

*De mil gustos de amor el alma llena*

# **El Festival de Almagro hace balance de su edición más emotiva**

- *El valor cívico y solidario de la cita manchega queda por encima de cualquier valoración artística o económica*
  - *Dos nombres propios: Ana Belén y Paco Leal*
- *La Comunitat Valencia ha abierto el camino para seguir descubriendo lo mejor de la etapa aurea de cada territorio*
- *Estos días han supuesto el reencuentro entre público y artistas de 26 compañías en los escenarios de Almagro*



- *El 100% de las representaciones programadas son de patrimonio del Siglo de Oro en español*
- *Más de 10.600 personas han asistido al Festival*
- *La ocupación supera el 80% del aforo, con 47 llenos absolutos y una taquilla superior a los 130.000€*
- *Los espectadores han podido disfrutar de 72 representaciones de 29 espectáculos, todas del Siglo de Oro*
- *El evento genera cerca de 3.000 noticias con un valor económico que se aproxima a los 20 millones de euros*
- *Entidades privadas y públicas como Globalcaja, Autotrak Mercedes-Benz, la DO Valdepeñas, ADIF o el Instituto de la Mujer han patrocinado el evento*
- *Almagro es, un año más, la Reserva Natural del Siglo de Oro*

**Almagro, 27 de julio de 2020**

La 43 edición del Festival Internacional de Teatro Clásico de Almagro, la más emotiva que se recuerda, que se ha celebrado desde el pasado 14 de julio y que fue clausurada ayer domingo, ha presentado esta mañana el balance de la cita teatral. En el acto, que ha tenido lugar en el patio central de la sede del Festival situada en el Palacio de Valdeparaíso, han estado presentes la viceconsejera de Cultura y Deportes de la Junta de



Comunidades de Castilla-La Mancha, Ana Muñoz; y el director del certamen, Ignacio García, quien ha reflexionado sobre esta edición que ha convivido con el lema *De mil gustos de amor el alma llena*, de Maria de Zayas.

Un año especial marcado por el Covid-19, que arroja el positivo dato de haber aplicado un protocolo de medidas cuya acogida ha sido ejemplar. La muestra de civismo y de cordialidad entre los espectadores, unida al impecable trabajo del equipo técnico y personal de sala, ha hecho que esta edición ponga el **valor cívico y solidario** del Festival por encima de cualquier valoración artística o económica.

### **Reencuentro**

Estas dos semanas de actividad teatral han supuesto el **reencuentro** entre público y artistas de 26 compañías, un reencuentro que no podemos ya abandonar y que, aplicando las medidas sanitarias aprobadas por la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha, hemos puesto en marcha. Viviendo un Festival accesible con un protocolo cuidado, pero no intrusivo; como así ha sido valorado por los espectadores cuya empatía nos ha acompañado toda la edición. Así como la actitud de **Almagro**, sus vecinos han sabido acoger y ayudar a todos aquellos que nos han visitado y han hecho posible esta edición del Festival.

### **Dos nombres propios**

El espacio **Palacio de los Oviedo** ha tenido en esta edición un protagonismo indiscutible. En él, hemos vivido dos momentos inolvidables de esta edición: el Premio Corral de Comedias a **Ana Belén** y el Homenaje



profesional a **Paco Leal**, nuestro director técnico, por sus 25 años al frente del equipo que hace posible la cara práctica del Festival de Almagro.

### **Comunitat Valenciana**

Por este mismo espacio, y por Aurea, ha transitado nuestra **Primera Comunidad Autónoma Invitada: Comunitat valenciana**, con un programa de actividad escénica a imagen y semejanza del programa de País Invitado, que nos ha acercado al Siglo de Oro valenciano y a las distintas miradas que desde esta comunidad se vierten en el ámbito creativo al que nos dedicamos.

En generosa colaboración con la Generalitat Valenciana, hemos contado con la autorización del **Museo Nacional del Prado**, que nos ha permitido llevar un Sorolla como mascarón de proa. Un Sorolla donde María Guerrero está caracterizada para *La dama boba* de Lope de Vega.

