

SOBRE OFERTES I DEMANDES

Jaume Melendres

La 1a. Conferència de Creadors de l'Espectacle en viu va posar de manifest greus mancances de planificació del teatre català. La ponència que segueix evidencia el desgavell que presideix els criteris de programació en relació amb els preus.



L'any 1975, vaig demanar a Pau Garsaball que m'obris les carpetes on guardava aquells famosos *xivatos* que cada nit confeccionaven per telèfon els empresaris barcelonins. Tot i que Garsaball era un empresari excepcional (entre altres coses, perquè apostava a favor d'un teatre que no corresponia als seus gustos), no va ser fàcil convèncer-lo. Trobava sospitosos que un tipus com jo, en la flor de l'edat, estigués disposat a consagrar tres o quatre tardes de primavera a sumar 20.000 xifres només pel gust de confirmar numèricament allò que tothom ja sabia: que el teatre estava en crisi permanent, que hi havia mesos dolents i mesos pitjors, que el públic era capriciós i imprevisible, i que a l'estiu calia programar comèdies tan lleugeres d'argument com de vestuari. A la seva incomprensió, jo hi oposava la meua. Ell no entenia que jo -un autor- estigués interessat pels taquillatges dels altres i jo no podia entendre com era possible que fins aleshores ningú no s'hagués pres la molèstia d'esbrinar els secrets d'aquelles xifres. Al final, Garsaball va cedir i em va deixar les claus del seu despatx.

Aquella tarda de l'any 1975 vaig saber quina mena d'agradable voluptuositat devien sentir Adam i Eva el dia que van tastar la poma prohibida. Obrir aquelles carpetes va ser, per dir-ho sense eufemismes, tan excitant com espïar secrets d'alcova, com explorar una selva verge. Jo era el primer no-empresari que entrava a les caixes (mai més ben dit) dels escenaris.

El resultat de la meua intromissió va ser un article, publicat al diari *Tele/Expres*, on explicava, per exemple, que la xifra d'afers del conjunt del teatre comercials barcelonins per a la temporada 1973-74 era de 155 milions de pessetes, i que aquesta quantitat equivalia al 40% de la xifra d'afers de l'empresa Xupa-Xups, que aleshores girava per valor d'uns 400 milions. Explicava que cada ciutadà gastava en teatre, mensualment, l'equivalent a un bitllet d'autobús de l'època, és a dir 6 pessetes; és a dir, 21 cèntims diaris o 72 pessetes anuals. I, finalment, arribava a la conclusió que els clients del mercat teatral "de vers" (sense comptar els de music-hall) devien oscil·lar entre els

100.000 i els 125.000 -com a molt-, un 6% del cens barceloní i que les seves apetències teatrals seguien unes lleis tèrmiques molt rígides: s'accentuaven a l'hivern (novembre, desembre, gener i febrer concentraven el 53% de la demanda anual) i s'evaporaven a l'estiu: juny, juliol, agost i setembre només representaven el 17%. No sabíem gran cosa, però sabíem una mica més. Podíem dibuixar amb més precisió, i més enllà d'aquesta inflexible intuïció que tots creiem tenir, els límits del territori.

L'article va provocar una certa commoció domèstica perquè encara que -en efecte- només confirmés sospites, les posava en evidència xifrada, que són les més dures d'empassar. Algunes persones em van retreure que ventilés en públic afers privats i, altres, que comparés una cosa tan noble i elevada com l'art dramàtic amb una empresa de caramels que, a més a més, es deia un nom tan ridícul com Xupa Xups. Però al cap d'una setmana, ningú no es recordava de res: la vida escènica va seguir el seu curs i els empresaris teatrals van mantenir-se fidels a les seves certeses de sempre.

De fet, aquell article només va servir de futur punt de referència modestíssim, però únic tenint en compte que aleshores, i fins fa molt pocs anys, la Sociedad General de Autores de España, amb una irresponsabilitat imperdonable, destruïa sistemàticament (i per sempre) les liquidacions dels teatres que contenien la història econòmica del teatre català així que deixaven de tenir un interès comptable. Per desgràcia, avui només aquell petit estudi ens permet comprovar fins a quin punt, en disset anys, les coses han canviat.

Amb el propòsit de mostrar-ho, he confeït el gràfic 0, a on es representa per mesos el taquillatge de les temporades 73-74 i 90-91, en milions de pessetes dels anys respectius.

Les diferències entre les dues línies són espectaculars:

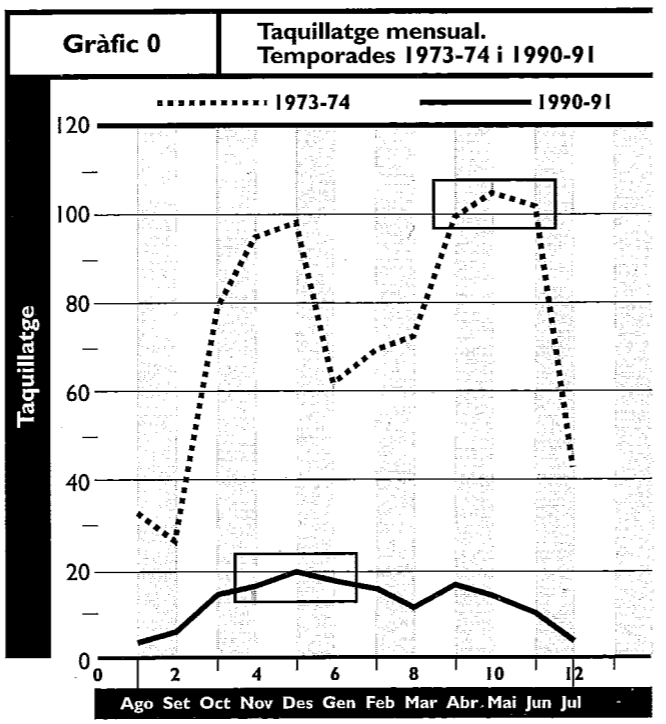
1. En primer lloc, podem observar que el volum del negoci teatral s'ha multiplicat per cinc al llarg d'aquests 17 anys. Això no significa, naturalment, que s'hagi multiplicat igualment el nombre d'espectadors, sinó només que els ingressos han augmentat en

