



Reserva natural del Siglo de Oro

El Festival de Almagro echa el cierre a su edición más patrimonial

- *La programación ha sido fiel a los nuevos ejes marcados: defender nuestro patrimonio, crear un puente con Latinoamérica, presencia femenina y hacer del hecho cultural una cita accesible e inclusiva*
- *De las 124 representaciones programadas, 108 han sido de textos del Siglo de Oro originalmente escritos en español*
- *La histórica participación de Colombia marca un antes y un después en el concepto de País Invitado de Honor*
- *El Corral de Comedias ha vuelto a ser epicentro del Festival, y la apertura de los nuevos espacios, Silo y Palacio de los Oviedo, ha tenido una gran acogida por parte del público*

- *El público ha logrado más de 60 llenos absolutos a lo largo del Festival*
- *Los asistentes a los distintos espectáculos se acercan a los 33.000 espectadores*
- *La taquilla asciende a 554.163€, lo que supone un ingreso de 1'10€ por cada euro gastado en programación*
- *Los medios de comunicación han generado alrededor de 4.000 noticias con un valor económico superior a los 22 millones de Euros*
- *El Festival lidera, de la mano de la ONCE, la inclusión y la accesibilidad en citas culturales*
- *El Festival ha conseguido derribar varias barreras: de género y de discapacidad y ha generado ofertas para todos los bolsillos*
- *La Fundación del Festival ha provocado una “inversión patrimonial” con distintos países gracias al apoyo de AC/E*

Almagro, 30 de julio de 2018

El Festival Internacional de Teatro Clásico de Almagro, que se ha desarrollado entre los días 5 y 29 de julio bajo el lema *Soñemos, alma, soñemos otra vez*, echó anoche el cierre a la que ha sido su edición más patrimonial. Fiel a los ejes marcados por el nuevo director, Ignacio García, quien lleva al frente del equipo desde el 1 de enero, la cita teatral manchega ha apostado por el Siglo de Oro escrito en español, por la creación de un puente ‘De ida y vuelta’ con el continente americano, por una importante presencia femenina, y por liderar la accesibilidad y la inclusión en festivales de su misma categoría.

Para que todo esto haya sido posible, se ha contado con el apoyo y la colaboración de las instituciones, de organismos públicos, de empresas públicas y privadas, de los medios de comunicación, de la ciudadanía almagreña y, sobre todo, de los espectadores que se han acercado a la localidad manchega llegados de todos los rincones del mundo.

Desde el principio, el equipo de la Fundación Festival Internacional de Teatro Clásico de Almagro ha contado con el respaldo de su Patronato, formado por el Instituto Nacional de las Artes Escénicas y Musicales (INAEM) del Ministerio de Cultura y Deporte; la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha; la Diputación de Ciudad Real; el Ayuntamiento de Almagro; la Universidad de Castilla-La Mancha; el Museo Nacional del Teatro; y la Compañía Nacional de Teatro Clásico. Ésta última ha tenido una presencia histórica con cinco montajes que han sido un espejo del empeño por la defensa patrimonial tan presente este año: *El burlador de Sevilla*, de Tirso de Molina; *La dama duende*, de Calderón de la Barca; *El banquete*, basado en textos clásicos universales; *Los empeños de una casa*, de Sor Juana Inés de la Cruz; y *La dama boba*, de Lope de Vega.

Este confluir de hacedores del Festival, conlleva una sinergia positiva entre los diversos elementos de la programación. Tierra Roja, el Ateneo, la Banda, las compañías Corral de Comedias y Visitas Teatralizadas, se han sumado a nuestro proyecto y han colaborado en construir un Festival de verdad enraizado en el lugar que lo alberga: Almagro.

Reserva natural del Siglo de Oro

Desde que se descubriera el corral de comedias de Almagro, este lugar se ha convertido en el referente cultural del teatro barroco, en la **Reserva Natural del Siglo de Oro en español**, denominación acuñada en esta edición, durante la cual el Festival se ha encargado de mostrar al mundo, a través de la escena y de los encuentros entre especialistas y creadores, todo lo que concierne a la actualidad y visión contemporánea de la cultura teatral barroca en español, incluidos otros géneros literarios como la mística o la picaresca, cuyas poéticas afectaron desde la prosa o el verso al discurrir poético de comedias, dramas y autos sacramentales.

