



Estudios de Economía Aplicada

ISSN: 1133-3197

secretaria.tecnica@revista-eea.net

Asociación Internacional de Economía
Aplicada
España

BONET, LLUÍS; VILLARROYA, ANNA

La estructura de mercado del sector de las artes escénicas en España
Estudios de Economía Aplicada, vol. 27, núm. 1, abril, 2009, pp. 197-221
Asociación Internacional de Economía Aplicada
Valladolid, España

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=30117097009>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica
Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

La estructura de mercado del sector de las artes escénicas en España

LLUÍS BONET y ANNA VILLARROYA

Departamento de Economía Política y Hacienda Pública

UNIVERSIDAD DE BARCELONA

e-mail: lbonet@ub.edu; annavillarroya@ub.edu

RESUMEN

La diversidad de agentes y de comportamientos, así como la complejidad que encierra la existencia e interrelación de dos mercados, el de la producción y el de la difusión, han dificultado el estudio del sistema escénico español desde perspectivas científicas. Con el objetivo de cubrir parcialmente ese vacío y presentar las especificidades de dicho sistema, el presente trabajo utiliza el marco analítico de la teoría de la organización industrial basado en la secuencia real estructura-estrategias-resultados, corregida y adaptada a las especificidades de un sector como el cultural, altamente intervenido por las Administraciones públicas. Este esquema analítico ha permitido no sólo una aproximación más completa al análisis del mercado escénico español, sino que ha proporcionado un nuevo marco teórico aplicable a otros sectores con un alto nivel de intervención gubernamental.

Palabras clave: Artes escénicas; estructura de mercado; intervención gubernamental; mercados imperfectos.

The Market Structure of the Spanish Performing Arts Sector

ABSTRACT

The diversity of actors and behaviours, and the complexity of the two interrelated markets —the production and the diffusion markets— have discouraged the scientific analysis of the Spanish performing arts system. With the goal of reaching this gap, this paper uses the analytical framework of the Industrial Organization Theory. It changes and adapts the classical sequential schema structure-strategy-results to the particular cultural sector case, highly governmental intervened. This option not only allows a more analytical and complete approach of the Spanish performing arts markets, but it provides a new theoretical framework which can be applied to other sectors with a high level of governmental intervention.

Keywords: Imperfect Markets; Market Structure; Performing Arts; Public Intervention.

Clasificación JEL: Z10, L10, L20, H10.

Artículo recibido en octubre de 2008 y aceptado en febrero de 2009.

Artículo disponible en versión electrónica en la página www.revista-eea.net, ref. 27114.

1. PRESENTACIÓN

El sistema escénico español se caracteriza por su alta dependencia política y económica de los poderes públicos y por el papel determinante de los espacios teatrales —mayoritariamente de titularidad gubernamental— como intermediarios entre la producción privada y el consumidor final. En este sistema conviven dos mercados, el de la producción y el de la difusión, ambos imperfectos. En el primero de ellos, las compañías o unidades de producción financian su actividad fundamentalmente sobre la base del caché recibido por la venta de sus funciones a los teatros y de las subvenciones otorgadas por distintas administraciones. En el segundo, festivales y espacios escénicos, demandantes a su vez en el mercado de producciones, actúan como oferentes en el mercado de difusión. Sin embargo, los recursos para financiar dicha cadena proceden sólo limitadamente del consumidor final, ya que son las administraciones quienes aportan directa o indirectamente la mayor parte de los recursos.

La diversidad de agentes y de comportamientos, así como la complejidad que encierra la existencia e interrelación de estos dos mercados en el sistema escénico español ha dificultado su estudio desde perspectivas científicas. En este sentido, el trabajo que sigue pretende cubrir, en parte, ese vacío gracias a disponer de los datos de un estudio empírico realizado por un equipo de la Universidad de Barcelona para la Red Española de Teatros, Auditorios, Circuitos y Festivales de titularidad pública (Bonet *et al.* 2008)¹. Dicho estudio incluye los resultados de tres grandes encuestas a unidades de producción, espacios de exhibición estable y festivales escénicos realizadas a lo largo del año 2007. Asimismo, cabe tener en cuenta que la investigación se centra en la actividad escénica profesional. Ésta incluye la producción y exhibición de espectáculos en vivo de tipo teatral, coreográfico, lírico o circense, y excluye la música y otras formas de eventos.

