

Un experiment acadèmic analitza si és viable que els espectadors de teatre fixen el preu de l'entrada després de veure l'obra

Publicat per [Interacció](#) [1] el 20/09/2013 - 14:00 | Última modificació: 05/02/2026 - 14:02



La Unitat d'Investigació en Economia de la Cultura de la Universitat de València, coordinada pel professor Pau Rausell, de l'Institut Interuniversitari de Desenvolupament Local, desenvolupa un experiment en el qual els consumidors de teatre decideixen al final de la representació el que consideren oportú pagar. El lema és 'Nosaltres posem el teatre i la teua el preu'. La proposta s'estrena en el teatre Talia, que té en cartell 'Un deu salvatge', de Yasmina Reza.

En els últims anys s'ha obert una discussió sobre els preus dels béns i serveis culturals. Un debat que transita des del món dels mitjans de comunicació, les institucions culturals i la política cultural a l'esfera acadèmica.

El problema del 'preu de la cultura' afecta a nombroses dimensions del sistema cultural. Des de la perspectiva de les polítiques culturals, el preu assignat als béns i serveis culturals proveïts suposen el copagament, que hauran d'abonar els beneficiaris d'aquestes provisió, però també en situació de tensions pressupostàries el preu determina el llindar de viabilitat de l'oferta pública, així com l'abast i l'impacte de les barreres d'accés de determinats públics.

Alguns d'aquests agents culturals llancen una queixa afirmant que la irrupció de les intervencions públiques amb ofertes per sota dels preus de mercat han acostumat als usuaris a una baixa disponibilitat a pagar, ja que han interioritzat que la cultura és o ha de ser gratuïta o a preus molt baixos. La mateixa queixa que llancen els oferents de béns culturals digitalitzables (música, textos, audiovisual, videojocs) pels efectes de l'extensió de la denominada pirateria, que desincentiva el pagament del preu, i tant en un cas com en un altre redueix els incentius per als creadors (i per a tot el sistema de mediació) per a crear i proveir béns i serveis culturals.

En aquest context, algunes experiències recents plantegen que siga el consumidor qui pague allò que crega més just (Pay What You Want). Les experiències són molt variades: des de coneguts grups de música que ofereixen descarregar els seus discos en Internet pagant allò que es considere oportú, fins a petits restaurants que ofereixen la possibilitat de decidir lliurement què es vol pagar una vegada finalitzat el menjar. El ventall de resultats de les experiències és també molt ampli, i aquests van des d'èxits rotunds en què es recapta més diners que per la via convencional, fins a fracassos igualment rotunds.

No obstant això, un tret comú a totes les experiències és que una gran quantitat de consumidors paga alguna quantitat pel bé o servei gaudit quan podria haver obtingut gratuïtament, contravenint així els supòsits de la teoria econòmica convencional.

L'experiment 'Nosaltres posem el teatre i tu el preu' té diversos objectius. D'una banda, desactivar el paper del preu com a barrera d'entrada en una oferta de teatre i tractar que la seua expressió per part de l'assistent es convertisca en un procés deliberat de senyalització del valor. Per un altre, comprovar les característiques del públic teatral i els determinants de la disponibilitat a pagar per teatre en la ciutat de València. Finalment, comprovar l'efecte de la llengua (el valencià) en la disponibilitat a pagar.



La proposta es planteja en el context de l'oferta teatral del Talia, que estrena 'Un deu salvatge', de Yasmina Reza, i interpretada en valencià per Pilar Almeria, Empar Canet, Jaime Linares, i Pep Ricart. S'ofereixen més de 30 funcions entre el 18 de setembre i el 20 d'octubre, de les quals, inicialment es proposa que una d'elles siga amb el sistema de "paga el que consideres", concretament la del 27 de setembre. En funció de la marxa de l'experiència es pot pensar a ampliar el seu abast.

Aquest experiment es planteja en complicitat del Teatre Talia i en col·laboració amb Culturarts, que analitza les possibilitats de traslladar l'anàlisi a l'oferta pública. Els resultats s'incorporaran en diversos treballs de recerca i tesis doctorals, com ara les de Francesc Felipe, que analitza el paper de la llengua en els usos culturals; Luís Bellvis, sobre la viabilitat i sostenibilitat de les empreses teatrals; o Chuan Li, que compara la disponibilitat a pagar en diferent àmbits territorials (Xina i Espanya) o culturals com els teatres i els museus.

Font original: [Universitat de València](#) [2]

Etiquetes: València

Etiquetes: taquilla inversa

Etiquetes: preu públic

Etiquetes: arts musicals

- [3]

URL d'origen: <https://interaccio.diba.cat/CIDOC/blogs/2013/09/20/experiment-academic-analitza-si-es-viable-que-espectadors-de-teatre-fixen-preu-de-e>

Enllaços:

[1] <https://interaccio.diba.cat/members/interaccio>

[2] <http://www.uv.es/uvweb/universitat/ca/llista-noticies/experiment-academic-analitza-es-viable-espectadors-teatre-fixen-preu-entrada-veure-obra-1285846070123/Noticia.html?id=1285891290784>

[3] <https://interaccio.diba.cat/node/5132>