

Un estudio de microeconomía analiza los gustos de los asistentes al teatro

La clase 'popular' prefiere las comedias, mientras que los 'intelectuales' se decantan por los dramas, revela investigación

Con el objetivo de analizar la demanda en el teatro, investigadores de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria y de la Universidad de Newcastle, en el Reino Unido, han realizado un estudio con modelos de microeconomía, destinados a evaluar la toma de decisiones. La investigación, realizada con 300 personas, ha revelado que hay tres clases diferenciadas de asistentes al teatro: una clase 'acomodada' (que disfruta de todo tipo de obras de teatro), la clase



Foto: Daniel Alonso (Archivo CDT)

'popular' (a la que le interesa sobre todo las comedias) y la clase 'intelectual' (con una especial preferencia por los dramas). Los datos resultarán muy útiles para acciones de marketing y promoción teatral, afirman los autores del estudio.

Las artes teatrales son servicios deficitarios que precisan de subvenciones para su supervivencia. Con frecuencia se ha puesto en cuestión este tipo de políticas sobre el supuesto de que se trata de servicios consumidos mayoritariamente por las elites económicas de la sociedad.

“El objetivo era analizar la demanda de teatro. Para ello nos basamos en un tipo de modelos que se utiliza en microeconomía y que analizan cómo toman decisiones los individuos. Estos modelos [...] se denominan modelos de elección discreta. Hicimos encuestas en los dos teatros más importantes de Newcastle”, ha explicado a SINC J.M. Grisolia, coautor del estudio e investigador de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria.

[...] Los expertos trabajaron con la información obtenida a partir de una encuesta a 300 personas, de las que recogieron 3.000 observaciones. [...]

Cada clase, su escenario

El modelo identifica claramente tres clases diferenciadas que van al teatro: una clase 'acomodada' que representa el 43,1% de la muestra y se caracteriza por su preferencia por lugares clásicos, que disfruta de todo tipo de obras de teatro, y que muestran una mayor disposición a pagar, sobre todo si los comentarios de la crítica son positivos.

Por su parte, la clase 'popular', abarca más a los jóvenes asistentes (25,4% de la muestra) a los que les interesan sobre todo las comedias, que consultan más las críticas no profesionales y que presentan una baja disposición a pagar.

Por último, el modelo identifica una clase 'intelectual' o 'cultural' (31,5%) con una alta disposición a pagar por las producciones teatrales y que tienen especial preferencia por los dramas, así como una opinión más independiente de las críticas. “Es importante resaltar que la clase intelectual no equivale a la clase adinerada”, subraya el autor.

“Estas serían las tres formas en las que el teatro conecta con la sociedad. Aunque se ve como algo elitista, tiene una parte popular. Los resultados son muy útiles para acciones de marketing y políticas de ventas, así como para entender la función del teatro en cada sección social”, concluye Grisolia.

La investigación ha contado con la financiación del Gobierno británico a través del Arts and Humanities Research Council –agencia encargada de la promoción de las humanidades y el arte en general– y ha sido realizada por un equipo formado por el español José M. Grisolia, de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, y Ken Willis, de la Universidad de Newcastle (Reino Unido).

Referencia bibliográfica:

José M. Grisolia, Kenneth G. Willis. A latent class model of theatre demand, Journal of Cultural Economy 36: 113 – 139, 2012. Doi 10.1007/s10824-012-9158-6.



Centro de
Documentación
Teatral