Para interpretar las especificidades de sistema escénico español se utiliza, convenientemente corregido y adaptado a las especificidades de un sector como el cultural altamente intervenido por los poderes públicos, el marco analítico de la secuencia real estructura-estrategias-resultados de la teoría clásica de la organización industrial (Scherer y Ross, 1990). Se substituye la secuencia causal por un sistema interdependiente que incorpora las estructuras y estrategias del sector público y pone énfasis en los condicionantes de base. Dada la ausencia de información de base sobre el mercado español de las artes escénicas que permita el desarrollo de modelos empíricos, tal y como propone la Nueva Teoría de la Organización Industrial, se ha optado por partir del esquema clásico para profundizar en el juego de interdependencias y relaciones de poder entre los agentes públicos y los privados que en él se plantean.

Con el objetivo de facilitar la comprensión de la aplicación de dicho esquema analítico al caso que nos ocupa, en la primera parte del trabajo se presentan los

¹ Los datos sin fuente específica que ilustran el presente artículo proceden de esta investigación.

principales rasgos del sistema escénico español. En concreto, se analiza el papel de las administraciones públicas en el sector, así como las diversas tipologías de unidades de producción y exhibición existentes en España. En una segunda parte del trabajo se presenta el enfoque metodológico empleado en el análisis así como las referencias conceptuales de las que se parte. A continuación, se procede a aplicar el esquema analítico al sistema escénico español. Finalmente, se incluye un apartado de conclusiones.

2. LOS MERCADOS DE LAS ARTES ESCÉNICAS EN ESPAÑA

El mercado del espectáculo en vivo español ha vivido una profunda transformación a lo largo de los últimos veinticinco años, fruto de dos tendencias convergentes. Por una parte, la importantísima inversión pública en la construcción y rehabilitación de teatros y auditorios, así como el apoyo a la producción, circulación y exhibición de espectáculos (Villarroya, 2007). Por otra parte, la capacidad de iniciativa de un sector de producción y distribución privado que ha sabido aprovechar el flujo de dinero público para poner en marcha un gran número de iniciativas (Bonet, 2008).

La actividad escénica en España movilizó en el año 2005 a 13,4 millones de espectadores para un total de 58 mil funciones. Dichas representaciones tuvieron lugar mayoritariamente en los 1.382 espacios con programación escénica profesional, la mayor parte de ellos, como se verá más adelante, de titularidad pública. Un análisis de la evolución más reciente muestra un crecimiento del 36% en el número de funciones, que ha pasado de las 42.751 en el año 1998 a las 58.112 en el año 2005 (Ministerio de Cultura, 2008). El conjunto de la oferta escénica española se caracteriza por el predominio de la actividad teatral sobre el resto de disciplinas escénicas, observable tanto en el número de funciones, que en el año 2005 concentraron aproximadamente el 90% del total, como en el crecimiento de la programación teatral, de los espectadores o de la recaudación, superior al experimentado por la danza o la lírica.

El apoyo gubernamental a las artes del espectáculo se articula fundamentalmente sobre la base de tres estrategias:

1. La puesta en marcha y programación de los recintos escénicos de titularidad pública, fundamentalmente municipal, que representan el 73% de aquellos con actividad profesional estable en España.² Al cubrir dichos teatros públicos el déficit entre costes e ingresos de taquilla mediante el sistema dominante de retribuir vía caché (el 75,5% de los ingresos de las compañías escénicas), se reduce el riesgo de las unidades de producción pero convierte al programador en el verdadero demandante.

² Éste y los siguientes datos cuantitativos proceden del estudio Bonet *et al.* (2008).

2. La subvención a la producción, fundamentalmente, desde las administraciones autonómicas y el gobierno central. No obstante, en el ámbito de las artes escénicas las subvenciones sólo representan el 12,8% de los ingresos declarados por las unidades de producción.
3. El apoyo creciente a los festivales, en especial a aquellos de iniciativa y gestión pública.