### **Programación en los parámetros**

Nuestros distintos espacios han albergado una programación que, nuevamente, asienta los parámetros en los que trabaja la Fundación Festival Internacional de Teatro Clásico de Almagro. En el Corral de Comedias, en el Teatro Adolfo Marsillach-Hospital de San Juan y en AUREA, al igual que en el Palacio de los Oviedo, hemos ofrecido una **programación accesible**, una mirada a las **autoras** y al patrimonio literario y dramático de nuestro Siglo de Oro, como muestra ese **verso de distancia** que, escrito por Ana Caro Mallén, nos ha llevado a acceder escalonadamente a cada espacio.



## El Festival en datos

Sobre los cuatro espacios escénicos que han abierto sus puertas este verano, hemos podido ver textos clásicos como *El galán fantasma*, *La discreta enamorada*, *Tirant* o *El Lazarillo*; y textos contemporáneos a partir de clásicos como *Andanzas y entremeses de Juan Rana*, *En otro reino extraño*; o *Celestina, la TragiClownmedia*. Autores y autoras como Calderón de la Barca, Lope de Vega, María de Zayas, Joanot Martorell o Sor Juana Inés de la Cruz han visto cómo sus textos cobraban vida estos días en La Mancha. El 100% de las representaciones programadas han sido patrimonio del Siglo de Oro en español. Se ha disfrutado de 72 representaciones de 29 espectáculos distintos y **se ha llegado a superar el 80% de ocupación, con 47 llenos absolutos** y una recaudación en **taquilla de 130.452'80€**.

El Festival de Almagro ha recibido un total de **10.690 visitantes** en estas dos semanas, de los cuales **7.836 han sido espectadores** y el resto visitantes a las exposiciones o participantes en cursos o jornadas. Las exposiciones *Una fiesta de los sentidos. Autos sacramentales calderonianos*, en el Espacio de Arte Contemporáneo; *Lighting for Pandur: Fragmentos del alma*, en el Museo Nacional del Teatro; *El sueño. De la ida al proyecto*, en el Patio de Fúcares; y *Tirant lo Blanc. Selección de ilustraciones de Manuel Boix*, en Aurea; han recibido un total de **2.759 visitantes**.

Por otro lado, las XLIII Jornadas de Teatro Clásico de Almagro: *La mujer, protagonista del teatro español del Siglo de Oro* han contado con **60 participantes**; y las Jornadas FESP-UGT: *Vigencia y actualidad del teatro clásico*, con **35**.

## El Festival en los medios

La repercusión en medios de comunicación – prensa escrita, radio, televisión y medios online – confirma un año más que estamos logrando introducir la excelencia y el Siglo de Oro en los hogares, consiguiendo que



los clásicos formen parte de la vida de la gente. Con un número de impactos superior a las 2.600 noticias publicadas o emitidas, han sido más de 170 apariciones en televisión (nacionales y autonómicas); más de 90 cortes de radio (también nacionales y autonómicas); más de 550 reportajes, entrevistas, artículos y críticas en medios impresos; y más de 1.800 apariciones en medios digitales. **En total 2.704 impactos.**

Esta repercusión mediática ha tenido una audiencia de más de 1.000 millones de lectores, oyentes y espectadores; y si se trasladase este espacio en medios a **una campaña publicitaria, su valor sería de 18.700.000€.**

### **El Festival en las redes sociales**

La 43ª 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, y al igual que en la anterior edición, 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 ha recibido más de 155000 visitas. Durante el periodo de venta de 47 días, ha recibido un promedio de cerca de 1.500 visitas diarias. Estas visitas se han incrementado desde la inauguración de la 43ª edición, recibiendo cerca de 25000 visitas, una media de más de 2.000 visitas diarias del 14 al 26 de julio.

En Facebook, donde se han realizado cerca de 220 publicaciones contamos con un total de **22621 seguidores**, alcanzando a más de 300.000 usuarios.



