

Nota de prensa
17|07|2018

**BALANCE DE LA 67 EDICIÓN DEL FESTIVAL DE GRANADA;
PRIMERA PROPUESTA DE PABLO HERAS CASADO TRAS CASI UN AÑO EN LA GESTIÓN**

- **Más de 45.000 personas han disfrutado de las actividades del Festival.**
- **A punto de cumplirse el año desde que el granadino asumiera la gestión de la institución y la creación íntegra de la programación de ésta, su primera edición al frente del Festival, se hace balance del resultado de sus primeras propuestas.**

Con una ocupación del 92,7% del aforo, la 67 edición del Festival Internacional de Música y Danza de Granada se ha celebrado con éxito y notable valoración artística, así como con una gran y positiva respuesta del público. Una edición ésta de trascendencia internacional, articulada en su epicentro por la figura y obra de Claude Debussy y su relación con Granada y España en el centenario de su muerte. Todo ello guiado desde la dirección, por primera vez, de Pablo Heras-Casado.

Datos de ocupación y asistencia de la 67 edición

Conciertos, recitales, danza y espectáculos en la programación del Festival:

Del total del aforo en esta sección (22.902 localidades) se han ocupado 21.247, lo que supone un 92,7% del total repartido en 24 espectáculos, de los que 13 alcanzaron el 100% de ocupación, 5 por encima del 85% y el resto estuvieron cercanos al 70%. El público asistente a los 3 conciertos matinales del Festival ha rondado el millar de espectadores, por lo que los datos totales de público a los conciertos y espectáculos en la programación ascienden hasta las 22.247 personas.

La recaudación por taquilla ha sido de 757.871 euros y se han celebrado un total de 102 actividades, secundadas por más de 45.000 personas a lo largo de los 17 días de duración del Festival, entre el 22 de junio y 8 de julio de 2018.

FEX:

En la decimoquinta edición del Festival de Extensión se han celebrado 65 actividades a las que han asistido más de 22.700 espectadores en actuaciones de danza, conciertos, espectáculos familiares y de calle, conciertos solidarios. Su arte y mensaje ha llegado además a 10 municipios de la provincia. Gracias al acuerdo de colaboración alcanzado con el Teatro Real a finales de 2017, el FEX ha podido ser el primer beneficiario de las sinergias entre ambas instituciones de referencia a través de varias proyecciones de títulos de ópera.

Cursos Manuel de Falla:

La 49 edición de los Cursos Manuel de Falla ha convocado a 122 alumnos y participantes, repartidos en 4 Clases Magistrales que han alcanzado el 100% de la convocatoria (dirección coral, piano, danza flamenca y danza clásica), 2 Talleres (Fotografía y Escena inclusiva) y 1 Curso de interpretación de música antigua.

Exposiciones y otras actividades:

Además de las muchísimas visitas que ha recibido la *Exposición de Fotografía, música, danza y ciudad*, del Taller de Fotografía, se han celebrado 5 Encuentros con artistas que han sido seguidos por 130 personas además de por cientos de seguidores en directo a través de las redes sociales.

Difusión Internacional de gran alcance

“Abrir el Festival al mundo”, uno de los objetivos de Heras-Casado, se ha hecho realidad. Meses de extenso trabajo han resultado en el interés y firme presencia de medios internacionales de referencia como France Télévision, Le Monde, Télérama, Concert Classic, Classica o France Musique (Francia), Die Welt y Frankfurter Allgemeine Zeitung (de Alemania), haciéndose eco por primera vez del Festival de Granada gracias a la presencia de sus corresponsales y críticos en los espacios escénicos y patrimoniales del entorno de la Alhambra y de la ciudad.

