

UNA ENCUESTA SOBRE EL PÚBLICO

TEATRO/EXPRES se complace en presentar a sus lectores la primera encuesta realizada en Barcelona sobre el público teatral. Más exactamente, sobre el público de uno de sus teatros: el Capsa. Creemos que no es por azar que el local que ha demostrado mayor exigencia —y también visión comercial— en la programación haya sido el primero en intentar un conocimiento más profundo y sistemático de su público, es decir, en definitiva, de su mercado. Los resultados de esta encuesta podrán ser más o menos útiles, más o menos generalizables. Pero en cualquier caso, constituyen un hecho sin precedentes y extremadamente positivo en un panorama teatral que muestra, entre otros graves síntomas de decadencia, el más absoluto desinterés de los empresarios y promotores de la escena por conocer la composición de su clientela y sus necesidades o demandas.

Pero el interés de esta encuesta realizada por Pau Garsaball desborda el ámbito estrictamente comercial y entra de lleno —a pesar de todas sus limitaciones y deficiencias— en el campo de la sociología teatral, terreno en el que nos hallamos en el más absoluto vacío. En efecto, sólo existen en nuestro país algunos estudios —referidos casi siempre al pasado— en torno al binomio teatro-sociedad, pero ningún trabajo empírico sobre hábitos, necesidades y características del público que no llena los teatros. Y ciertamente, toda investigación en este sentido es sumamente compleja y arriesgada, además de costosa. La encuesta lanzada por el teatro Capsa, a pesar de circunscribirse a su público específico, constituye una primera experiencia que, amén de aportar algunos datos concretos hasta hoy inéditos, puede resultar extremadamente útil para emprender un trabajo más amplio y ambicioso sobre el público (y el no-público) teatral barcelonés.

Algunos de los resultados obtenidos en el Capsa confirman lo que muchos ya intuían. Pero no sólo confirman, sino que además precisan. Sabíamos, por simple observación directa, que el público del local de la calle Aragón es muy joven; hoy sabemos algo más: su edad media (25 años) y su distribución por clases de edad. Pero además, la encuesta aporta informaciones sobre cuestiones en las que la observación intuitiva era totalmente inoperante. ¿Existe una demanda de teatro en catalán? ¿Se hace caso de la crítica? ¿Qué se piensa del teatro subvencionado públicamente? ¿Cuáles son los autores preferidos? ¿Qué importancia se concede a los distintos elementos que constituyen un espectáculo teatral? He aquí algunas de las preguntas que hoy, dentro de unos límites muy concretos —y evitando la

tentación de peligrosas extrapolaciones— pueden ser contestadas con un mínimo de garantías.

Las señas de identidad

¿Cómo es el público del Capsa? Para responder a esta pregunta se han utilizado cuatro criterios o variables: la edad, el sexo, la actividad (distinguiendo solamente entre «estudiantes» y «no estudiantes») y la lengua («catalanoparlantes» y «no catalanoparlantes»). He aquí, de acuerdo con estos criterios, el retrato del público del Capsa:

- Es un público con un ligero predominio masculino: el 55% de los espectadores son hombres, y el 45% mujeres.
- Es un público mayoritariamente estudiante. Casi los dos tercios de los espectadores (61,5%) cursan actualmente estudios, aunque a veces los comparten con el trabajo. El 38,5% no son estudiantes, si bien es probable que muchos lo hayan sido anteriormente. Desgraciadamente, la encuesta no permite conocer el nivel de tales estudios ni la actividad profesional de las personas que trabajan.
- Es un público masivamente catalanoparlante. El 89% de los espectadores habla el catalán a pesar de no haber nacido, en muchos casos, en Cataluña. El 11% restante, en el que figuran algunas personas que sí han nacido en Cataluña, no habla su lengua.
- Es un público extremadamente joven. Más de un tercio tiene menos de 21 años, y el 70% no supera los 25. Sólo un 6,5% de los espectadores tiene más de 40 años. Las mujeres son algo más jóvenes que los hombres (sobre todo entre los no estudiantes) y los estudiantes más que los que sólo trabajan (en promedio, 21,7 y 29 años, respectivamente). Entre catalanoparlantes y no catalanoparlantes no existen diferencias de edad significativas.