aquesta proporció. Però com que, grosso modo, és un increment similar al de l'índex de preus general, podem afirmar que el nombre d'espectadors teatrals s'ha mantingut aproximadament als mateixos nivells, a diferència del que ha passat, per exemple, al cinema.

2. En segon lloc -i aquí és on hi ha veritable diferència- la distinta forma de les dues corbes (no la seva distinta alçada) revela que els hàbits d'assistència del públic al teatre s'han modificat profundament: la temporada 73-74 va arribar al seu zenit els mesos de novembre-desembre-gener i, en canvi, la temporada 90-91 ho fa els mesos abril-maig-juny, amb el màxim al maig. En altres termes, els vells criteris de "temporada alta" i "temporada baixa" ja no tenen cap validesa, encara que només sigui per la senzilla raó que ara els locals estan refrigerats amb sistemes més eficaços que aquelles actrius lleugeres de roba que, finalment, encara feien pujar més la temperatura del públic masculí.

El gràfic té un interès més filosòfic que econòmic: posa de manifest que el mercat teatral no és una realitat inamovible, que els hàbits de l'espectador han canviat perquè ha canviat la societat, han canviat les nostres economies, els nostres criteris estètics i les nostres morals. I també, en part, perquè nosaltres -els diversos professionals del tea-

ESCENA apunts



ESCENA apunts

tre- els hem fet canviar. Això vol dir que són modificables, que podem actuar al damunt d'aquests hàbits. I sovint ho oblidem.

.....

Ho oblidem perquè hi ha una cosa que encara no ha canviat prou: la prevenció de la professió teatral davant de les xifres o, més exactament, davant de les evidències que les xifres revelen. Avui posseïm una informació enormement més gran del mercat teatral (gràcies a la iniciativa de la revista *El Público*, malauradament clausurada pel ministre Solé Tura); avui tenim una detalladíssima ecografia del comportament dels empresaris, gestors i espectadors barcelonins des del 1986 fins al 1992; sabem quantes funcions s'han fet de cada espectacle, quants espectadors hi han assistit i quants diners han deixat a taquilla. Però, en canvi, tota aquesta informació és tan poc aprofitada com ho va ser l'any 1975.

Aquestes xifres -en efecte- han estat llegides, en el millor dels casos, com una curiositat cultural, gairebé etnogràfica. I, en el pitjor dels casos, han estat interpretades en termes de rànquing, donant lloc a allò que podríem anomenar la "síndrome" del coeficient d'ocupació, de la qual em sento responsable involuntari. Aquest percentatge elemental (places venudes sobre places posades en venda) el vaig introduir a les meves estadístiques manllevant-lo a l'argot de les companyies aèries, però -en fer-ho- no em podia imaginar que de seguida es convertiria en el criteri suprem de la bona gestió administrativa o dels encerts programadors i, finalment, en un aval per obtenir subvencions. No podia imaginar que alguns gestors de teatres, en comptes d'intentar ampliar la seva audiència o racionalitzar la seva gestió, decidirien que per augmentar el seu coeficient d'ocupació valia més treure butaques que no pas omplir-les.

Sigui com sigui, la nostra vida teatral ha canviat, i aparentment per bé: no hem perdut tants espectadors com el cinema, els mitjans de comunicació ens dediquen un espai relativament superior al que dediquen a la creació científica i literària, el consum teatral tendeix a repartir-se millor al llarg de l'any. Vistos des de

fora, segur que provoquem admiració. Si Micromégas, aquell extraterrestre del planeta Sirius que al segle XVIII, -gràcies a Voltaire-, va venir a la terra, visités la Barcelona teatral d'avui, quedaria fascinat. M'he permès la llibertat d'imaginar que ens diria alguna cosa com aquesta: "Ara més que mai comprenc que no s'ha de jutjar res per la seva magnitud aparent. ¿Qui podia pensar que, a Barcelona, una ciutat on només un 6 % dels habitants s'interessen pel teatre, s'hi hagin estrenat 180 espectacles teatrals en un any? Certament, senyors, cap altre lloc de l'univers no tracta amb tanta generositat els seus afeccionats al teatre: una obra nova cada dos dies, inclosos els dilluns i el mes d'agost, és veritablement sensacional."

Potser nosaltres ens sentiríem orgullosos de viure en una ciutat tan rica i culta, digui el que digui Espriu; però potser ens sentiríem una mica violents si a continuació Micromégas preguntés: "I realment hi va, la gent, a veure tots aquests espectacles?" Estossegaríem una mica per guanyar temps i acabariem confessant: "La veritat, senyor Micromégas, és que només 65 d'aquells 180 espectacles van aconseguir omplir la quarta part del teatre on es representaven; la veritat és que hi va haver 21 espectacles que no van ser vistos ni per 100 persones; que només un 20% dels espectacles arriben a la xifra de 5.000 espectadors; que només la meitat arriba als 1.000, i que es poden comptar amb els dits els que són vistos per més de 50.000 persones. O sigui, la meitat dels nostres esforços els dediquem al 0,0005 dels nostres conciutadans."

