

jueves, 10 de agosto de 2017

El Festival de Danza de Itálica gana 1.350 espectadores en 2017, con una recaudación próxima a los 50 mil euros e índices de ocupación por encima de la media de aforo en los dos espacios escénicos

Con estos resultados, Villalobos vuelve a reclamar que 'otras administraciones públicas se sumen a la Diputación y que las entidades privadas se embarquen en el patrocinio'



El Festival Internacional de Danza de Itálica, que organiza la Diputación de Sevilla, institución que lo financia con 500 mil euros, la misma inversión que en 2015, ha contabilizado en su pasada edición 2017, celebrada entre el 30 de junio y el 15 de julio, un total de 5.500 espectadores en los dos espacios escénicos del Festival, durante sus 15 días de duración, y un total de 21 actuaciones, 3 menos que en la edición anterior. Itálica confirma así su tendencia al alza en la captación del interés del público, al ganar 1.350 espectadores más este año.

Son datos avanzados por el presidente de la Diputación, Fernando Rodríguez Villalobos, quien ha destacado también otros dos ítems: el índice de ocupación de público, cifrado en torno al 70% en el Teatro Romano y en el 85% en el Monasterio de San Isidoro del Campo, y los ingresos por venta de entradas, con una recaudación muy próxima a los 50 mil euros, con el cartel de 'entradas agotadas' en 9 espectáculos, los de las compañías de Patricia Guerrero, Excéntrica Producciones/Isabel Vázquez y en las 6 representaciones de Raquel Madrid y Javier Vila. En el resto de los espectáculos, la asistencia del público se ha situado por encima de la media de aforos en todas las representaciones.

Con estos resultados, Villalobos vuelve a reclamar que 'otras administraciones públicas se sumen a la Diputación y que las entidades privadas se embarquen en el patrocinio'. 'Éste es nuestro reto', explica. 'Que el público haga suyo el Festival ya no sólo con su asistencia a las representaciones, porque esto ya es una realidad, sino reclamando a otras administraciones públicas que se sumen a la Diputación en mejorar su presupuesto y su diseño, y a las entidades privadas que se embarquen, desde el patrocinio, en engrandecer y maximizar un evento cultural tan ilusionante. Y no se trata de que nadie se tire a una piscina sin agua. En Itálica 2017, los números cantan', concluye.

'Hemos querido que Itálica sea en 2017 un festival de contrastes en equilibrio. Y a partir de ahora, la aspiración es consolidar el Festival de Danza de Itálica como un importante reclamo cultural de marca, incluyéndolo en los circuitos de turismo cultural, de manera que sea un dinamizador del tejido económico de su entorno', continúa el presidente.

Villalobos se confiesa 'muy satisfecho de la dedicación de la diputada de Cultura, al frente del equipo artístico y técnico. Y, sobre todo, del apoyo que las sevillanas y los sevillanos han prestado a la programación de Itálica 2017, en la que 4 espectáculos son producción propia del Festival (los de las compañías de Gsús Villaú, Raquel Madrid y Javier Vila, Laguarda Obscénica y Excéntrica/Isabel Vázquez) y 6 estrenos absolutos: Golden Days, Ce que le jour doit a la nuit, Ethnicity, Tratado de sueños de andar por casa, Offlimits y La maldición de los hombres Malboro.

Recalca también el mandatario el positivo reflejo que ha tenido el Festival de Itálica 2017 en los nuevos medios de comunicación 2.0. Con 13.600 visitas a la web del Festival y un aumento en la estancia media del lector, que se fija en 3:46 minutos. Con más de 3.500 fans en Facebook, casi el 10% más que en 2015, y un alcance que ha rozado los 200 mil impactos, incrementados en un 27% en esta edición. Con un aumento de followers en Twitter del 26% y un número de seguidores que empieza casi a doblar al de los seguidos. Con más de 71.600 visualizaciones en Youtube, casi doblando resultados anteriores y su incorporación en Instagram, para que Itálica entronque con los más jóvenes.

'En definitiva', resume Villalobos, 'una Itálica 2017 que afianza otras modalidades de danza, las urbanas, hasta ahora sin presencia y que nos acercan a un público adolescente. Que sigue 'haciendo cantera', con nuestra participación en el MINIPENCCA y la invitación a 11 municipios de la provincia, con una media de 50 personas. Y que apoya a la profesión, financiando a creadores locales y producciones más vanguardistas'.