

# TEATRO ARRIAGA.

bilbao

**TEATRO ARRIAGA, Bilbao**  
Director de Programación y Operaciones, Andoni Olivares  
[www.teatroarriaga.com](http://www.teatroarriaga.com)

## ■ Amigos muy amigos

Ser amigo de un teatro tan señorial como el Arriaga y poder elegir una butaca entre las 1.200 de su coqueto y barroco patio, es un lujo al alcance de cualquier espectador. Así lo explica su director de programación y operaciones Andoni Olivares: *Hace 20 años que funciona el programa de Amigos del teatro (grupos) con un total aproximado de 2.700 afiliados. Desde hace tres temporadas lo hemos reforzado también con Amigos individuales. La diferencia es que para la primera modalidad, se necesita formar una cuadrilla de al menos seis personas: compañeros de trabajo, amigos, vecinos e incluso cooperativas y bancos. Los grupos a veces llegan a 200 personas, cuantos más sean, más descuento obtendrán. Éste puede ascender al 35 % por obra y la media de espectáculos que compran los amigos suele ser 7 por temporada (de septiembre a junio), que eligen 'a la carta'. Para ello es crucial, tanto para la cuadrilla como para el teatro, la figura del 'enlace', la persona que recibe toda la programación en su domicilio y voluntariamente recopila los intereses del grupo, realizando luego la compra. Para la gente que no quiere vincularse a un grupo, la fórmula del 'Amigo individual' va muy bien, porque pagan 20 euros por carné que se les devuelven en el momento que compran siete espectáculos de la temporada, además de obtener un 25 % de descuento en cada uno de ellos y la información puntualmente en su domicilio. Son menos los que se acogen a ella, andamos entre los 500 y 600 socios. En cualquiera de los casos, las ventajas para el público y el teatro son considerables. El Arriaga cumple su objetivo de fidelizar espectadores pero sobre todo logra una preventa de unas 30.000 entradas, toda una garantía, además de un buen indicador de cómo irá la temporada. Por otro lado, los amigos tienen el privilegio de comprar las entradas 15 días antes de que se saquen a la venta general, y así elegir butaca antes de que vuelen las mejores. También reciben la programación mucho antes que el público general, de forma exclusiva.*



## Colaboraciones

A la pregunta de cómo han logrado tantos 'amigos', Andoni Olivares responde que no han llevado a cabo ninguna estrategia especial más allá de la comunicación general del programa a través de su revista y de la base de datos que han ido creando durante sus dos décadas de vida. Pero en esta labor son de gran ayuda las colaboraciones que tiene el Arriaga con otras entidades como el Museo Guggenheim o el Museo de Bellas Artes. *Con el primero, hacemos cruces de descuentos de modo que el museo escoge de nuestra temporada dos o tres espectáculos que vayan más en su línea, en los que ofrece una rebaja a sus amigos. Y viceversa, nuestros socios obtienen descuentos en el museo. ¿Qué consiguen con esto? Un envío masivo de publicidad del teatro a unos 15.000 hogares, teniendo en cuenta que el Guggenheim es uno de los museos de España con más amigos. También con la Sinfónica de Bilbao coordinan interesantes ofertas como la del bono-regalo de Navidad, que sacan a la venta después del puente de la Inmaculada y que incluye tres espectáculos del Arriaga (una ópera, una zarzuela y una obra de teatro que nosotros elegimos) y tres conciertos de la temporada sinfónica; todo por 50 euros, el más barato. El año pasado fue la primera vez que lo hicimos y vendimos 113 y este año creemos que serán más. Todas estas ventajas, sumadas al apoyo mediático de El Correo, Deia o Radio Bilbao (Cadena Ser), entre otros, además de patrocinadores como BBK o IBERIA, se traduce a final de temporada en una media de 190.000 espectadores. No hay que olvidar tampoco la oferta de 'último minuto' con entradas al 50 % destinada a jubilados, menores de 30, desempleados y profesionales de las artes escénicas, si las compran en taquilla una hora antes de que comience la función.*