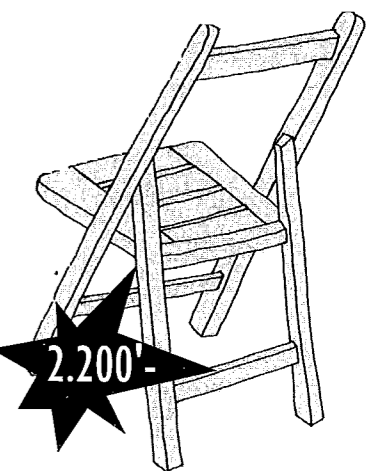
Aleshores, Micromégas, exercitant la seva lògica d'extraterrestre, diria: "¿Això significa que Déu, per raons inescrutables, ha donat la indústria teatral més generosa del planeta al públic més desagraït de l'univers?" "Sí -diríem nosaltres-, realment són uns desagraïts, és com donar roses als porcs." "Doncs aleshores -preguntaria Micromégas-, de què viuen vostès? D'on treuen els diners per fer els seus espectacles i, a més, menjar cada dia, comprar-se vestits i refer les teulades de les cases?" "Ah, senyor Micromégas -contestaríem-, això no té cap misteri: a Catalunya, el teatre és

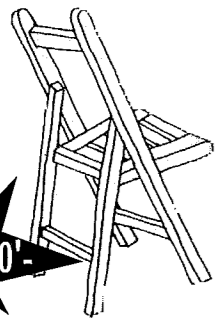
considerat com un servei públic. És una gran conquesta social." Micromégas reflexionaria durant uns instants i després potser preguntaria: "¿Servei públic significa que el plaer d'una minoria es paga amb els diners de tots?"

La pregunta -certament- és espinosa, i suposo que la majoria de nosaltres no sabríem explicar a Micromégas -que era filòsof- on són les fronteres entre teatre públic i teatre privat, tot i que aquestes fronteres són decisives a l'hora de parlar de producció i financiació. Ni tan sols li sabríem dir quina importància tenen, en termes quantitius, aquests dos sectors. Jo he intentat calcular-ho i no ho he aconseguit. El problema és que no sé on posar, per exemple el Teatre Lliure: si el considero privat, arribo a la conclusió que aquest sector acapara un 75% del públic barceloní, però si el considero públic el percentatge baixa fins al 70%. I com hem de classificar Els Joglars, una companyia privada que des de fa deu anys rep uns trenta milions de subvencions anuals?

Certament, aquesta pregunta ens deixaria en una situació poc elegant. Però encara quedariem pitjor si Micromégas, renunciant a la filosofia política, ens fes preguntes tan senzilles com, per exemple: "¿Quant val una entrada de teatre a Barcelona?, ¿quina influència té el preu de la butaca teatral sobre el nivell d'audiència?, ¿quins són els criteris que determinen la permanència de cada espectacle a la cartellera? Per estrany que sembli, tampoc per a aquestes preguntes tenim respostes sòlides. I com que això Micromégas sí que ho trobaria greu, la meua ponència intentarà aportar elements per si, algun dia, un estranger ens les fa. O, si més no, per si algun dia nosaltres mateixos ens les comencem a plantejar; perquè algun dia puguem començar a parlar seriosament de producció i finançament.

Passem a la primera qüestió, el preu del plaer teatral. Què val una entrada de teatre? 2.000 ptes? 1.500? 750? La veritat és que avui ningú no és capaç de dir-ho amb certesa, d'explicar quina lògica segueix la nostra política de preus. I això, en opinió meua, és greu perquè dels preus en depenen els ingressos per taquilla, i dels





ingressos per taquilla una cosa tan important com la major o menor supeditació del teatre al finançament públic, és a dir, la seva autonomia econòmica i artística. Aquesta ignorància —reconeguem-ho— no la trobem enlloc més, en cap altre sector. Amb petites variacions, sabem quant val un cotxe d'un cubicatge determinat; sabem quant costa un metre quadrat de pis a l'Eixample, una entrada de cinema. Però què val anar al teatre ho ignorem, fins i tot nosaltres mateixos que establim el preu de les entrades.

El Quadre 1 reflecteix el cost real de la localitat en cadascun dels teatres oberts a Barcelona durant la temporada 1991-1992. No es tracta del preu anunciat a taquilla, sinó del resultat de dividir mensualment el taquillatge pel nombre d'espectadors a cada teatre.

La conclusió que podem extreure d'aquest quadre és que, de fet, no existeix un preu teatral: n'existeixen molts. Si llegim la darrera columna (mitjana de anual de cada teatre), veurem que l'oscil·lació va de les 719 pessetes que va costar en promedi una butaca de La Cuina, fins a les 2.263 pessetes que va costar una entrada al teatre Victò-

ria, també en promedi anual. Aquesta ratio (3,1) arriba al 5 si comparem el preu de la butaca al Romea al juliol del 1992 (546 ptes.) i el preu d'una butaca al Teatre Grec, que va ser de 2.660 pessetes durant el mes d'agost del mateix any.

De què depèn aquesta espectacular oscil·lació? De la qualitat de l'espectacle? Del moment en què és representat l'espectacle? De l'estatut del local? Dels costos de producció i difusió? De les condicions materials del teatre?