Este año ha quedado patente el protagonismo de los **escritores en lengua española** que construyeron el corpus de literatura y de teatro clásico durante la época que conocemos por Siglo de Oro. Forjando la identidad de la Fundación como un referente indiscutible e

indispensable para conocer el estado actual de la producción escénica de este inmenso patrimonio. Sirviendo como faro para cualquier nuevo acercamiento a este ámbito dramaturgico, indistintamente del espacio geográfico donde surja. De las 124 representaciones realizadas en los 24 días que se ha desarrollado el Festival, 108 han sido espectáculos patrimoniales.

Inversión Patrimonial

Desde el Festival Internacional de Teatro Clásico se ha marcado como otro de los principales objetivos, además de ser un evento anual en el que se exhibe el mejor teatro del Siglo de Oro que se hace en todo el globo, provocar que en otros países se monten textos de nuestra época áurea. Ignacio García busca ser un dinamizador e inductor para que las producciones que se ven en Almagro provoquen un efecto llamada que revierta la escasa presencia de nuestro repertorio clásico en el extranjero. Abordar la materia ha sido el asunto central del encuentro entre los cinco profesionales internacionales vinculados a la dirección escénica que ha propiciado el Programa para la Internacionalización de la Cultura Española (PICE) de Acción Cultural Española (AC/E). Profesionales llegados de Australia, Hungría, Polonia, Colombia e Inglaterra han participado en este encuentro.

Derribando barreras

El Festival ha conseguido derribar barreras en dos sentidos. En primer lugar, en cuanto a la generación de contenidos, donde se han superado los obstáculos ante las distintas discapacidades; se han borrado las dificultades geográficas; y se han disminuido las diferencias de género. Por otro lado, en cuanto a la accesibilidad a los contenidos, se ha ampliado el abanico de precios de manera que se ha hecho posible, incluso, ir al teatro por 1 Euro gracias a la iniciativa 'Al teatro por un verso'; y se han eliminado las fronteras gracias a las emisiones de radioteatro a través de Castilla-La Mancha Radio; Radio 3 y RNE, llegando así a cientos de miles de oyentes.

La 41 edición en datos

El 41 Festival Internacional de Teatro Clásico de Almagro ha echado el cierre con una gran acogida, un total de 61 llenos absolutos. En esta edición han pasado 32.839 espectadores; la recaudación en taquilla ha sido de 554.163'60 euros. El total de espectadores y visitantes de esta 41ª edición ha sido de las 43.535 personas, contabilizando los espacios que mantienen un control de acceso sin reflejar aquellas actividades que han tenido lugar al aire

libre donde no disponemos de un sistema de medición. Y la presencia mediática rebasa los 3.900 impactos, cuya valoración económica equivaldría a una campaña superior a los 22 millones de euros.

Las exposiciones han tenido 10.173 visitantes; 523 personas han asistido a los cursos, encuentros y talleres; y 24 voluntarios y 1 persona en prácticas. La ocupación hotelera ha sido del 99% los viernes y sábado; y del 61% de domingo a jueves.

Esta 41ª edición ha contado con un total de 124 representaciones a cargo de 64 compañías. De éstas, 44 han sido españolas y 20 internacionales.

De las producciones que se han representado durante las cuatro semanas de esta cita veraniega, hemos contado con 27 estrenos (18 absolutos y 9 nacionales).

Fiesta Barroca

Ha sido fundamental la iniciativa de incluir en el Festival producciones vinculadas a **la danza y la música**, elementos escénicos indisolubles de la fiesta barroca, y frecuentes como ingredientes poéticos que iban vinculados estrechamente a la creación del teatro clásico del Siglo de Oro.

Basta con observar un día de festival, por ejemplo, el sábado 14, donde *El burlador de Sevilla*, *La Celestina*, *La vida es sueño*, *De fuera vendrá...* y *Los empeños de una casa*, se daban cita en una misma noche. Tirso de Molina, Fernando de Rojas, Calderón de la Barca, Agustín Moreto y Sor Juana Inés de la Cruz, son nuestros *jefes*, a ellos nos debemos, y su cuidado nos ocupa en esta **Reserva Natural del Siglo de Oro en español**.