Entre las publicaciones, se han subido más de 80 vídeos, que suman 51235 minutos reproducidos y cerca de 14000 interacciones.

La cuenta de Twitter del Festival, que cuenta con **16385 usuarios**, ha tenido más de 105.000 impresiones en los tweets publicados durante el transcurso del Festival. Este año se ha seguido apostando por la transmisión de información a través de Instagram, con **7835 seguidores**, donde se han realizado más de 170 publicaciones desde enero.

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 1216 suscriptores, se han subido un total de 85 vídeos, con 50651 visualizaciones. Por su parte, en la cuenta de Flickr se han subido 946 fotos con un total de 768 visualizaciones.

### **Festival 'on line'**

Un espacio escénico más ha sido, dadas las características de este año, internet. La emisión 'online' del **IX Certamen Barroco Infantil**, cuya compañía ganadora, Tramant Teatre, procedía de Valencia. Y en este nuevo espacio virtual hemos podido disfrutar de la única compañía internacional que hemos acogido: Abrojo Teatro; su procedencia argentina ha mantenido ese puente que tenemos tendido cada año con América.

En este sentido hay que añadir la novedad de emitir en streaming el Premio Corral de Comedias, para ello hemos contado con la colaboración de la Confederación Nacional de Sordos de España en la traducción a lengua de signos durante toda la emisión, que alcanzó 2.877 emisiones, de las cuales el 70% fueron en España y el 30% restante en Estados Unidos, Argentina, México, Chile, Colombia y Perú, entre otros.



De la misma manera se emitió también *Magallanes, el viaje infinito*, en colaboración con RNE y alcanzando 2.199 visualizaciones, de las cuales el 80% fueron en España y el resto en países como México, Argentina, Colombia, India y Chile, entre otros.

### **Puente con Latinoamérica**

Un puente, que, gracias a la colaboración de AECID hemos realizado y emitido con una nueva edición de **Barroco de Ida y Vuelta**, ámbito de reflexión que viene a sumarse al que desarrolla la Universidad de Castilla-La Mancha en las Jornadas de Teatro Clásico; aquí, tenemos que agradecer a su director, Rafael González Cañal, su complicidad con el Festival al dedicar este año las Jornadas a ***La mujer, como protagonista del teatro español del Siglo de Oro***.

También contamos con la complicidad del Museo Nacional del Teatro y de su directora, Beatriz Patiño, que ha comisariado la exposición sobre el **Auto Sacramental**, y a Acción Cultural Española que nos ha traído *El sueño de Magallanes* y su vuelta al mundo, un mundo que cabe en el claustro del Palacio de Fúcares y que permanecerá ahí hasta el mes de septiembre para disfrute de todos los que se acerquen a Almagro este verano.

### **Reserva natural del Siglo de Oro**

Nuevamente tenemos que destacar que este año se ha vuelto a lograr que Almagro sea el referente cultural del teatro barroco: la **Reserva Natural del Siglo de Oro en español**, denominación que forja 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 dramático.

El mundo artístico profesional de nuestro país ha estado disponible y afín a nuestras intenciones, y nos ha ayudado a mostrar un panorama de excepcionalidad cultural y humana. Centrándonos en una apuesta por la creación nacional, en una edición donde lo internacional ha radicado en la programación 'online', sirviendo este año Almagro para apoyar y **mantener el tejido artístico nacional**, nuestro principal fin en esta edición y nuestro objetivo más importante y reconocido.

A este objetivo va unido, siempre, nuestro interés en poner en marcha nuevas acciones escénicas con el **talento local**, vinculándolas a nuestros patrocinadores. Así el cajero de Globalcaja se ha convertido en el escenario para el *Poderoso caballero* de Quevedo, acción escénica que viene a sumarse a iniciativas como el ya conocido *Teatro de sus Mercedes*.