Examinem, a partir del Quadre 1, aquests diversos factors que podrien determinar el preu de les butaques.

a) Depèn el preu de la qualitat de l'espectacle? Segur que no: ni el crític més refinat no pot afirmar que la "Medea" de Núria Espert, al Grec (que va costar una mitjana de 2.660 ptes. a cada espectador), tenia un "valor" artístic quatre vegades superior als "Premoderns" de La Cuina, un espectacle amb músiques de Montsalvatge, Falla i Weill que només va costar 661 ptes. I suposant que el preu de l'espectacle depengués d'un concepte tan eteri com el de "qualitat", per què aleshores, els preus del cinema no varien en

funció de la qualitat de la pel·lícula projectada? ¿Com és de anar a veure una pel·lícula de diplotocus val exactament el mateix que anar a veure, per exemple, una pel·lícula de Fellini?

b) ¿Depèn del moment en què l'espectacle és presentat? La darrera fila del Quadre 1 ens podria fer pensar que sí: els preus de la butaca varien mes a mes (amb un màxim a l'agost, que es deu sobretot al caràcter olímpic de la temporada 91-92). Però si l'època fos determinant, ho seria d'una manera aproximadament similar en tots els teatres. Les dades, en canvi, no ho confirmen: el teatre Condal costava al setembre un 29% més que al mes de gener, mentre que la localitat del Goya era, al gener, un 60% més cara que al mes de setembre.

c) ¿Depèn la variació dels preus de la titularitat pública o privada dels locals? Són més barates les butaques als teatres públics que als teatres privats? Fóra lògic pensar-ho, però tampoc no és així. Segons el Quadre 1, el local més car de Barcelona en tota la temporada 91-92 va ser (agost del 92) el Teatre Grec, de titularitat pública, i el més barat La Cuina (octubre del 91), que tam-

ESCENA apunts

ESCENA apunts

Teatre	Aforament dels locals i preu mitjà de la butaca (no inclòs el Festival Olímpic de les Arts)	
	Aforament	Preu mitjà
Beckett	60	1.000
Malic	70	1.000
Cuina	140	719
Teatreneu	290	1.145
Lliure	298	1.300
Adrià Gual	300	854
SAT	444	1.073
Villarroel	523	1.300
Romea	576	960
Mercat Flors	600	1.480
Poliorama	636	1.300
Condal	700	1.685
Goya	716	1.440
Victòria	1.125	2.263
Novetats	1.637	2.608
Tivoli	1.645	2.010

és de titularitat pública. Al mes d'octubre, en canvi, el més barat (627 ptes.) va ser la Sala Beckett (privat) i el més car el Condal (també privat), amb 1.714 ptes. la butaca. En altres paraules, l'estatut dels locals no ens diu res sobre els preus de les localitats: el Poliorama —enterament pagat amb diner col·lectiu— és, en mitjana anual (1.326 ptes.), un 16% més car que el Teatreneu (1.145 ptes.).

d) ¿Depèn, doncs, el preu de la butaca, del cost de la funció, és a dir, en darrer terme, dels costos de producció i de distribució de l'espectacle? El Quadre 1 també ens diu que no: un dels espectacles més cars de la temporada 91-92 va ser "Slàstic" (2.454 ptes.), amb una nòmina de només tres actors i uns costos de producció llargament amortitzats.

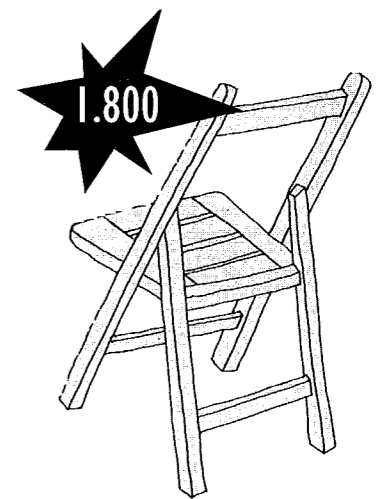
e) Podria pensar-se finalment, que el preu depèn de la confortabilitat del local, però tampoc no és així: la sala Villarroel és tant o més confortable que el Victòria i en canvi les seves butaques costen un 42% menys, i un 25% menys que els duríssims seients del Mercat de les Flors.

¿De què depèn, doncs, el preu d'una butaca si no és ni de la "qualitat" de l'espectacle, ni de l'època en què es representa, ni de la titularitat o confortabilitat del local, ni dels costos de producció i difusió? He intentat esbrinar-ho i —la

veritat— és que em fa una mica de vergonya explicar el resultat de la meua investigació. Encara que pugui semblar una broma estadística, el preu de les localitats teatrals depèn estretament de l'aforament dels teatres. Vegeu, si no, aquest seguit de xifres, que també correspon a la temporada 1991-92, amb exclusió del Festival olímpic i del Jove Regina que treballa un altre tipus de mercat:

Si dibuixem la corba de correlació entre les dues sèries, obtenim el gràfic 1.

