

Miércoles, 7 de mayo 2014

LAVANGUARDIA.com | Edición impresa

Anterior

Siguiente

CULTURA | ESCENARIOS

El Aquitania experimenta el cobro al espectador por número de risas

Paga por lo que ríes

EDICIÓN IMPRESA CULTURA | 11/04/2014 - 00:00h

JUSTO BARRANCO
Barcelona

Pagar por reír. Por cada risa. Ni más, ni menos. Si no ríes, el precio de la obra es de cero euros. Si ríes, pagas a 0,30 por risa, con un límite para que, si alguien se divierte mucho, no se arruine. Un teatro barcelonés y el think tank creativo de una agencia de publicidad internacional se unieron anoche para celebrar una sesión de teatro única y sorprendente: 60 miembros del público que ayer acudió al teatro Aquitania a ver una enloquecida sesión de la compañía Planeta Impro tuvieron frente a ellos unas tabletas cuya cámara, dotada de un programa para el reconocimiento de la expresión facial de la risa, contaba cada una de las carcajadas que les producía el show.

Al final, la media fue de 48,56 risas por espectador, lo que hubiera dado, sin límite de precio -que ayer era de ocho euros-, unos 15 euros per cápita. Pero eso era sólo la media. Hubo gente que al final de la hora de muy poco políticamente correctas improvisaciones -incluidas referencias a Carrie y Gremlins- había reído sólo cuatro veces -o la tableta no había reconocido más en las líneas de sus ojos, cejas, nariz y labios-, por lo que pagaron un euro, mientras que otras acumularon 147 risotadas, lo que en otras condiciones les habría supuesto ¡44 euros! por la obra.

La sesión por ahora es única pero el experimento no se queda ahí. La idea partió de Cyranos McCann, un hub creativo para clientes internacionales de la agencia de publicidad McCann Erikson que explora vías alternativas para la comunicación de marcas. En un momento en que el teatro pasa por un momento difícil por la subida del IVA y también busca nuevas fórmulas, pensaron en ayudarles a encontrarlas con este seguro que representa para el espectador no pagar si no ríe y que han llamado Payperlaugh (paga por risa). La productora barcelonesa Canadá grabó lo que sucedió anoche y editará un vídeo de tres minutos que la agencia, cuenta Jesús Vergés, presentará a los Leones de Oro del Festival Internacional de Publicidad de Cannes en el apartado de tecnología aplicada a la comunicación.

Y, además, el responsable del Aquitania, Josep Salvatella, quiere que el experimento se repita y un profesor de la UAB, Pedro Rey, que trabaja en sistemas de incentivos, quiere seguir la línea. Un campo amplio que supone investigar emociones y más: ¿Deja la gente de reír por pagar menos? La próxima sesión podría ser de Paypercry, pagar por lo que se lllore.

Anterior

Siguiente

[Normas de participación](#)

0 Comentarios

user_1325329313 ▾

2 conectados

			Seguir	Compartir en	Dejar un comentario
--	--	--	--------	--------------	---------------------

Recientes | Antiguos

Powered by Livefyre