Descubrimiento y sensación de la televisión internacional

El impacto no puede ser más contundente: los 2 primeros conciertos sinfónicos del Festival con la orquesta *Les Siècles* fueron difundidos por televisión a una audiencia, solo en España y Francia, de más de 100 millones de personas. Además de haber sido transmitidos por las ondas sonoras de RNE-Radio Clásica y la Unión Europea de Radiodifusión (UER), serán emitidos en diferido por los canales de televisión franceses Mezzo TV*, France 2 y France Musique. Estos y otros conciertos también han tenido ya difusión a través de las plataformas digitales como Takt 1 (para Alemania, Austria, Reino Unido, Suiza y USA), Tencent (China) y para todo el mundo a través de CultureBox (plataforma web de France Télévisions, en la que han obtenido una destacada audiencia), YouTube y Dailymotion. Asimismo, el recital que ofreció el pianista Pierre-Laurent Aimard en el Patio de los Arrayanes el 26 de junio, será transmitido en diferido por Mezzo y Culturebox, así como un documento único y excepcional como fue la grabación de la *Puerta del vino* de Debussy en el lugar homónimo de la Alhambra que inspiró, a través de una postal que recibiera de Falla, la composición de unas de las páginas para piano circunscritas para siempre a Granada.

Sólo la cadena de TV Mezzo se emite en 60 países, a través de sus tres cadenas (Mezzo, Mezzo Live HD y Mezzo Live HD World) y llega a una audiencia de 55 millones de personas.

Prensa internacional acreditada

Gracias a la colaboración del Institut Français de España y la Alianza Francesa Granada se ha desplazado al Festival una destacada representación de periodistas y críticos franceses de France Télévisions, Le Monde, Télérama, Concert Classic, Classica y France Musique. Die Welt y Frankfurter Allgemeine Zeitung (Alemania) también han estado presentes en el Festival junto a otros diarios internacionales como Mundoclásico.com y Bachtrack.

Repercusión en medios de comunicación

El impacto mediático, solo durante los días de celebración del Festival, arroja cifras y datos muy positivos y trascendentales con total de 760 noticias (en el ámbito internacional, 27 en Francia y 5 en Alemania) repartidas de la siguiente forma: 683 reportajes, notas previas, entrevistas y críticas en ediciones digitales y prensa, y 77 piezas informativas en radio y televisión, cuya valoración económica equivaldría a una campaña de publicidad de más de 4'5 millones de euros. Estas noticias han sido difundidas entre una audiencia de más de 165 millones de personas, según se desprende del estudio de la Plataforma KM de servicios de investigación de marketing y comunicación.

Cobertura nacional

Los medios nacionales escritos representados en esta edición han sido El País, La Vanguardia, ABC, El Mundo, y La Razón; como medios especializados, las revistas musicales Scherzo, Ritmo y Opera Actual, y digitales como Beckmesser, Platea Magazine y Codalario.

Desde la radio, Radio Clásica (RNE) ha grabado 6 conciertos emitidos en directo a numerosos países incluidos en la Unión Europea de Radiodifusión como Alemania, Francia, Holanda, Italia, Letonia, Polonia, República Checa, Islandia, Suiza o Dinamarca.

Por su parte, la televisión nacional también ha contribuido a la difusión del Festival; es el Canal Sur Radio y Televisión (ATV) que emitió en directo el concierto inaugural, además de hacer un seguimiento prácticamente diario del Festival; TVE ha emitido cuatro noticias en los informativos regionales.

Por su parte, los medios locales han realizado una importante labor de difusión del Festival, dedicándole portadas, entrevistas, noticias y reportajes a diario en los periódicos Ideal y Granada Hoy. Igualmente, en las emisoras de radio y televisiones locales (SER, COPE, Onda Cero, RNE, Canal Sur y TG7); agencias de noticias Efe y Europa Press, y los medios digitales (Granada Digital, El Independiente de Granada, AhoraGranada y Granadaesnoticias). La presencia en las redes sociales (Facebook, Instagram y Twitter) continúa al alza en noticias y número de seguidores.