La correlació és evident. Té un coeficient $R^2=0,814$ estadísticament molt significatiu (1), que ens ha de fer pensar —com a mínim— que les dues variables no són independents. Aquesta estranya relació encara es fa més intensa si agrupem els teatres per franges d'aforament i els relacionem amb la mitjana de preus que correspon a cadascuna d'elles, eliminant els dos teatres de l'Institut (per l'elevada presència d'alumnes amb descomptes molt alts) i el teatre Romea, per la seva política d'abonaments i les tarifes especials que ofereix a les escoles. Aleshores, la correlació és tan elevada ($R^2=0,975$), tal com demostren el quadre i el gràfic 2, que sota cap concepte, no pot ser atribuïda ni a l'atzar ni a un caprici matemàtic. Podem afirmar, sense cap mena de dubte que, a Barcelona, com més



Aforament	Aforament per franges i preu de la butaca	
	Aforament	Preu mitjà aprox.
Fins a 100 butaques		1.000
De 100 a 500 butaques		1.200
De 500 a 1.000 butaques		1.500
Més de 1.000 butaques		2.300

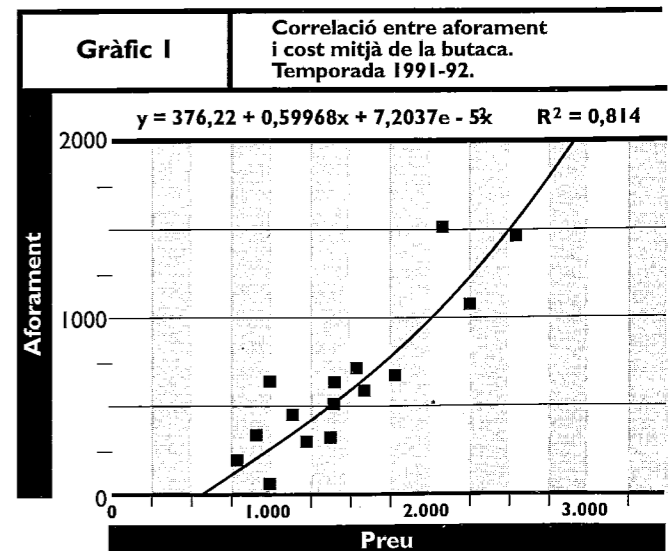
gran és un local més elevats tendeixen a ser els preus de les seves localitats, amb independència de la qualitat artística o dels costos de l'espectacle, del moment en què és programat o del seu caràcter públic o privat. Per exemple, una mateixa empresa teatral (l'Ajuntament de Barcelona) estableix per als seus local més petits (Mercats A i B) uns preus que donen lloc a una mitjana de 1.759 ptes. (o de 1.473 si no comptem l'espectacle olímpic de La Cubana) i per al seu local més gran —el Grec— una mitjana de 2.403 ptes.

En altres paraules, la política

(1) Podríem llegir "literàriament" aquest coeficient R^2 (que sempre oscil·la entre 0 i 1) dient que si apliquéssim l'equació del gràfic (on y és l'aforament d'un local i x el preu de l'entrada) en el 81% dels casos encertaríem el preu de la butaca d'un teatre a partir del seu aforament. D'una manera més rigorosa, R^2 explica el fenomen en un 81%.

Teatre / Mes	Cost de la butaca en pessetes, per mesos i teatres 1991-1992												
	Set	Oct	Nov	Des	Gen	Feb	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Total
Adrià Gual			758	841			857	921					854
Beckett		927	627	943	1200	1203	1200	1100	1107				976
Condal	1860	1741	1620	1589	1442	1429	1007	1626	1848	1821	1739	1910	1686
Cuina		557	681	727	832		773						719
Espai										1175			1175
Grec										1202	2374	2660	2403
Goya	942	1348	1637	1661	1511	1370	1369	1406	1425	1185	1515	1570	1440
Lliure	1320	1179	1269	1329	1304	1257	1299	1186	1245	1353	1382		1270
Malic*		1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000		1000
Mercat Flors		1455	1424	1412	1314	1514	1582	1658	1441	1029	2415		1759
Novetats											2592	2630	2608
Poliorama		1050		1255	1306	1248	1199	1132	1232	2181	1957	1468	1326
Romea					1956	1002	977	1040	1043	546	762		956
SAT*		1087	1072	1127	1016	916	1334	1240	1085	1273			1073
Teatreneu		1184	1019	1067	1127	1272	1254	1216	1152	1362	1160		1145
Tivoli		1655	1722	2174	1960	1867				1912	2454	2357	2019
Victòria										2093	2156	2357	2263
Villarroel	1294	1300	1148	1350	1261	1247	1203	1225	1220	1342	1618	1638	1306
Mitjana	1228	1345	1402	1564	1595	1337	1248	1554	1615	1848	2008	2336	1626

*Amb l'exclusió dels espectacles destinats a un públic infantil.



de preus dels teatres barcelonins o bé és tan caòtica com arbitrària, o bé està presidida per un prejudici injustificable, per allò que podríem anomenar "complex d'inferioritat física" en el sentit més literal de la paraula. Creuen realment els gestors dels teatres petits i privats que si augmentessin el preu de les seves butaques disminuiria la seva clientela? En oferir preus baixos, ¿no estan avisant subliminalment al públic que el seu producte serà artísticament inferior al dels grans teatres comercials? En limitar els seus propis ingressos, ¿no s'estan posant totalment en mans de l'Administració i de les seves subvencions? En qualsevol cas, aquesta variabilitat dels preus no beneficia en res el nostre mercat, entre altres coses perquè desconcerta profundament l'espectador. La inexistència d'un preu més o menys regular, més o menys generalitzat, fa creure als ciutadans que el teatre, com a tal, no existeix: només existeixen espectacles, i cadascun té el seu propi preu. I cap teatre no sap ben bé en nom de què els determina.

