



#tuitsdecultura

#frishashtag Las FARC entran en las negociaciones de paz contra el reloj. Tienen en contra el cáncer de Chávez y la vejez de Fidel

@hectorabdf
Héctor Abad Escritor

Los mariachis viajarán a Lima y le tocarán a Bryce la canción que define su idea de la autoría:

Lástima que seas ajena

@juanvilloro56
Juan Villoro Escritor



Uno escribe con la vida. Las novelas se van escribiendo con la cabeza. Luego se pasan rápido al papel.

@Fer_Vallejo
Fernando Vallejo Escritor

Nefasto, torpe, hostil, desafiante, despreciativo, inculto, cruel, antiempático, antipático, provocador, devastador, poco comunicativo: Wert

@elenarami
Elena Ramírez Editora



BOISHOI THEATRE / NEDERLANDS DANS THEATER

Todos los estilos. 'La Sylphide', en una retransmisión en los cines Girona (izquierda) con Krysanova (arriba). Sobre estas líneas, Sol León y Paul Lightfoot, coreógrafos del Nederlands

tos y exige exclusividad, proporcionando carteles y trailers como las *majors*, mientras que el Covent Garden se reparte las ganancias de taquilla y compite bajando su porcentaje.

“Yo no creo que estas retransmisiones supongan una amenaza para los teatros. Es cierto que ahora hay una contención ligera, de la demanda y que en el Liceu se venden más las localidades de precios bajos, pero en eso no tiene que ver el cine”, comenta Matabosch. “Son dos experiencias distintas y complementarias: nada sustituye la fisicalidad de contemplar la danza en el teatro, pero también es impagable ver a un bailarín expresivo al detalle; una cosa refuerza a la otra”.

En eso está de acuerdo Sol León, coreógrafa del Nederlands junto a Paul Lightfoot, quien sostiene que “el cine es un medio accesible y popular para la mayoría de las sociedades, un puente para que el público se acerque a la danza y pueda estar en contacto con lo que puede llegar a expresar la danza contemporánea. Así el entendimiento y la apreciación se irá incorporando en sus gustos”.

Claro que en el Nederlands no han subido los precios un 40% en un lustro como en el Liceu.●

La crisis y la subida del IVA llevan a los cines a ofrecer múltiples variedades de precio y productos alternativos para atraer al público

Solos ante la taquilla

SALVADOR LLOPART
Barcelona

Qué tiempos aquellos en que ibas al cine sabiendo lo que te costaba!

La entrada, antes, tenía un precio fijo. A lo sumo dos opciones a lo largo de la semana. Ahora, en cambio, la oferta no para de multiplicarse, y, con ella, las posibilidades. El espectador se siente entonces, frente a la taquilla, como aquel famoso portero de Peter Handke frente al penalti: solo y perdido. ¿Cuál es la mejor opción, cuál la buena al menos?

La pertinaz crisis del sector de la exhibición y, como remate, el reciente incremento del IVA por parte del Gobierno español, el pasado 1 de septiembre, ha llevado a las cadenas más importantes a agudizar el ingenio. Es la guerra de precios, y en esa guerra todo vale: la multiplicación del día del espectador, que ya no es un día sino dos o tres; las ofertas especiales, el dos por uno, el tres por dos; distinguir espectadores por edad, mayores de sesenta, menores de 25, críos...

Una cadena como Cinesa, por ejemplo, con el apoyo de Gas Natural-Fenosa como mecenas, ha llegado a ofrecer dos entradas por una si te presentas a la sesión en cuestión en zapatillas, o sea, con las pantuflas puestas. Es lo que llaman *El cine como en casa*. Desde Gas Natural Fenosa valoran la campaña como un éxito, y aseguran que seguirán con ella. Por lo que a partir de ahora es aconsejable presentarse a la taquilla de Cinesa bien informado, y con unas zapatillas dispuestas.

Y es que, como en el amor y la guerra, todo vale por atraer a la audiencia. Para ello los ingenieros del marketing dividen esa misma audiencia en segmentos de interés, multiplicando las ofertas, bajando precios, inventando opciones, ofreciendo ventajas concretas: *Pack familia*, también en Cinesa. *Al cine con amigos*, descuentos para

títulos en concreto, regalo de entradas en concursos...

La intención es buena. El resultado, como mínimo complejo. Pronto será aconsejable utilizar una especie de *rastreador* antes de comprar una entrada, como esos que se encuentra en la red para conocer los precios de las compañías de seguros.