El protagonismo de la inversión en “piedra” por encima del contenido o la producción se explica históricamente por el gran déficit en infraestructuras heredado del franquismo, pero no puede desvincularse de la visibilidad que aporta toda política de apoyo a la difusión. La consecuencia de dicho proceso ha sido el cambio radical del modelo económico del espectáculo en vivo: de ser un sector asentado en la iniciativa privada hasta inicios de los años ochenta y muy centralizado en Madrid y Barcelona, hoy está presente en buena parte del territorio, aunque depende directa o indirectamente de los presupuestos públicos.

Las administraciones territoriales son las protagonistas del gran crecimiento de los recursos gubernamentales destinados al sector, canalizados fundamentalmente hacia la creación y programación de recintos estables, y el apoyo a los festivales. Dicha política ha posibilitado la democratización territorial del acceso al espectáculo en vivo y ha consolidado la producción local (el 59% de las funciones de las unidades de producción escénica se representan en la propia comunidad autónoma). Los criterios de apoyo y la cercanía de creadores y público han facilitado el reconocimiento de textos, profesionales y códigos más cercanos a la realidad de cada comunidad. Sin embargo, también ha propiciado relaciones de tipo clientelar a escala regional y una menor capacidad competitiva por parte de aquellos operadores confortablemente posicionados a nivel local (Bonet y Villarroya, 2008).

La aportación agregada de las administraciones autonómica y central en artes escénicas y musicales ascendió en el año 2005 a 443,5 millones de euros. Del total de esta cantidad, el 74% fue aportado por las comunidades autónomas y el 26% restante por el Ministerio de Cultura, representando el 22,4% y el 14,8% respectivamente del total del presupuesto de dichas instituciones destinado a cultura (Ministerio de Cultura, 2007).³ De todas formas, la situación ha cambiado claramente en los últimos años. En el período 2001-2005 los recursos públicos dedicados a artes escénicas y musicales por los gobiernos autonómicos crecieron un 172%, pasando de 102.283 miles de euros a una cantidad deflactada a euros del 2001 de 278.460 miles de euros. En cambio, los recursos aportados por el Ministerio de Cultura se han reducido, en términos reales, un 11,6%, una vez restado el efecto de la inflación, pasando de 111.177 miles de euros a una cantidad deflactada de 98.313 miles de euros. Baste señalar que la participación de las comunidades

³ Por desgracia no se dispone de los datos desagregados por sectores del gasto en cultura de las administraciones locales. Pero la aportación del nivel local sobre el conjunto del gasto en cultura fue en el 2005 del 55% del total.

autónomas en el apoyo al sector ha pasado del 48% en el 2001 a representar el 74% del total en el 2005, disminuyendo en más de 26 puntos porcentuales la participación de la administración central en cuatro años.

Otra característica del panorama escénico español es la extraordinaria juventud de buena parte de las productoras, festivales y salas de exhibición: más de la mitad de las compañías y de los festivales y casi el 40% de los teatros con actividad tienen menos de 10 años de antigüedad. Si bien la juventud conlleva entusiasmo y capacidad de adaptación, el hecho que ésta esté unida a un escaso tamaño medio y a una gran dependencia del apoyo gubernamental genera una cierta preocupación con vistas al proceso de estabilización del sector y a la actual crisis económica que va a reducir considerablemente los recursos de las administraciones territoriales.

El reducido tamaño y la escasa profesionalización de algunos de los operadores que ofrecen espectáculos es una constante habitual en el sector. Sólo el 36,5% de las compañías censadas en el Centro de Documentación Teatral (CDT) superan el doble filtro de un presupuesto de más de 25.000 euros y haber producido un espectáculo en los últimos 3 años. Es más, del millar de unidades de producción escénica activas en España, el 46% no llega a los 50.000 euros de presupuesto de gastos. Más allá, el 51% de los teatros con programación profesional estable no alcanza los 100.000 euros de presupuesto; éstos programan de media 36 espectáculos al año, muchos no profesionales, y recaudan 31.000 euros anuales, 544 euros por representación. Finalmente, sólo el 41% de los 746 festivales censados en el CDT pueden ser considerados como escénicos profesionales⁴.