Ara que estem en condicions de contestar la primera pregunta de Micromégas, li hauríem de confessar que aquesta singular (o més aviat plural) política de preus prové, sobretot, d'un fet gravíssim: l'absolut desconeixement que tenim sobre la forma i la inclinació de la corba de demanda teatral. Perquè, en efecte, el nostre sector és l'únic que ignora allò que tots els altres sectors econòmics coneixen bé, és a dir, la influència del preu del producte sobre la quantitat comprada, condició indispensable per començar a parlar amb una mica de rigor de producció i finançament. És per això que m'he permès la llibertat d'establir, per primera vegada en la història del teatre català, la corba de demanda teatral a Barcelona, a partir de les dades de la temporada 91-92.

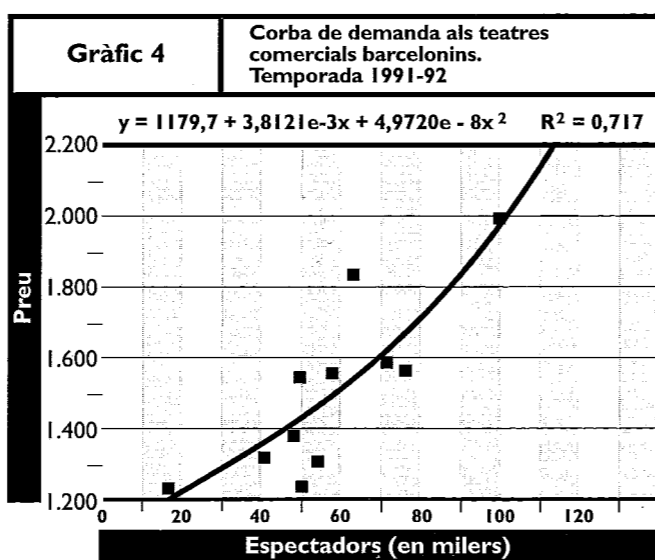
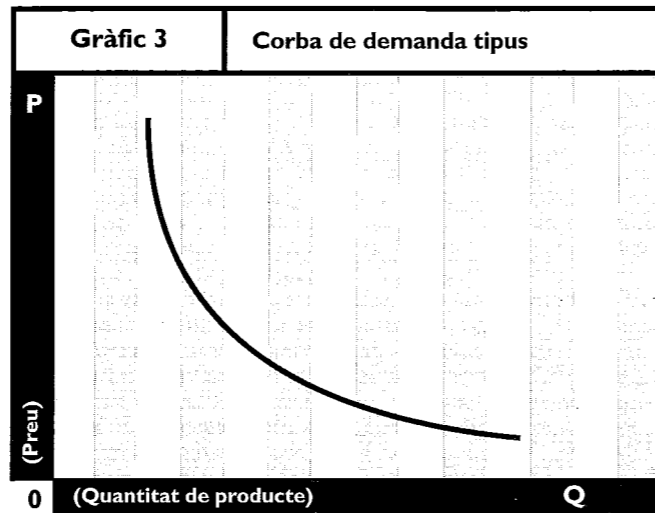
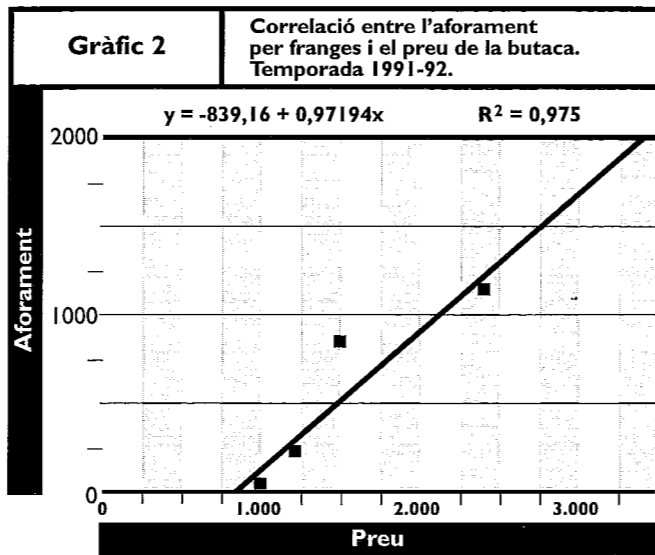
La corba de demanda és un dibuix inventat pels economistes liberals del segle XIX que reflecteix en un sistema de coordenades les variacions de la quantitat comprada d'un producte (a l'eix horitzontal, Q) en funció de les variacions del preu (a l'eix vertical, P). En un règim de lliure com-

petència, la major part dels productes tenen una corba de demanda similar a la del gràfic 3: quan el preu del producte baixa, augmenta la quantitat comprada, i viceversa— la quantitat comprada disminueix a mesura que puja el preu. Amb inclinacions distintes, la corba de demanda tipus va del nord-oest al sud-est.

Ara bé, si establim la relació estadística mensual entre el preu de la butaca de teatre i l'audiència, obtenim la curiosa corba del gràfic 4.

Aquesta corba de demanda teatral (obtinguda amb un ajustament polinomial de segon grau, i amb un bon coeficient de correlació, $R^2=0,717$) la qualifico de curiosa perquè, com es pot veure, va exactament en el sentit contrari al de la corba tipus: al teatre, la quantitat comprada (nombre d'entrades o d'espectadors, a l'eix horitzontal) puja al mateix temps que puja el preu (a l'eix vertical). No és, però, un comportament aberrant: la demanda teatral no té la mateixa forma que la demanda de la carn, però té la mateixa que la d'alguns altres béns com, per exemple, les accions, les divises i l'or: com més cars són, més demanda tenen. Però amb una diferència fonamental: la gent compra accions i or quan puja el preu amb la intenció de revendre abans que no comencin a baixar, és a dir, amb una finalitat especulativa. Una finalitat que, en el cas de l'espectacle en viu, és impensable: el producte comprat no es pot revendre, ni a l'alça ni a la baixa. I en canvi, la gent compra més espectacle com més alt és el preu de la butaca.