### **Patrocinadores y colaboradores**

En este ámbito de solidaridad, ayudamos a convivir a todos los que colaboran con nuestro Festival durante el año y así Instituciones como el Instituto de la Mujer, el Instituto Cervantes, ACE o AECID han tenido sus espacios y sus acciones escénicas o instalaciones artísticas, que siempre están vinculadas a las competencias de estos representantes sociales y al patrimonio cultural del Siglo de Oro.

Y gracias a la complicitad de la Generalitat Valenciana hemos disfrutado de un panorama enriquecedor de aquello que se considera el Siglo de Oro en valenciano.

Otros buenos compañeros de viaje con los que hemos contado han sido, un año más, los medios de comunicación. Todos han llevado a cabo una labor excepcional, pero hemos de resaltar aquellos con los que hemos alcanzado



acuerdos de colaboración: RTVE, a través de Radio Nacional de España, Radio 5 y Radio 3; TVE a través de sus informativos y programas culturales; y el Canal 24 horas y RTVE.es; Castilla-La Mancha Media, que también ha realizado un gran despliegue tanto en radio como en televisión, dando cobertura diaria y permanente a todo lo acontecido en Almagro. El suplemento El Cultural, que ha reflejado nuestros contenidos tanto en su versión impresa como en la digital. Por último, la web de contenidos inclusivos Vidas Insuperables, y el portal escénico Masescena han tenido nuestro festival más que presente durante los últimos meses.

En esta edición han continuado con nosotros de forma generosa e implicada, participando y contribuyendo con los contenidos artísticos, nuestros ya habituales patrocinadores: Globalcaja, Autotrak Mercedes-Benz, Denominación de Origen Valdepeñas y ADIF.

Por último, resaltamos toda la producción artística que hemos puesto en pie en estos días, las exposiciones, jornadas, encuentros, las compañías, en suma, todo lo que hemos vivido intensamente del 14 al 26 de julio. Todo ello posible gracias a un gran equipo humano, imprescindible para la consecución del Festival, un equipo cuya capacitación específica soporta los fines que mueven a Fundación y Festival, y consiguen llevar a puerto las iniciativas que desde el equipo consensuamos poner en marcha.

Se nos han quedado en el tintero del Covid el país invitado, algunas compañías internacionales y nacionales, así como la convocatoria del Almagro Off, que se han visto afectadas por la situación. A todos ellos les agradecemos su comprensión y esperamos que puedan volver a Almagro en próximas ediciones.

Se ha hecho posible que se hayan representado un total de 72 funciones de teatro, música y danza; con una participación total de 26 compañías en un esfuerzo tremendo del tejido artístico, del colectivo teatral y de la sociedad civil, coordinados por el equipo del Festival.



## Trabajamos mirando a la 44 edición

Pero todo esto ya es el pasado. Todos en el Patronato de la Fundación (Ministerio, Junta, Diputación, Ayuntamiento, Museo, CNTC y Universidad) trabajamos ya para la **44 edición** desde hace unos meses y les podemos adelantar:

Primero, que en nuestra labor de institución pública, la pedagogía es un eje fundamental, de ahí que esperamos que, en 2021, durante las fechas del Festival, se celebre en Almagro el prestigioso simposium de la **AHCT**, que estaba programado para esta edición.

Y segundo, que se va a poner en marcha, una convocatoria pública junto a la Viceconsejería de Cultura y Deportes de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha en señal de apoyo a los que más nos necesitan en este momento, a los que empiezan a trabajar en el Siglo de Oro y a los que apuestan por la creación teatral sobre el Siglo de Oro en La Mancha. Generando así una nueva cantera de jóvenes creadores que vean en nuestro Siglo de Oro un referente indiscutible de futuro laboral.

Una iniciativa pública que convierte a **Almagro** en refugio de nuevos creadores, para que con su labor y la de la Fundación Festival Internacional de Teatro Clásico de Almagro, acompañados por las instituciones que nos avalan, construyamos, en común, una lectura nueva y enriquecedora **del Siglo de Oro en español**.

Para más información:

**Nico García**

**Jefe de Prensa**

**M. 680684951**

[prensa@festivaldealmagro.com](mailto:prensa@festivaldealmagro.com)