleida / Institut Estudis Ilerdencs	120.000
	Diputació de Lleida / Patronat Promoció Econòmica	21.500
	Diputació de Lleida / Mobilitat professionals	14.000
		155.500

<b>FIRATÀRREGA</b>	
<b>2013 BUDGET</b>	

<b>INCOME</b>
---------------

<b>OWN FUNDS</b>	<b>164,8</b>
Shows	
Llotja	
Programmes	
Other	

<b>GRANTS</b>	<b>912,8</b>	
Generalitat de Catalunya	485	*1
Tàrraga Council	211,3	*2
INAEM - Culture Ministry	75	*3
Lleida provincial government	141,5	*4

<b>Partnerships and advertising</b>	<b>63</b>
-------------------------------------	-----------

<b>TOTAL INCOME</b>	<b>1,140,600</b>
---------------------	------------------

*1	Generalitat Catalunya	
	Generalitat Catalunya/ ICIC/ agreements	480
	Generalitat Catalunya/ Institut Ramon Llull	5
		<u>485</u>

*2	Direct contribution	166,3
	Municipal services	45
		<u>211,3</u>

*3	INAEM	75
		<u>75</u>

*4	Lleida provincial government	120
	Lleida provincial government/ Economic Development Board	21,5
		<u>141,5</u>

<b>EXPENSES</b>
-----------------

<b>ORGANISATION</b>	<b>563,691</b>
Staff	
Technical infrastructure for shows	
Accommodation	
Llotja	

<b>GROUPS</b>	<b>401,609</b>
---------------	----------------

<b>COMMUNICATION</b>	<b>175,3</b>
Road signs/advertisements	
Graphic materials	
Advertising and public information	

<b>TOTAL EXPENSES</b>	<b>1,140,600</b>
-----------------------	------------------

<b>CULTURE PROGRAMME TransAC / Meridians</b>	
European Union Transfer	56,485