Quina conclusió podem extreure d'aquesta corba de la demanda teatral? Sens dubte, una part del públic teatral va al teatre perquè considera que el teatre és sinònim de cultura, i creu que la cultura és més car sigui accedir-hi. Des d'aquest punt de vista, un preu de la butaca elevat pot actuar com a incentivador al consum de prestigi. Però crec que, estadísticament, aquesta alta correlació positiva entre el preu de les entrades i el nombre d'espectadors no significa que com més elevat sigui el preu més gent anirà al teatre. Només la podem interpretar en el sentit següent: als teatres comercials barcelonins el preu no és



negativament determinant de la demanda, almenys en els seus nivells actuals.

En altres paraules, el preu actual de la butaca és, molt sovint, inferior al preu que el públic està disposat a pagar si l'espectacle li interessa. Per exemple, veure "Memory" al teatre Tivoli va costar —en promedi— 2.013 Ptes. (una quantitat molt alta), i hi va haver 42.717 espectadors. Veure "Aquí tothom ho sap", al teatre Adrià Gual, costava 878 pessetes i només hi van anar nou persones en cadascuna de les onze funcions programades.

Per si aquesta corba de demanda no fos prou eloqüent, el gràfic 4 (que relaciona el cost de la butaca en cada espectacle i el coeficient d'ocupació obtingut) demostra que "l'èxit" d'un espectacle no té res a veure amb el preu. La correlació entre les dues variables ($R^2=0,007$) és estadísticament inapreciable.

Altrament dit, una localitat cara potser no assegura més públic, però una localitat barata tampoc (2).

.....

No voldria acabar aquesta ponència sense respondre a la tercera pregunta que podria fer-nos Micromégas: la duració dels espectacles en cartellera. És una qüestió que posa de manifest el darrer factor d'irracionalitat que presideix la nostra vida teatral perquè, si bé tenim un mercat potencial de 100.000 o 125.000 clients, programem la majoria dels espectacles com si només en tinguéssim dos o tres mil.

En efecte, si examinem les dades de la temporada 1991-92, comprovarem que dels 180 espectacles estrenats a Barcelona s'en van fer 2.653 representacions. Això equival a una mitjana de quinze funcions per a cadascun d'ells. Però aquesta mitjana és molt poc representativa perquè oscil·la entre un màxim de 145 funcions (per a "Oscar and Sherlock", al teatre Goya) i un mínim d'una funció (per a "Aquilino màgic", al SAT). El Quadre 4 ens permet descobrir detalls encara més reveladors.

Només 10 espectacles, sobre 180 (5%), superen les 50 funcions; 113 (el 63% del total) arriben a un màxim de deu, però —cosa més escurixidora encara— un 28% no passa de 3 funcions, i un 49% (és a dir la

Quadre 4 Nombre d'espectacles segons el nombre de funcions. Temporada 1991-92

Funcions	Espectacles	%	Ttl. acumulat	% acumulat
1-3	50	28	50	28
4-5	38	21	88	49
6-10	25	14	113	63
11-20	27	15	146	81
21-30	12	7	151	84
31-50	15	8	166	92
51-100	6	3	176	98
101-145	4	2	180	100

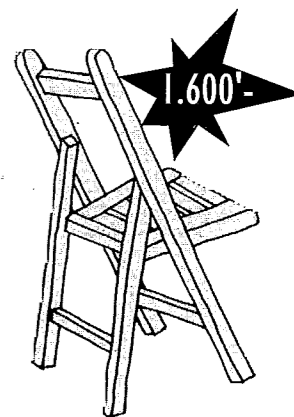
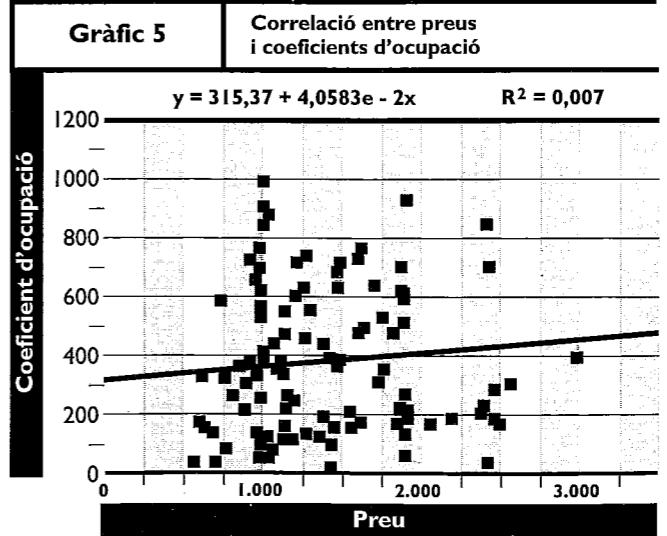
meitat) es queda a la frontera de les cinc. I a la franja entre 31 i 50 funcions (que sembla la mínimament raonable des del punt de vista econòmic) només hi trobem 15 títols, que representen un irrisori 8% del total d'espectacles.

