

Viernes, 28 de septiembre de 2012

www.expansion.com/catalunya

## CATALUNYA

## OCIO Y CULTURA

PESE A LA CRISIS, LOS FESTIVALES DEL EMPORDÀ –CAP ROIG Y PERALADA– REGISTRARON MÁS DEL 80% DE OCUPACIÓN. EN CAMBIO, EL GREC OBTUVO UN 54%, MENOS QUE EN 2011 CUANDO LLENÓ EL 66%.

# Los festivales bajan el telón con un balance positivo

Tina Díaz. Barcelona

Los festivales de verano mantienen el tipo en tiempos de crisis. *El Gran Teatro del Mundo*, de Calixto Bieito, en el Grec, y el musical *Follies*, de Mario Gas, en el Castell de Peralada están entre los espectáculos con mayor éxito. Sin embargo, los conciertos fueron la apuesta segura y los que agotaron las entradas. Ben Harper y Els Amics de les Arts, en Cap Roig, compitieron con los recitales de Katie Melua y Alfonso Villalonga, en el Grec, o *Dos pájaros contraatacan*, la gira de Serrat y Sabina, que abrió Peralada.

Con un presupuesto de 2,9 millones de euros, Cap Roig registró el 88% de ocupación media al acoger a más de 41.000 espectadores en los 23 espectáculos que programó. Esta edición fue la primera dirigida por Juli Guiu, responsable de la promotora The Clipper's. "Confeccionar un gran cartel, diseñar un potente plan de comunicación y esmerarse en la organización y producción", explicó Guiu, fueron las claves del evento.

El Festival de Peralada fue el único que mantuvo el presupuesto de 2011. El certamen de la familia Suqué-Mateu logró un lleno del 84% con 20.000 espectadores. Peralada optó por tres estrenos



Joan Manel Serrat y Joaquín Sabina iniciaron su gira en Peralada.

## LOS PRINCIPALES FESTIVALES DE VERANO EN CATALUNYA

	Peralada	Cap Roig	Grec
Presupuesto	4 millones de euros	2,9 millones de euros	3,5 millones de euros
Espectadores	20.000	41.000	126.959
Ocupación	84%	88%	54%
Fechas	Del 17 de julio al 22 de agosto	Del 14 de julio al 18 de agosto	Del 1 al 31 de julio
Espectáculos	18	23	73
Director	Oriol Aguilà	Juli Guiu	Ramón Simó
Promotor	Associació Cultural Castell de Peralada	La Caixa	Ayuntamiento de Barcelona
Lugar	Castell de Peralada	Jardins de Cap Roig	Barcelona
Edición	26	12	36

Fuente: Elaboración propia

## Se estima que el impacto económico de Cap Roig es de 20 millones de euros para el territorio

mundiales y una europea, entre los que están *Pálpito* de Ángel Corella y *Java* suite d'Agustí Charles, con el fin de atraer público.

El Grec captó 126.959 espectadores –18.000 personas más que en 2011, por la gran afluencia a la fiesta de inauguración gratuita–. La venta de entradas cayó al pasar del 66% de ocupación del año pasado al 54%. Esta ha sido la primer edición de Ramón Simó y ha contado con 3,5 millones de presupuesto.

## La temporada que viene

Los festivales miran hacia la próxima temporada. Peralada ha fichado a la soprano Sonda Radvanovsky para la ópera *Norma* e incluirá obras de Verdi y Wagner con motivo de su bicentenario. El Grec retomará las novedades de esta edición: concentrar toda la programación en el mes de julio y en los teatros de Montjuic, según Simó. Cap Roig repetirá la fórmula, que apuesta por un cartel ecléctico e internacional con artistas de primer nivel.



Pep Tugues dirige el Teatre-Auditori de Sant Cugat desde 2005.

PEP TUGUES TEATRE-AUDITORI SANT CUGAT

## “Especializarnos en programar un género en concreto nos hundiría”

I.García-Arnau. Barcelona

El Teatre-Auditori de Sant Cugat lleva desde 1993 ofreciendo una variada oferta cultural a los santcugateños y a toda la zona del Vallès Occidental. Pep Tugues (Agramunt, 1993) dirige desde 2005 el equipamiento público, que ha decidido asumir el precio de la subida del IVA hasta febrero del próximo año.

## ¿Qué han hecho para compensar la subida del IVA?

La estrategia que hemos seguido es la de mantener el mismo precio de la entrada pero destinar menos a publicidad. Aunque si a partir de febrero el IVA sigue igual, tendremos que subir los precios. Otra medida para compensar la bajada de ingresos es programar menos espectáculos pero mantener un alto número de funciones. Lo desventaja de esto es que si no se llenan también generan pérdidas.

## ¿Hacen producciones propias, o solo son exhibidores?

Por lo general somos exhibidores. Intentamos que los espectáculos que se representan en nuestro espacio no supongan un gasto para la ciudad, sino que sean obras externas que se autofinancien.

## ¿Están especializados en algún género en concreto?

Tenemos una oferta muy diversa que incluye desde óperas a zarzuelas, e incluso conciertos de música actual. Intentamos que la oferta sea lo más variada posible porque creo que es la mejor manera de trabajar para un

## “Estar tan cerca de Barcelona nos permite sacarle partido a su altavoz publicitario”

equipamiento municipal en una ciudad mediana. Hay que tener la máxima variedad para atraer a un abanico de público muy amplio. No podríamos sobrevivir si fuésemos una sala especializada en danza, por ejemplo.

## ¿Cómo les influye a ustedes estar situados tan cerca de Barcelona?

La ventaja de estar cerca de Barcelona es que aprovechamos el altavoz de comunicación que se hace desde allí. Cuando acogemos una obra que ha pasado antes por Barcelona, la publicidad hecha en la ciudad condal ya nos sirve.

## ¿Las compañías nunca estrenan obras en otras ciudades catalanas?

Normalmente todos los estrenos se hacen en Barcelona, pero hay excepciones. Nosotros ofrecemos la posibilidad a la compañía de hacer ensayos y pruebas técnicas en nuestro escenario y a cambio estrenan aquí.

## ¿Le parece que la oferta cultural catalana está demasiado centralizada?

Siempre lo ha estado. Las compañías solo presentan las obras en Barcelona. Aún así, desde hace años han entrado en el mapa cultural importantes espacios teatrales en distintas ciudades, creando una red muy buena. Entre todos sumamos 300.000 espectadores.

# Consejos para aprender a invertir

EL ECONOMISTA ÁNGEL FAUSTINO RECUERDA LA IMPORTANCIA DE LEER LA LETRA PEQUEÑA

I.G-A. Barcelona

Ángel Faustino, experto en banca, desvela con *Todo lo que tu banco debería contarte antes de invertir*, los trucos que el lector debe saber para entrar sin formación previa en el mundo de las inversiones. *MBA en Social Media* es un libro de Christer Holloman sobre el desarrollo y aplicación de estrategias para sacarle partido a los medios sociales. Fernando Savater escucha las inquietudes de los jóvenes en *Ética de urgencia*.



Gestión 2000.



Profit Editorial.



Ariel.