Sin embargo, este minifundismo se compensa con la consolidación de diversas medianas y grandes empresas con experiencia e importante capacidad de iniciativa. Estas grandes empresas de producción y distribución se ubican mayoritariamente en grandes ciudades. Resultado de esta consolidación, existe una creciente diversificación de la oferta y la demanda gracias a la multiplicación de iniciativas desde los recintos privados y los festivales. Muchas de estas iniciativas son espectáculos de alto coste con estrategias de marketing muy potentes.

Los festivales y, en menor medida, también las salas estables, buscan singularizar su oferta. En las pequeñas y medianas ciudades los recintos estables a veces utilizan los ciclos especializados para acercarse a públicos específicos, pero su posición de monopolio natural les obliga en general a un cierto eclecticismo. Los festivales, por su parte, lo tienen más fácil en el territorio, ya que pueden arriesgar especializándose e invitando espectáculos de mayor prestigio. Por lo que respecta a las grandes ciudades, cada sala ocupa su lugar en el sistema escénico local, con modelos de gestión y estrategias complementarias (duración del espectáculo, precio, fidelización del público) por géneros, titularidad de la gestión, tamaño del aforo y otras muchas variables. Más extremo es el caso de las salas alternativas y de los festivales de iniciativa independiente, modelos de negocio más débiles, que

⁴ Los criterios utilizados para definir un festival profesional han sido: carácter excepcional e imagen de marca propia diferenciada de la programación habitual del espacio o de las fiestas patronales, más de 2 días de duración, y la representación de más de 6 espectáculos profesionales (con caché).

deben arriesgar más en su singularización para sobrevivir ante la oferta más competitiva de las grandes urbes.

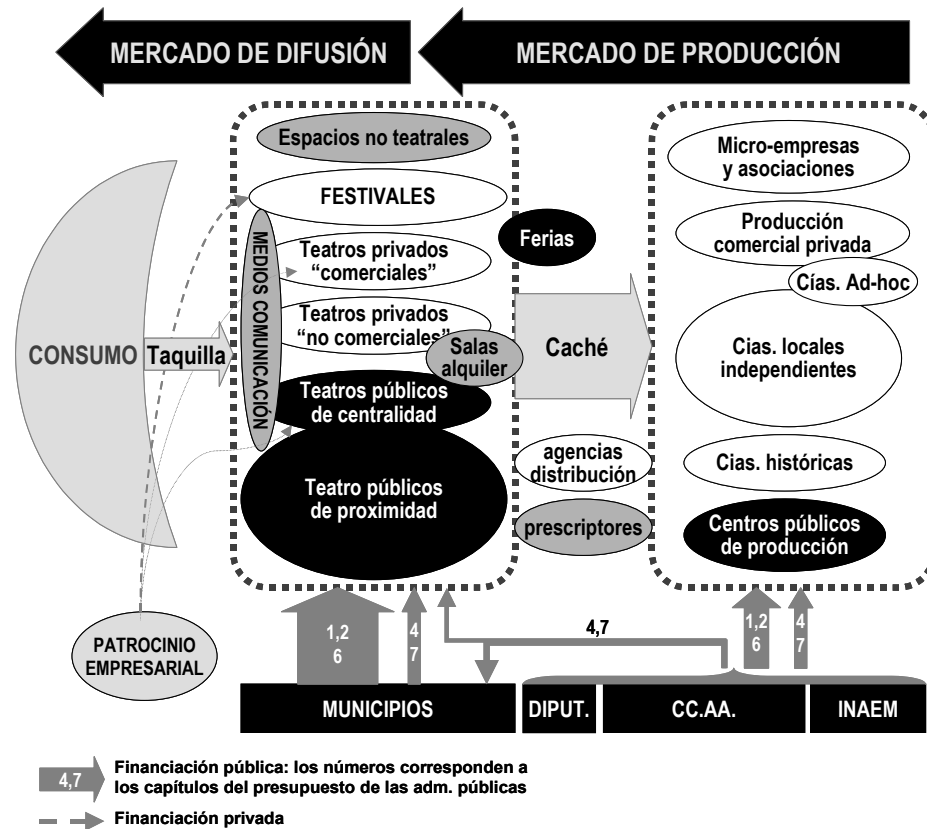
La implosión de los festivales en los últimos años se explica por su intensidad temporal, su notoriedad mediática, su impacto económico y las débiles barreras de entrada y salida que conllevan desde una lógica administrativa y política⁵. La característica común es que el programador, a menudo el verdadero promotor del festival, basa su autoridad en su red de contactos, e intenta convencer a patrocinadores y políticos de las bondades de su propuesta.