Es pot argumentar que aquest panorama es deu sobretot al caràcter olímpic de la temporada 1991-1992, que va propiciar la programació de nombrosos espectacles de funció única. Però aquesta excepcionalitat històrica no justifica tals actuacions úniques que, a més a més, han estat també la tònica d'altres temporades i sembla que encara ho són avui. Sigui com sigui, aquesta política de minifundi programador significa que dues de cada tres estrenes estan deliberadament condemnades al fracàs comercial i cultural, perquè el cost d'una campanya de llançament i promoció raonable no podrà ser cobert ni amb una ocupació del 100%. Al mateix temps, i per escriure, la reduïda presència en cartellera dels títols fa inoperant la publicitat

boca-orella, sens dubte la més eficaç (i barata) en el nostre sector.

Que aquesta política de minifundi la practiquin teatres de titularitat pública —és el cas, per exemple, dels Mercats de les Flors (A i B), amb 21 estrenes al llarg de la temporada 91-92— es podria arribar a comprendre, en nom d'una estratègia de difusió cultural a fons perdut, encara que això signifiqui treballar deliberadament —de fet— per a un sector social molt petit, cosa políticament discutible atesos els elevats costos de la producció i difusió escènica. Ara bé, sembla poc assenyat que també la practiquin teatres privats com el Malic, amb 28 estrenes en deu mesos (gairebé tres al mes), o la sala Beckett, amb 19 estrenes en vuit mesos (2,4 per mes). Sembla com si aquestes sales volguessin compensar el fet que els seus preus siguin directament proporcionals al seu aforament amb un nombre d'estrenes inversament proporcional a la capacitat física dels seus locals.

(2) Naturalment, la corba de demanda que he establert ha de ser considerada només com una primera aproximació, susceptible de perfeccionament. Però no crec que construccions més refinades invalidin la conclusió de la relativa neutralitat del preu sobre el consum teatral.



De fet, quan es programen només tres funcions d'un espectacle s'està considerant a priori que aquest espectacle no té cap interès general i que només l'aniran a veure els col·legues, els enemics i alguns coneguts. I això no té cap mena de sentit.

•••••

És possible que aquesta intervenció no respongui exactament a les expectatives dels organitzadors de la Conferència o d'una part dels assistents. No he parlat –en efecte– de les formes concretes de producció o de financiació dels espectacles teatrals. No ho he fet, en primer lloc, perquè actualment, com els manaments bíblics, es resumeixen en dos: buscar subvencions o empenyorar el propi patrimoni. Però, a més, em sembla que abans de plantejar-se problemes més específics i tècnics era necessari aportar nous coneixements del mercat. De fet, tota operació de producció i finançament és una estratègia de mercat, l'organització d'uns recursos limitats per tal de conquerir una part dels clients potencials, amb la finalitat d'obtenir uns beneficis (o unes pèrdues, tant se val) determinats. Conèixer la magnitud d'aquest mercat o submercat, decidir quina incidència s'hi vol tenir, i establir el preu òptim del producte en funció d'aquestes expectatives són els primers passos per a un correcte plantejament de les estratègies. I em sembla que, malauradament, el nostre sector generalment no funciona així: els nostres espectacles (o els que comprem a l'exterior) tenen uns costos que solen respondre més al capital que posseïm en el moment d'iniciar la producció que no pas a una estimació dels ingressos d'explotació o a la seva possible rendibilitat social.

En altres paraules, els actuals mecanismes de producció i finançament són el resultat d'una situació que hem de modificar amb urgència. Són mecanismes basats en una política de preus sovint massa baixos, fixats moltes vegades d'una manera arbitrària i –cosa més greu encara– sense cap veritable criteri de rendibilitat comercial o social. ¿Quin sentit té parlar de producció quan produïm o contractem espectacles (i ja sabem que la contractació és una forma de co-

producció) per a una minoria de cinc-cents, mil o dos mil possibles espectadors, renunciant voluntàriament a una difusió àmplia de l'art escènic, automarginant-nos?

Hi ha excepcions, naturalment –com Dagoll-Dagom, potser la més rigorosa de les nostres empreses teatrals–, però aquesta és la situació general: els teatres privats actuen per templeig, per pures intuïcions, a la curta, creient que la nostra necessitat de fer teatre crearà en els ciutadans la necessitat d'anar-hi. I els teatres institucionals, sovint, actuen per raons de prestigi més que no pas per una veritable voluntat de difusió cultural, tal com ho demostra la programació del Festival Olímpic de les Arts: les sessions "Una nit amb..." van ser organitzades perquè en poguessin gaudir un màxim de 636 espectadors –l'aforament del Poliorama– sobre una població de 3 milions d'habitants a la qual calia sumar la població flotant que generaven els Jocs. ¿De veritat creu algú que a Barcelona només hi ha 636 ciutadans (2 de cada cent mil) sensibles a la presència de Bibi Anderson, Núria Espert, Fernando Fernán Gómez o Uta Lemper?

No m'agradaria convertir aquesta intervenció en un llibre de greuges. No pretenc ni acusar, ni designar culpables. D'aquesta situació tots en som autors o còmplices, o –si més no– figurants actius. Però sigui com sigui, l'hem de canviar i ens hem de canviar.

Jo penso, com Albert Boadella, que la crisi econòmica provocarà –volens nolens– el sanejament de la nostra vida teatral. La restricció del diner públic obligarà a tothom a replantejar les seves formes actuals de producció i finançament. La carestia de la vida farà que els espectadors siguin més selectius a l'hora de comprar una entrada de teatre. Serà –ja ho és– una època molt dura. I és amb la intenció de fer que la pesta econòmica ens agafi, si no confessats almenys una mica orientats, que he exposat aquí aquestes àrides geometries, en el convenciment pitagòric que de vegades les xifres amaguen l'essència de les coses. •••••

