

Pais: **Chile**
Fecha: **2013-09-08**
Medio: **El Mercurio**

Sección: **Espectáculos**
Página(s): **C23**

Venta de entradas: la música le da una goleada al fútbol

Según cifras de la industria de conciertos, la asistencia a recitales en el país durante 2012 superó en un millón de espectadores a la del campeonato nacional en Santiago. Para este año, la tendencia viaja en el mismo sentido.

JOSÉ VÁSQUEZ

Hoy la industria de la entretención pasa por uno de sus momentos más luminosos, con una oferta de espectáculos que van desde Alicia Keys a Stevie Wonder en recintos de mediana convocatoria. O de Iron Maiden a Black Sabbath, en otros de alta demanda, como los estadios. Nombres que concitan arrastre popular -como los números de rock duro- con otros -como los debuts en el país de los dueños de "A woman's worth" y "Superstition"- que se anotan como imprescindibles para cualquier fanático de la música, aunque no provocan la locura por conseguir una entrada, como sí sucede en casos como los de Violetta o One Direction, fenómenos que agotaron sus funciones con meses de antelación.

Todos ellos conviven dentro de una agenda abultada en shows y que anticipan que, de aquí a fin de año, siguiendo con el lenguaje del fútbol, habrá más de "un partido de la fecha" al que poner atención. De hecho, solo esta semana se presentarán en la capital Maceo Parker, The Offspring, Bruce Springsteen y Bon Jovi. Y seguirán Alice in Chains, Jane's Addiction, Justin Bieber, Blur, Sarah Brightman y otros más que aún negocian su aterrizaje en el país.

Aunque Jorge Ramírez, gerente de la Agepec (Asociación gremial de empresas productoras de entretenimiento y cultura), advierte que "los estudios dicen que la industria de la música en cuanto a espectadores ha tocado un techo, y que la oferta supera claramente a la demanda", también tiene claro el voluminoso presente de la industria de la entretención.

En la Agepec trabajan en el primer anuario del mercado que aglutina a sus miembros y, según sus cifras, "los espectáculos musicales convocaron el año pasado a 1.897.500 espectadores, mientras que los torneos de Apertura y Clausura del fútbol chileno a 895.776", cuenta el productor de eventos, detallando que estos números no contemplaban los partidos de la selección nacional ni encuentros de equipos chilenos en competiciones internacionales.

La industria del fútbol y la de la música tienen un punto en común en la popularidad de los espectáculos que ofrecen. Pero hoy el público del balompié en Chile está más acostumbrado a ver los encuentros por televisión y ha dejado de ir a los estadios. A eso se agrega que, en lo estrictamente deportivo, los equipos con mayor convocatoria no atraviesan su mejor momento. Colo Colo, la institución con más seguidores en el país, está en crisis, y el último campeón del torneo nacional, Unión Española, convocó como local durante toda la competencia pasada menos gente (45 mil personas) que el concierto realizado por The Cure, que en abril pasado llevó 50 mil espectadores.

Proyección 2013

Según cifras de Estadio Seguro, del Ministerio del Interior, al campeonato nacional de apertura 2013 asistieron en Santiago, donde juegan como local los equipos con mayor convocatoria del país, apenas 403.895 personas. Frente a eso, la productora Lotus, en una semana, con Lollapalooza, sus side shows y el concierto de The Killers, tuvo una asistencia de 160 mil personas, y DG Medios, con los conciertos de The Cure, Alejandro Sanz (dos) y André Rieu

(cuatro) congregó a más de 185 mil personas.

Así, considerando Lollapalooza como un encuentro único y sumando los eventos ya mencionados de DG Medios, lo que en total suma 9 espectáculos, la música se acerca a las cifras que consiguió el fútbol en los 52 partidos del Campeonato de Apertura jugados en el primer semestre en Santiago.

Las proyecciones indican que esta diferencia debería aumentar con la realización de los conciertos de estadios como serán los de Iron Maiden, Black Sabbath, Justin Bieber, Andrea Bocelli y Ennio Morricone. Además de los festivales Frontera, Creamfields y Mysteryland.

"Creo que la clave de estas cifras tiene que ver con la familia. En eventos como Lollapalooza se vive una experiencia que se puede calificar de muy armoniosa; la gente se siente segura ahí. No es así en los partidos, donde el público queda expuesto, por ejemplo, a los desórdenes que puedan provocar las barras", dice Maximiliano del Río, director de Lotus, que para la edición 2014 de Lollapalooza en Chile ya ha vendido cerca de 70 mil entradas y aún no da a conocer a ninguno de los artistas que estarán en escena.

Para Ramírez, la diferencia en la cantidad de asistentes entre el fútbol y la música en vivo es notoria. El productor coincide en que el aspecto de la seguridad en los partidos aleja al público de los estadios y agrega otro factor: "El show de un artista es único y la oportunidad de presenciar su arte no se repite semanalmente, ya que no está siempre disponible".

La mayoría de los productores de conciertos proyecta cerrar el año con exitosas cifras. "Algunos venderán más, otros menos, pero la tendencia va al alza", dice Carlos Geniso, director de DG Medios, quien saca cuentas alegres: los conciertos que tiene en agenda en el Estadio Nacional, como los de Iron Maiden y Justin Bieber, ya han vendido cerca de 50 mil entradas cada uno.

El versus en el precio de una entrada

Comparativamente, los precios no se distancian demasiado. Mientras que los valores para ver a un equipo como Colo Colo oscilan entre \$6.000 y \$40.000, un concierto promedio, como Alice in Chains, hoy cuesta entre \$16.500 y \$71.500. Los precios top están con la selección nacional y los megaeventos. Para un partido de la Roja, una entrada va desde los \$11.000 a los \$154.000. En un concierto de The Cure, la entrada más barata costó \$23.000 y la más cara, \$149.500.