Colombia, País Invitado de Honor

Al abrir el Festival a **América** hemos encontrado un compañero de excepción para el viaje: **Colombia**. Una edición también con una mirada diferente al concepto de “país invitado” rompiendo márgenes y estableciendo una relación diferente, acogiendo la aportación que el ministerio de cultura de Colombia generosamente ha hecho al Festival, y en suma correspondencia otorgándole nosotros el lugar preeminente de imagen de la edición. Viviendo el día a día del mes de julio, acompañados por la *Infanta Margarita* de Botero, esta nueva mirada velazqueña, engordada, que resume la visión del Festival: nuevos odres para vino añejo.

Presencia femenina

Nuestro Siglo de Oro, frente al de otros países, conlleva una **presencia femenina** patente y potente. Actrices y autoras conviven en un supuesto mundo de hombres, cada vez más difuminado según esclarecemos el pasado y limpiamos la pátina historicista de siglos posteriores, rescatando nombres como María de Zayas, Sor Juana Inés de la Cruz, Santa Teresa de Jesús o Ana Caro Mallén. Sin olvidar las voces de *la Calderona* o *la Baltasara*, un mundo “nacido en sombra” que a partir de esta edición sale a la luz y que no ha dejado de aportar gratificantes sorpresas a la programación del festival. A este patrimonio femenino hay que sumarle la participación de directoras de escena y escritoras contemporáneas, con un papel fundamental en el desarrollo artístico de este año, tanto en número presencial como en calidad artística.

Festival accesible e inclusivo

Desde el primer día, tras el nombramiento de este nuevo equipo del Festival, hemos tenido presentes **la accesibilidad y la inclusión** como motores orgánicos de la programación. En este sentido la relación con ONCE ha sido, de nuevo, el paradigma de colaboración que hemos aplicado en los distintos ámbitos del Festival. Y hemos conseguido, con el trabajo de Aptent, una oferta variada de asistencia en diversos montajes escénicos, incluyendo *touch tours*, y dos espacios con accesibilidad auditiva continua durante el festival. Pero la accesibilidad y la inclusión ha estado presente desde el primer día gracias a compañías como Palmyra Teatro y Katum Teatro, Orozú Teatro y artistas como Mónica Monasterio. Un concepto de programación que ha entrado con fuerza en esta edición y que tendrá su desarrollo en próximas ediciones, hasta convertirnos en el primer festival de teatro totalmente accesible de nuestro país.

Corral de Comedias, eje central

Durante el mes de julio en Almagro son distintos los espacios arquitectónicos en los que se desarrolla el Festival, teniendo como eje central el Corral de Comedias, la unicidad y especificidad de este espacio corona el valor histórico patrimonial que ofrece en sus edificios toda la Villa de Almagro. A los espacios habituales del Festival: Hospital de San Juan, Patio de Fúcares, Teatro Municipal, Antigua Universidad Renacentista... hemos añadidos dos espacios **nuevos espacios escénicos** al Festival: el Silo y el Palacio de los Oviedo.

En el **Silo** hemos desarrollado la VIII edición de Almagro Off. Un cambio de ubicación a la programación de este certamen, que ha duplicado su oferta y que ha tenido una magnífica acogida, teniendo en cuenta su mayor proximidad y mejor dotación técnica, que la ubicación anterior.

El Palacio de los Oviedo ha venido a sumarse a la lista de espacios cuya riqueza artística y valor histórico consoliden la idea de Capital del Teatro que siempre ha destilado Almagro. La recuperación del antiguo cine de verano ha supuesto, además, un engarce popular cuya aceptación le ha convertido en lugar protagonista de la edición presente.

En esta edición también ha vuelto a cobrar especial relevancia el **Patio de Fúcares**, recuperando la programación en horarios habituales multiplicando así el número de espectadores. Tres espectáculos de La Joven CNTC y una producción suiza en torno a la vida de Sor Juana Inés han podido verse en este lugar.

