



I+D INNOVACION + DESARROLLO

Refrescar la denostada fiesta con ideas atrayentes siempre será bueno, aplicar nuevos retos nunca será malo, que se tomen decisiones que proyecten a la fiesta a alcanzar nuevos valores puede ser la piedra filosofal que ayude a nuevas metas.

Plaza 1 ha puesto en práctica la innovación del sorteo de toreros y toros, poniendo en el bombo, primero a ganaderos y luego a toreros que han aceptado el reto, para componer los carteles de la feria de Otoño.

Madrid sigue siendo la plaza que lidera el hacer taurino de España, influyendo de alguna manera también en el hacer de la tauromaquia mundial y las innovaciones que produce tienen relevancia en el resto.

Desafíos ganaderos, que aparecieron en otras ferias, han vuelto a ser carteles de Madrid y el nuevo método del sorteo, han compuesto los carteles de la feria de Otoño.

Pero ha sido solo un ensayo que habrá que analizar una vez terminada la temporada y sopesar la repercusión y la valoración de la respuesta del aficionado, que a la postre, será quien determine el verdadero valor de la oferta.

La feria de Otoño 2018 ha sido un buen termómetro en cuanto a toreros, pero las primeras figuras no han dado respuesta al proyecto. Madrid es una plaza difícil y muy crítica con las adecuaciones y exigencias de los primeros del escalafón y han sido toreros de la segunda fila o figuras cuya temporada apuntaba a la baja, los que aceptaron la novedad del sorteo.

Si verdaderamente se quiere dar a la fiesta el impulso necesario para remontar, es necesaria la participación de todos, empresas, toreaos y ganaderos, porque el aficionado ha de volver a los tendidos empujado por las innovaciones que aporten buenos resultados.

En la fiesta, no caben monopolios ni asociaciones de profesionales que acaben o perjudiquen el verdadero valor del espectáculo. La grandiosidad, el valor cultural y las tradiciones que abarca, deben de estar por encima del interés, la mistificación y las trampas, deben ser perseguidas y castigadas. El espectáculo tiene que ser íntegro, sin alteración y limpio, para que resplandezca su autenticidad.

Cualquier innovación que cumpla con estas premisas, debe ser bienvenida y será bueno que el laboratorio de ensayos sea Madrid, como eje de rotación de toda la Tauromaquia. La novedad, debe nacer en la gestora de Madrid, como ha ocurrido en Otoño, para que gestoras de otras plazas, lo tomen y pongan en práctica de acuerdo a los resultados de Madrid.

Las redes sociales, agrupan a aficionados en grupos de opinión, aficionados que ponen de manifiesto sus opiniones y sus críticas, con más o menos criterio, opiniones que hoy deben ser oídas. Las nuevas técnicas no han sustituido a los entrañables corrillos de los bares que rodean el coso madrileño, donde se comentan las corridas a posteriori, pero han aportado a la Tauromaquia más amplitud y conexiones con otras aficiones que sufren los mismos problemas.

Innovar puede tener la dificultad de la aceptación, pero quejarse del estancamiento permaneciendo en la oscuridad siempre será peor. Los gestores de plazas deben tener en cuenta a la afición mantenedora del espectáculo y establecer coloquios donde se la escuche, donde se les pida opinión y donde se aprovechen sus ideas, si estas van dentro de la lógica taurina.

Las gestoras juzgaran y darán a conocer, lo que ocurre entre bambalinas para evitar las filtraciones, que la mayor parte de las veces son alteradas y deformadas y llevan a la confusión y en algunos casos a quedarse en casa.

Esto debe ser una unión de todos los implicados, el campo de la Tauromaquia es lo suficientemente amplio para abarcar a toreros, ganaderos, gestores y aficionados.

Esto es lo que está en juego:

En la actividad taurina se generan 2.500 millones de euros anualmente, 540.000 hectáreas dedicadas a la cría de toros bravos, 1.355 explotaciones ganaderas, 130.000 hembras en reproducción cada año, trabajo directo para 200.000 personas, 3,7 millones de jornadas de trabajo generadas anualmente que mantienen a cerca de 15.000 familias , 380 plazas de toros fijas y 2.950 eventuales y unos 60 millones de espectadores mundiales que acuden cada año a un espectáculo donde hay uno o más toros. Se estima que el sector genera el 1,5% del PIB del país. Por tanto no es un sector que se pueda dejar caer sin otra alternativa y no podemos ignorarlo.

Amén de los datos económicos, tan aplastantes, hay que poner en verdadero valor el impacto cultural y tradicional que significan los espectáculos taurinos, aclarar que son parte y soporte de la idiosincrasia de los pueblos, valor que no se puede arrebatar por nadie y menos por desinformados y radicales.

Por todo esto, será tan importante la reacción, que las innovaciones de manera mesurada y muy estudiada, consigan realzar una fiesta que pasa por momentos delicados.

PEÑA TAURINA LOS ARENEROS