En los cines Yelmo, una cadena de implantación estatal, como Cinesa, si eres menor de 25 años –y dispones de la tarjeta de fidelización Movieyermo, gratuita– el cine te costará el 50 por ciento el lunes y el jueves. En los cines Icaria, los representantes de la cadena en Barcelona ciudad, ese precio juvenil es de 4,20 euros. Porque,

NUEVAS TECNOLOGÍAS

La digitalización permite a cadenas como Yelmo ofrecer eventos en directo

CONTENIDOS ALTERNATIVOS

Cinesa registra 35.000 espectadores en otros contenidos, un 1% del total

para acabar de complicar la cosa, ningún cine, aunque sea de la misma cadena, tiene exactamente los mismos precios. Varían en función de la población, del barrio, de la esquina...

Sigamos con la exploración: los mayores de sesenta años, también en Yelmo, tan sólo pagan 4,50 euros de lunes a jueves. Los niños, por su parte, los menores de 13 años, tienen un precio especial toda la semana. Si compras un lote de entradas –cinco– el precio entonces desciende más de un euro con respecto al precio normal.

El día del espectador, en esos cines, son dos: los lunes y los miércoles. Esos días el precio de la entrada es reducido. Pero, si además tienes tarjeta, el día feliz se extiende a toda la

semana; en los fines de semana, sin embargo, tan sólo para los pases antes de las cinco de la tarde y después de las once de la noche. ¿Se entiende el agobio? ¿Tantas posibilidades!

El sistema de diferentes precios no es exclusivo de las grandes cadenas. Alcanza a las pequeñas. A las salas dedicadas a un cine más minoritario, en versión original, como los Verdi, de Barcelona, por ejemplo. En los Verdi acaban de crear el carnet Verdi (30 euros al año, y cuatro entradas de regalo). Una tarjeta, para los amigos del Verdi, que permite acceder, además de a los previsibles descuentos –un euro menos–, a proyecciones exclusivas. El pasado septiembre, en homenaje a Tommy Lee Jones, que estaba en San Sebastián, el Verdi proyectó en exclusiva el filme *Cobb*, protagonizado por el mismo actor. Los Renoir, por su parte, también tienen una tarjeta que permite descuentos y proyecciones exclusivas.

El objetivo: fidelizar al cliente, o sea, al espectador. Hacerlo suyo. Incluso con una oferta que ya no es sólo cine, con danza, con ópera, con eventos deportivos (aunque para estos la lucha de derechos es más complicada), con conciertos exclusivos de rock. “Gracias a la digitalización, tenemos la oportunidad de ofrecer espectáculos en directo, como la gira de Maldita Nerea para nuestro circuito”, recuerda Marta Evole, directora de comunicación de Yelmo. “La acogida es muy buena, con índices de ocupación que rondan el 100 por ciento en la ópera, y un poco más bajo en todo lo demás”, añade.

Cinesa, por su parte, habla de 35.000 espectadores para sus contenidos alternativos al cine, lo que supone un uno por ciento aproximadamente del total de espectadores de la cadena al año, una cifra que desde Cinesa se valora como un éxito: “Lo importante es que llegamos a gente que quizá no iría al cine”, dice Elena Gerhold, del departamento de marketing.●



Associació d'Amics de l'Òpera de Sabadell

òperacatalunya
25 ANIVERSARI

Tosca

Giacomo Puccini

Saioa Hernández, Javier Agulló, Ismael Pons,
Juan Carlos Esteve, Xavier Aguilar, Jorge Tello, M^a. Arredondo

Dtor. d'escena: Carles Ortiz - Escenografía: Jordi Galobart

Cor Amics de l'Òpera de Sabadell - Orquestra Simfònica del Vallès
Dtor. musical: Daniel Gil de Tejada

Sabadell. Teatre M. La Faràndula
31 oct. i 2 nov. a les 21.00h i 4 nov. a les 18.00h

St. Cugat del Vallès. Teatre Auditori
9 novembre, a les 21.00h

Viladecans. Atrium
11 de novembre, a les 21.00h

Manresa. Teatre Kursaal
14 novembre, a les 21.00h

TEMPORADA 2012-2013

Tosca Puccini

Homenatge a la Sarsuela III

Nabucco Verdi

La Traviata Verdi

Producció i organització:
Associació d'Amics de l'Òpera de Sabadell
Presidenta i dtora. artística: Mirna Lacambra

Patrocinen:

Generalitat de Catalunya Departament de Cultura

Ajuntament de Sabadell

Fundació BancSabadell

LA VANGUARDIA