En resumen, y combinando simultáneamente las tres variables edad, sexo y lengua, se observa que la categoría más numerosa es la de los estudiantes varones catalanoparlantes (30% del total), seguida de las estudiantes también catalanoparlantes (25%). Sumados, ambos grupos constituyen más de la mitad de la clientela del teatro.

La fidelidad del cliente

Pero ¿puede hablarse propiamente de una clientela? ¿Hasta qué punto este público joven se mantiene fiel al Capsa? La encuesta aporta algunos datos muy significativos, que habrán de sorprender a muchos empresarios —y no sólo privados:

- Sólo el 10% de los espectadores interrogados prefieren los demás teatros barceloneses al Capsa.
- Prácticamente la mitad (49%) de los espectadores van más al Capsa que a los restantes locales, y el 86% igual o más.
- Un 5% sólo frecuenta el Capsa.

La existencia de una clientela estable queda confirmada por otro dato: únicamente el 9% de los espectadores interrogados confesó no haber asistido anteriormente al Capsa.

Esta fidelidad del público presupone, lógicamente, un acuerdo fundamental con la línea adoptada por el teatro. Los resultados, en efecto, confirman este consenso, y lo hacen de forma unánime: sólo el 2% de los espectadores señala su disconformidad con la programación ofrecida, siendo también unánime (96%) el deseo de que en Barcelona se abran otros locales del mismo tipo.

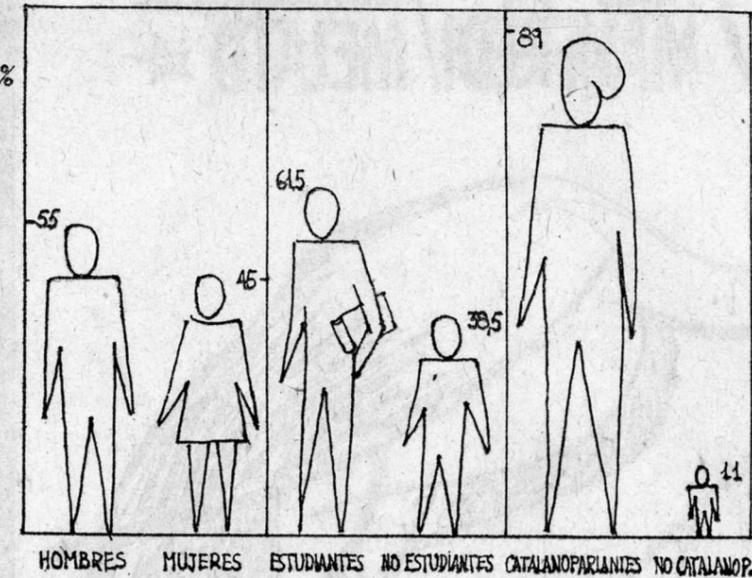
Ello no significa que este público acuda sistemáticamente a todos los espectáculos presentados en «su» teatro, a diferencia de lo que ocurriría, probablemente, en algunos sectores de la clientela del moribundo Moratín. Al parecer, el público del Capsa combina con una rara precisión dos actitudes que, en realidad, no son tan contradictorias como podría suponerse: la fidelidad y la exigencia. ¿Por qué criterios se rige el espectador para decidir su asistencia a un espectáculo y determinar, así, su éxito o su fracaso?