E. Moreno Esquibel

## Comunicar con gran antelación y un trato impecable

Nada de esto sería posible sin una buena comunicación. El teatro Arriaga cuenta con un Departamento de Información que de algún modo cumple muchas de las funciones que tendría un departamento de gestión de públicos: *se dedican a la búsqueda continua de canales de comunicación, a elaborar todos los programas informativos, enviar cartas a centros escolares, atender a los amigos del teatro, y a cualquier persona que pregunte por el programa.* Esta compuesto por dos personas, además de una responsable de comunicación, en contacto con todos los medios. *El papel del personal de taquillas es también muy importante en la gestión de los abonos y la atención a los ‘amigos’.* Por otro lado, algo en lo que ponen especial empeño es en *sacar con mucha antelación los programas y carteles del teatro, además en versión bilingüe.* Todo esto lleva un trabajo que el público te agradece, observa Andoni, para quien es igual de importante cuidar los espectáculos que suben al escenario como al espectador. *Hay que tener en cuenta que para muchos, acercarse al teatro es una experiencia especial, por eso hay que cuidar cada detalle las dos horas que pasen en él: la puntualidad en el comienzo de la obra, la comodidad (disponen de guardarropa, adaptadores de sillas para niños...), la calefacción, la atención del personal, etc.* Aunque parezcan cosas obvias, el trato hace que la persona repita, y ése es el principal objetivo, *que los que suelen venir una vez al año, vengan dos, independientemente de si el espectáculo les ha gustado o no, eso es algo distinto.*



E. Moreno Esquivel

*Acercarse al teatro es una experiencia especial  
por eso hay que cuidar cada detalle*



## Aventura en el teatro

Con el fin de atraer público infantil de una manera diferente, hace casi dos años el Arriaga produjo con el director Lluís Pasqual un original proyecto llamado *Aventura en el teatro*, para mostrar a los niños cómo funcionaba por dentro. *Eran tres espectáculos en uno* –recuerda Andoni– *primero en la calle, donde se les recogía, luego en el hall, antes de meterlos en el escenario, cerrado por el telón cortafuegos, que de pronto se abría a la sala donde, en vez de butacas, había una cama gigante con una niña que tenía sueños que luego se proyectaban en el telón. Fue un proyecto muy especial que funcionó muy bien, a pesar de ser técnicamente complejo.* A través de los canales de comunicación que ya tiene el teatro con colegios e ikastolas, se organizó entre semana en campaña escolar y los fines de semana, como espectáculo familiar. Pero, a pesar de que los niños (de 7 a 11 años) quedaron encantados, fue un proyecto puntual que no dio pie a intensificar las actividades para escolares, de las que no son del todo partidarios los gestores del Arriaga. *Creemos que es mejor que los niños vayan al teatro con los padres o hermanos como una actividad normalizada, dentro de las vivencias familiares.* Por eso vuelcan su energía en programar buenos espectáculos infantiles durante el año, así como otros que interesen a los jóvenes. Ahora mismo, el programa de *Óperas Txiki* es la actividad regular para niños que mejor funciona, gracias a la colaboración con la ABAO (Asociación Bilbaína de Amigos de la Ópera), *una máquina con 7.000 abonados con hijos y nietos* que, junto a público general, suman los 3.000 espectadores por ópera, teniendo en cuenta que son cinco al año y que cada una hace cuatro funciones, de las que sólo una se programa los lunes para escolares.

## Nuestro espectador habitual: mujer de 30 a 40 años

*Año a año crecemos. Se da la paradoja de que, a pesar de vivir en la era de la tecnología, la gente ha vuelto al directo,* afirma el programador del teatro. Razón de más para que el Arriaga se haya lanzado este año con más producciones propias que nunca bajo la batuta de su nuevo director artístico, Emilio Sagi; entre ellas *Emma*, dirigida por Ramón Barea, o la danza contemporánea de los coreógrafos vascos Damián Muñoz y Virginia García.

Pero el aumento de las cifras no es el único baremo a tener en cuenta. *El último estudio de público, que realizamos hace seis meses, confirma que nuestro espectador más habitual es el típico: mujer de 30 a 40 años.* Es evidente la necesidad de buscar otros públicos, como los más jóvenes. Para ello el equipo del Arriaga se está planteando la posibilidad de sacar una sala II para acoger obras de pequeño formato que, como Andoni lamenta, *de otro modo se pierden en un escenario tan grande y quizá atraerían a ese público al que no llegamos, aunque tampoco podemos decir esto claramente. Creemos que el público joven también viene a ciertos espectáculos que programamos. Además, no hemos de ignorar que aquí en Bilbao la oferta escénica también cuenta con otros espacios y el público se reparte.* Mientras se materializa este ‘sueño’, utilizan su elegante foyer (el salón del ambigú) como espacio alternativo, donde esta temporada han recuperado una antigua tradición del teatro que, con el nombre de *Cuartitos del Arriaga*, acoge los domingos conciertos de jazz, recitales o meriendas musicales.

*En la era  
de la tecnología  
la gente ha vuelto  
al directo*