Haciendo memoria de un año de “pequeños grandes pasos”

La propuesta artística que el pasado día 8 echaba el telón, ha sido precedida por una serie de acciones y procesos, avances para el Festival en definitiva, que se han ido sucediendo desde que Heras Casado comenzara a guiar el rumbo de la institución, con el objetivo de posicionar esta cita en el lugar que le corresponde.

Presentaciones internacionales (NYC y París)

A pocas semanas tras la llegada de Heras Casado al Festival, la agenda internacional arrancaba la presentación del Festival de Granada en el corazón cultural de Estados Unidos; New York. Una primera cita en el extranjero y en exclusiva para nuestro Festival, que sería compartida por otra presentación, esta vez en febrero con la programación completa de la 67 edición, en el epicentro musical de la “pequeña Granada” como decía Falla; París. Dos citas que han dado lugar a enriquecer exponencialmente las colaboraciones con el Festival y a difundir de manera decisiva y potente la imagen del Festival en el exterior; los resultados no acaban más que comenzar a dar sus frutos, como es el caso de la creación de la estructura legal para la primera Asociación de “American Friends” del Festival de Granada, para la que el Festival ya contó en su día con el apoyo de figuras de reconocido prestigio internacional como Pau Gasol o Carolina Herrera, entre otros.

Presentación de la programación en Madrid y en Granada

Si la unanimidad institucional no siempre es noticia, el Festival puede hacer gala de haber hecho confluír a todas las Administraciones del Consejo Rector para la que fue una presentación doble de la programación de la 67 edición, varios meses antes de lo que se acostumbra; en este caso en Madrid y Granada, en el mismo día. La gran mayoría de la prensa nacional, así como la prensa especializada, puso el foco con gran interés sobre la nueva apuesta y su potente programación artística de complejo y riquísimo engranaje.

Círculo de Mecenazgo

Este espacio de apoyo empresarial es uno de los motores fundamentales del Festival, de ahí que se haya mimado cada encuentro entre sus miembros. Han sido varias las citas en donde se han podido compartir de primera mano cada uno de los pasos de la gestión de los últimos meses, así como asistir a la ampliación de la “familia” del Festival, con nuevas incorporaciones como la de Rosellimac. Los Amigos del Festival también se han sumado a alguno de estos encuentros, así como a distintos ensayos abiertos y otras actividades.

Una nueva sede para el Festival

Gracias a la colaboración institucional, en breve se podrá anunciar la nueva sede propia del Festival. Ésta presentará una ampliación en el servicio de sus instalaciones para mayor cercanía y utilidad al público y a sus visitantes.

Nueva imagen y nueva web, impulso en redes sociales

Una de las apuestas más visuales y de recorrido de esta etapa ha sido la puesta en valor de una nueva imagen, que desarrolla su forma a través de una web adaptada a los nuevos leguajes técnicos y de comunicación y en constante ampliación y desarrollo. Igualmente importante ha sido la ampliación en la conexión con el público y seguidores del Festival a través de las redes sociales, cuyos usuarios han seguido en aumento en los últimos meses.

Agradecimientos

El director del Festival, Pablo Heras-Casado, satisfecho por el buen ritmo y resultado de la que ha sido su primera edición, ha expresado su agradecimiento por el compromiso y firme apoyo a las instituciones que sostienen el Festival a través de su Consejo Rector: Ministerio de Cultura y Deporte, Junta de Andalucía, Ayuntamiento, Diputación, Universidad de Granada y Patronato de la Alhambra y Generalife. Asimismo, agradece la confianza, dedicación y cariño a los patrocinadores integrados en el Círculo de Mecenazgo del Festival, empresas colaboradoras, medios de comunicación, Amigos del Festival, alumnos en prácticas de distintas universidades españolas, equipos del Festival (presentes y antiguos compañeros y directores) su esfuerzo para conseguir la mejor celebración de esta gran Fiesta de la Música y la Danza.