La crítica y la opinión «pública»

Garsaball afirmaba recientemente («Serra d'Or», núm. 176): «El primer día vienen los cuatro pilotos y si dicen "no vale la pena, el espectáculo es malo", la obra será un fracaso. Si dicen "hay que ir a verlo", será un éxito aunque no se haga publicidad». Los resultados de la encuesta confirman en gran medida este hecho. De los tres criterios de decisión incluidos en el cuestionario —la publicidad, la crítica y la opinión de los amigos— este último es el más citado: casi la mitad de las personas interrogadas (45%) afirman basar su asistencia o no asistencia a un espectáculo en función de lo que opinan quienes ya lo han visto, aun-

que en muchos casos también tengan en cuenta otros criterios. En este sentido no existe prácticamente ninguna diferencia significativa en el comportamiento de los estudiantes y los no estudiantes, ni entre hombres y mujeres. En realidad, es muy probable que la proporción real de espectadores que se guían por la opinión de los demás sea muy superior al citado porcentaje. En efecto, muchos afirman elegir «por iniciativa propia» —el cuestionario preveía este epígrafe— y es sabido

sonas interrogadas (es decir, una de cada tres) cita la crítica como uno de los factores que intervienen en su decisión de asistir a un espectáculo —a veces de forma exclusiva, a veces simultáneamente a la opinión de los amigos. Las mayores diferencias en este terreno aparecen entre estudiantes y no estudiantes, siendo los primeros notablemente menos sensibles a la crítica que los segundos (26% y 35% de citas, respectivamente, en cada uno de los grupos). Hombres y mujeres, en



Proporción de espectadores por sexo, actividad y lengua

que este tipo de iniciativas suelen ser la resultante de una serie de factores entre los que se halla, sin duda, la opinión de los demás.

Como era de prever, nadie reconoce ser sensible a la publicidad. Sólo 11 de las 689 personas interrogadas (1,6%) confiesa guiarse por ella. No hay duda que la poca hábil formulación de la pregunta impide calibrar la verdadera influencia de la publicidad, que desempeña, entre sus funciones no engañosas, la de informar y recordar la existencia del espectáculo.

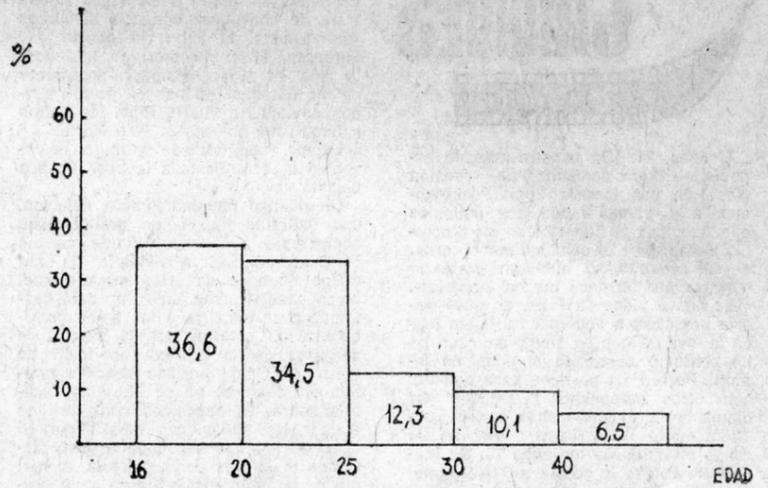
Mucho más interesante resulta la cuestión de la crítica. Frases como «nadie hace caso de los críticos» no sólo han sido pronunciadas por autores despechados, sino incluso por los propios críticos, sin que, en realidad, se tengan datos para demostrarlo. La encuesta del Capsa aporta algunos, y creo que pueden ser calificadas de sorprendentes, dado el escepticismo reinante en torno a la función crítica: el 30% de las per-

cambio, manifiestan un comportamiento muy similar.

Sería interesante averiguar las razones de tales diferencias. La encuesta no aporta ningún elemento clarificador en este sentido (como tampoco dato alguno acerca de los críticos más leídos). A título de simple hipótesis podría avanzarse una explicación: los estudiantes forman un grupo social más compacto y homogéneo, y en él no sólo son más fáciles los intercambios de opinión sino que también es muy superior la presión del medio. Parece lógico creer que la crítica de los periódicos es más útil entre las personas culturalmente más aisladas —en este caso, los no estudiantes.