En el fondo, cada género, formato de exhibición, tipo de sala conlleva un modelo de negocio y unas audiencias específicas: el teatro familiar o escolar (que representa el 30% de las unidades de producción profesional), la lírica o el musical frente a la danza contemporánea, el teatro de objetos y las salas alternativas frente al teatro comercial, entre otros ejemplos.

En definitiva, la estructura del sistema escénico español (véase Tabla 1) se construye sobre un doble mercado, en el que los recintos escénicos y los festivales (ejes del sistema, ambos mayoritariamente de titularidad pública) ejercen de demandantes del mercado de producción (en el que la oferta está constituida por espectáculos de provisión privada, mayoritariamente subvencionada), y de oferentes en el mercado de difusión. La mayor parte de los recursos públicos se destina a la programación de los recintos de gestión gubernamental (capítulo 1 del presupuesto —personal— y 2 —compra de bienes y servicios—) o a gastos de inversión en los mismos (capítulo 6). Las transferencias corrientes o de capital (capítulos 4 y 7) se destinan de forma mayoritaria a otras instituciones públicas, aunque también a la producción de espectáculos o a la rehabilitación de teatros privados. Los ingresos de taquilla o por patrocinio alimentan parcialmente el mercado de difusión (en especial, la oferta con más renombre), pero quedan lejos de la facturación total por caché. Finalmente, cabe no olvidar el papel de los medios de comunicación, las ferias y las agencias de distribución como vehiculadores del sistema.

⁵ Para un análisis detallado sobre el impacto económico de los festivales, véase los estudios de Devesa (2006) y Herrero y Devesa (2007).

TABLA 1
Estructura del sistema escénico español.



A grandes rasgos es posible distinguir seis modelos de organización, desde una perspectiva económica, en el ámbito de la producción escénica profesional en función del grado de implicación gubernamental, tamaño del centro y riesgo asumible:

1. Los Centros de producción públicos. Su dependencia de la administración asegura un riesgo casi nulo, elevados costes de producción, y un número de profesionales en escena muy superior a la media. En algunas comunidades autónomas bajo este nombre se conocen aquellas estructuras gubernamentales de apoyo a la producción o a la coproducción con terceros.
2. La Producción comercial privada. A cargo de empresas que producen espectáculos de gran formato (teatro musical, producciones con estrellas televisivas, comedias de éxito, etc.) centradas en las ciudades de Madrid y Barcelona. En este ámbito ha entrado capital internacional (la principal empresa de

teatro musical es británica) y es habitual la compra de derechos de grandes éxitos internacionales. Los altos costes de producción se financian vía entrada, patrocinio, acuerdos con los medios de comunicación y subvenciones públicas. En general, los grandes éxitos compensan los diferentes fracasos que una productora puede tener a lo largo del año.

