



Quan el públic decideix el preu del teatre

Publicat per [Interacció](#) [1] el 20/09/2013 - 15:00 | Última modificació: 27/03/2026 - 13:24

Aquest article és interessant perquè toca un tema que després ha crescut molt en les polítiques culturals: els models alternatius de preus i la relació amb els públics. Llegit avui, dialoga amb debats actuals sobre accessibilitat cultural, valor públic i sostenibilitat econòmica de les arts escèniques. (n. de l'e., 2026)

Un experiment impulsat per economistes de la cultura posa a prova la “taquilla inversa”: els espectadors decideixen quant pagar després de veure l’obra. La iniciativa busca entendre com el públic assigna valor a l’experiència teatral.

El preu d’una entrada de teatre sol fixar-se abans de l’espectacle. Però què passaria si el públic pogués decidir quant pagar després d’haver vist l’obra?

Aquesta és la pregunta que planteja un experiment desenvolupat per la **Unitat d’Investigació en Economia de la Cultura de la Universitat de València**, coordinada pel professor Pau Rausell. La iniciativa proposa aplicar al teatre el sistema conegut com a “**pay what you want**” o *taquilla inversa*: els espectadors decideixen el preu de l’entrada un cop finalitzada la funció.

L’experiment es posa en pràctica al **Teatre Talia de València** amb la representació de l’obra *Un déu salvatge*, de Yasmina Reza. El lema de la proposta resumeix bé l’esperit de la iniciativa: «Nosaltres posem el teatre i tu el preu».

El projecte té diversos objectius. D’una banda, analitzar fins a quin punt el preu pot actuar com una barrera d’accés a les arts escèniques. D’altra banda, observar com els espectadors valoren econòmicament una experiència cultural quan ja l’han viscuda. L’experiment també pretén estudiar els factors que influeixen en la disposició del públic a pagar per assistir a una representació teatral.

Aquest tipus de models de preus s’han estudiat en l’economia del comportament perquè introdueixen un element de decisió social en l’intercanvi econòmic. Quan el consumidor pot decidir el preu, la compra deixa de ser només una transacció i passa a incorporar factors com la percepció de justícia, la satisfacció o el compromís amb el projecte cultural.

En el cas del teatre, experiments com aquest permeten explorar una qüestió de fons: **com es construeix el valor de l’experiència cultural**. El preu d’una entrada no només reflecteix costos o estratègies de mercat. També expressa la relació entre públic, obra i institució cultural

Idea central

Permetre que els espectadors fixin el preu de l’entrada és una manera d’explorar com es construeix el valor econòmic i simbòlic de l’experiència cultural.

Categories: Actualitat

Categories: Articles i anàlisi

Etiquetes: economia de la cultura

Etiquetes: públics de la cultura

Etiquetes: innovació cultural

Etiquetes: participació cultural



- [2]

URL d'origen: <https://interaccio.diba.cat/news/2013/preu-teatre>

Enllaços:

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

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