Compañeros de viaje

En el Festival, que iniciamos el pasado jueves 5 de julio, entregando al actor Carlos Hipólito, el Premio Corral de Comedias, hemos tenido compañeros de viaje cuya colaboración ha hecho posible lo que todos hemos vivido. Además de nuestro Patronato, hemos tenido otros buenos compañeros de viaje como los medios de comunicación, donde hay que resaltar los convenios con RTVE y CMM, y los acuerdos alcanzados con la Cadena Ser, El País +, IBTV y Vidas Insuperables; así como el apoyo recibido por la prensa regional y nacional. Medios internacionales de la talla de El Tiempo, la BBC, El espectador, Paso de Gato, Le grand parade o Arteria no han faltado a nuestra cita recogiendo en sus páginas el esplendor con el que el Siglo de Oro reluce cada mes de julio en La Mancha.

El Festival en los medios

La repercusión en medios de comunicación – prensa escrita, radio, televisión y medios online – ha vuelto a mejorar en los baremos de audiencia y AVE (Advertising Value Equivalent o Valor Equivalente de Publicidad), superando los 3.906 impactos, se han obtenido cientos de miles de audiencia entre espectadores, oyentes y lectores. Si el espacio ocupado en los medios fuese publicidad equivaldría a una campaña de más de 22.000.000 de euros.

El Festival en las redes sociales

La 41ª edición del Festival de Almagro ha contado con seis soportes de información en red. Además de la página web oficial del Festival, se han utilizado Facebook, Twitter e Instagram como medios de difusión diaria de la información y YouTube y Flickr como plataforma de descarga de material gráfico y audiovisual.

Este año, el Festival de Almagro ha hecho el esfuerzo de generar contenidos específicamente pensados para redes sociales (Facebook, Instagram, Instagram Stories, Twitter y Youtube) desde el mismo momento en el que se presentó la programación. La página web, recientemente renovada, ha recibido 160.000 visitas y desde la misma se han descargado casi 5.000 programas oficiales y más de 10.000 descargas del políptico.

En Facebook, donde se han realizado más de **500 publicaciones**, contamos con un total de **17.439 seguidores**, alcanzando a más de 100.000 usuarios. Entre las publicaciones, se han subido 166 vídeos, que suman 44.500 minutos reproducidos.

La cuenta de Twitter del Festival, que cuenta con **14900 usuarios**, ha tenido más de 100.000 impresiones en los tweets publicados durante el transcurso del Festival. Este año se ha apostado por la transmisión de información a través de Instagram, con **2135 seguidores**, donde se han realizado más de 300 publicaciones desde enero, de las cuales 89 son vídeos.

Para la subida de material gráfico y audiovisual se ha hecho uso de YouTube y de Flickr. En el canal de YouTube del Festival, que cuenta con 683 suscriptores, se han subido un total de 179 vídeos, con un tiempo de visualización de 55.500 minutos y 47.800 visualizaciones. Por su parte, en la cuenta de Flickr se han subido 1.024 fotos con un total de 92.256 visualizaciones.

Patrocinadores y colaboradores

Entre los patrocinadores contamos con IBERIA, patrocinador del espacio Silo y del Certamen OFF y con el cual se ha cerrado un acuerdo, en el cual, a parte de un patrocinio al Festival, los asistentes han podido beneficiarse de un descuento a la hora de comprar los billetes de avión. Por otro lado, MERCEDES-BENZ AUTOTRAK, patrocinador del

espacio AUREA; el cual, también ha patrocinado el Festival y ha aportado medios de transporte personalizados.

Otras Instituciones se suman a nuestro trabajo como AECID, AC/E, Instituto Cervantes, Institut Français y Fundación SGAE. Y asociaciones como la IGP Berenjena de Almagro o las Denominaciones de Origen del queso y del vino manchegos, así como el agua Numen, todo genera músculo para que el Siglo de Oro se reconforte durante el mes de julio.

Para más información:

Nico García / Natalia Rodas

M. 680.684.951 / T. 695.645.740

prensa@festivaldealmagro.com

prensa2@festivaldealmagro.com

www.festivaldealmagro.com