3. Las Compañías históricas. Empresas nacidas de algunas compañías independientes que lograron situarse con los años como marcas de prestigio internacional. La mayoría de sus producciones son de mediano o gran formato, explotan sus espectáculos por todo el país y el extranjero y consiguen presencia en los festivales y recintos más emblemáticos. Combinan los espectáculos de iniciativa propia con la producción por encargo. Su prestigio les asegura la subvención pública y aprovecharse de las líneas de producción o coproducción con festivales o centros públicos. Estas compañías tienen unos presupuestos altos y un riesgo de negocio más bien bajo, ya que, en situación de quiebra, la administración acostumbra a ayudarlas⁶.
4. Las Compañías o grupos independientes. Es el modelo dominante en España. En general, producen espectáculos de pequeño o mediano formato, con cierto acceso a las subvenciones, aunque sus ingresos proceden mayoritariamente de la venta de sus espectáculos a teatros o festivales de titularidad pública o de las cajas de ahorro. Buena parte de estas compañías son empresas personales o de responsabilidad limitada, aunque también se dan asociaciones, formadas por un mínimo núcleo artístico y un equipo estable de colaboradores (actores, instrumentistas, etc.). Algunas productoras de este tipo se asientan en salas alternativas y circulan por otros teatros de pequeño tamaño. Los costes de este modelo son bajos y su inversión está condicionada por la subvención. Su riesgo se ve atenuado en función de su integración en circuitos y su vínculo con los programadores.
5. Empresas ad-hoc ligadas a una única producción. Es un modelo emergente, aún minoritario formado de las uniones temporales de profesionales reconocidos, con o sin continuidad en el tiempo. Este modelo tiene unos costes y unos cachés medios-altos, obteniendo asimismo apoyo público.
6. Micro-compañías. Estructuras muy pequeñas, a menudo sin personalidad jurídica propia, especializadas en teatro escolar o familiar o artes parateatrales de calle. Sus cachés son muy bajos, pues sus costes de estructura son casi nulos, hecho que les dificulta el acceso a subvenciones públicas, aunque sus ingresos pueden proceder de la venta de sus espectáculos a municipios u otros espacios recreativos.

En el ámbito de la exhibición, es posible distinguir también seis grandes modelos de organización:

⁶ Éste ha sido el caso, por ejemplo, de compañías como Comediants o la Fura dels Baus.

1. Las Salas de gestión pública. Se trata de teatros bien equipados, contruidos o adaptados en los últimos años, fundamentalmente de titularidad municipal, que garantizan en la mayoría de ciudades la oferta teatral de mayor calidad. Su actividad está altamente financiada por las administraciones públicas. Cabe distinguir entre los teatros públicos de centralidad (titularidad del Instituto Nacional de las Artes Escénicas y Musicales, de algunas comunidades autónomas o con presupuestos superiores al medio millón de euros) y los teatros públicos de proximidad, de titularidad municipal y con presupuestos de gestión mucho más modestos.
2. Los Teatros privados de gestión comercial. Situados casi exclusivamente en Madrid, Barcelona y en alguna otra gran ciudad, presentan producciones de gran formato (en teatro, fundamentalmente musicales y comedias), dirigidas al público en general. Aunque reciben subvenciones, la mayoría de sus ingresos proceden de la taquilla.
3. Las Salas privadas de alquiler. En general, corresponde a salas de antiguos teatros comerciales, asociativos o escolares que han dejado de programar a riesgo propio y alquilan el equipamiento a municipios, programadores privados o cajas de ahorro que no disponen de espacios equivalentes. En algunos casos mantienen un cierto nivel de actividad de programación propia.
4. Las Salas alternativas o no comerciales. Se trata de teatros o espacios de gestión privada, con bajos ingresos propios, que presentan una mezcla de producciones propias y ajenas de pequeño formato. Situadas en grandes ciudades, donde complementan la programación de los grandes teatros con producciones alternativas o especializadas, reciben pequeñas subvenciones que escasamente les garantizan la supervivencia.
5. Los Festivales. Se trata de la concentración temporal de una programación más o menos especializada con el objetivo de mostrar espectáculos que normalmente no están al alcance. Tienen una mayor facilidad para encontrar financiación, tanto pública como privada, gracias a la focalización de la imagen en un espacio y tiempo concretos.
6. Teatro de calle y en espacios no teatrales. Éstos representan una gran variedad de propuestas. Por lo que respecta al teatro, destacan los pasacalles festivos, las muestras de artes parateatrales, el teatro familiar y el show conmemorativo. La financiación corre a cargo de municipios, de centros comerciales, de espacios de ocio, o se encuentra asociada a presupuestos de grandes eventos. El acceso a estos eventos es mayoritariamente gratuito.