El problema de la lengua

Las respuestas a la pregunta acerca de la necesidad de una especialización del Capsa en espectáculos representados en lengua catalana



La distribución del público por edades: el 70% tiene menos de 26 años

LA ENCUESTA Y SU EXPLOTACION

Esta encuesta fue realizada por iniciativa de Pau Garsaball, empresario del teatro Capsa. El propio Garsaball redactó un cuestionario de diecinueve preguntas, seis de las cuales recogían datos personales de las personas interrogadas, y las trece restantes informaciones sobre opiniones o hábitos del público. El cuestionario fue distribuido a todos los espectadores durante los días 22, 23 y 24 de febrero de este año (viernes, sábado y domingo, respectivamente), momento en que se representaba el espectáculo «El Joc» de «Els Joglars». Para una correcta interpretación de los datos, este hecho debe ser tenido muy en cuenta: es muy posible, en efecto, que con el público de otro espectáculo los resultados hubiesen sido algo distintos.

Se recogieron un total de 701 cuestionarios, de los que 12 fueron eliminados por deficiencias en su cumplimentación. La muestra estudiada asciende, pues, a 689 personas.

Por no haberse previsto las correspondientes preguntas, no ha sido posible obtener informaciones tan importantes como el lugar de residencia (población y barrio), la profesión, el nivel de estudios y el nivel de ingresos o posición socio-económica.

Los cuestionarios han sido tratados e interpretados por el equipo de Investigación del Instituto del Teatro de Barcelona, habiendo intervenido decisivamente en este trabajo Juan José Abellán, Joan Castellés y Guillem Jordi Graells y los alumnos del Departamento.

(que no significa necesariamente de autores catalanes) ofrecen un indudable interés, sobre todo si recordamos que, en su reciente visita a Barcelona, el nuevo director general de Teatro señaló su total ignorancia sobre los deseos de la población catalana en este terreno. La encuesta permite precisar, al menos, la actitud del público del Capsa ante esta cuestión.

- Un tercio de la población se pronuncia en favor de una especialización total o mayoritaria en teatro catalán.
- Un 14% se pronuncia decididamente en contra.
- La mitad de la población estudiada (53% exactamente) o bien considera que la cuestión no es esencial o bien adopta una actitud de indiferencia ante el problema, aunque este último grupo —el de los indiferentes— es también muy minoritario (14%).

¿Cómo reaccionan las distintas categorías de espectadores ante este problema? Como en el caso de la crítica, las mayores diferencias aparecen entre estudiantes y no estudiantes, observándose en cambio una gran similitud en las actitudes de hombres y mujeres:

- Los estudiantes son más favorables al teatro catalán que los no estudiantes (37% y 27%, respectivamente).
- Tanto entre unos como entre los otros, los más jóvenes son los que más se interesan por el teatro catalán. Así, entre los espectadores de 16 a 20 años, el 46% de los estudiantes y el 38% de los que no lo son se muestran favorables a la especialización, descendiendo ambas proporciones, entre

los espectadores de 21 a 25 años, al 36% y al 22%. Aunque su representatividad estadística es escasa, se observa un aumento del interés por un teatro en catalán en las categorías de edad más altas.

- Naturalmente, la población catalanoparlante es más favorable a la especialización que la no catalanoparlante. Si sólo tenemos en cuenta la primera, la proporción de opiniones favorables pasa del 33% al 37% y la de opiniones radicalmente contrarias desciende del 14% al 11%, manteniéndose prácticamente invariable la de los «neutrales».
- Hay que señalar, sin embargo, que sólo una pequeña minoría (6,4%) de las personas interrogadas propugnan una total especialización en teatro catalán.

Por último, hay que reconocer que el público del Capsa ha mostrado una actitud que forzosamente debe ser calificada de «sana» al responder a la un tanto ingenua pregunta: «¿Qué considera más importante, en igualdad de condiciones: la calidad del texto o el idioma en que se representa?» Traduciendo en términos concretos el fondo de la cuestión planteada, puede decirse que sólo un 3% prefiere un mal texto en catalán a un buen texto en castellano.

Jaume MELÉNDRES

(Próximo martes: Los autores preferidos del público.)

teatro | **Expres**