Finalmente, merece reseñar la interdependencia entre el espectáculo en vivo y la industria audiovisual, que se produce tanto en la participación de actores y técnicos escénicos en series de ficción, como en publicidad o en el doblaje. Desde una perspectiva económica, dicha relación permite aprovechar sinergias entre ambos secto-

res, pues facilita la profesionalización de un número mucho más elevado de empresas, actores y técnicos, contribuye a la creación de un *star system* que impulsa la demanda local, aunque también comporta tensiones por la muy superior remuneración del sector audiovisual respecto al espectáculo en vivo (Benhamou, 2002).

3. ENFOQUE METODOLÓGICO DESDE LA PERSPECTIVA DE LA ECONOMÍA INDUSTRIAL

El paradigma clásico estructuras-estrategias-resultados de la economía industrial (Mason, 1939; Bain, 1959; Scherer, 1970 y, en particular, la síntesis de Scherer y Ross, 1990) puede ser utilizado desde una perspectiva especialmente apropiada en un sector como el cultural. En especial, si se incorpora la visión crítica de Jacquemin (1989) desde la óptica de la Nueva Organización Industrial, y las aportaciones de la Escuela Francesa (Arena, 1988 y 1999).

La teoría clásica de la organización industrial se basa en la secuencia real estructuras-conductas-resultados. Ésta permite, por un lado, describir la complejidad de las relaciones en forma de razonamiento encadenado de tipo causal. Por otro, explica cómo determinadas condiciones de base de un sector productivo específico determinan su estructura industrial, y condicionan las estrategias de las empresas, para acabar traduciéndose en unos resultados económicos y sociales. De esta forma, el entorno tecnológico y normativo, así como la constitución de la propia oferta y demanda del mercado preestablecen las condiciones de base de un sector. A partir de aquí es posible estudiar las estructuras o ejes sobre los que se desarrolla la competencia y que explican el número de agentes, las estructuras de coste, las barreras de entrada, el grado de diferenciación del producto, la concentración o integración productiva, el crecimiento o la internacionalización del sector. Sobre ambas bases, las empresas definen sus comportamientos o estrategias de precios, marketing, innovación o inversión con el objetivo de minimizar incertidumbres y posicionarse frente a la competencia.

La aplicación del paradigma estructuras-estrategias-resultados en el sector cultural no ha sido algo muy habitual, aunque Throsby y Withers (1979, 41) en su trabajo seminal sobre las artes escénicas ya aplicaron la simultaneidad e interacción entre estructura, conducta y resultado en su estudio centrado en la realidad de Australia, Canadá, Reino Unido y Estados Unidos. En general, cabe señalar que escasean estudios aplicados al sector basados en éste u otros paradigmas de la economía industrial.

El esquema en el que se sustenta el presente análisis utiliza una doble estructura paralela interconectada a escala horizontal, entre el ámbito empresarial y el ámbito institucional o gubernamental. Se parte del paradigma clásico pero substituyendo el carácter estrictamente de secuencia causal por otro que incorpora el conjunto de interacciones que se dan en el seno del sistema. Se trata de incorporar al estudio de las condiciones de mercado y de la competencia, tal como sugieren Arena *et al.*

(1988: 174), el análisis de las relaciones entre agentes de distinta naturaleza, tanto mercantiles como no mercantiles, dotados de una dinámica cuya naturaleza y mecanismos de funcionamiento se trata de determinar. De esta forma, por un lado, las interdependencias verticales (desde los condicionantes de base hacia el paradigma estructuras-estrategias-resultados, y viceversa) permiten describir mejor las complejas relaciones entre las políticas y las estrategias de los agentes que componen el mercado escénico español. Por otro lado, es interesante constatar —como señala Jacquemin (1989: 4)— el juego de interdependencias y relaciones de poder de carácter horizontal entre los agentes públicos y los agentes privados, tanto a nivel de las estructuras, como de las estrategias y los resultados.

Sin embargo, dada la limitación de información disponible en el caso que nos ocupa, no es posible desarrollar una gama completa de modelos como la Nueva Teoría de la Organización Industrial propone. Por esta razón se opta por corregir el esquema clásico con vocación de interpretación general incorporando al ámbito de mercado la estructura, estrategia y resultados del ámbito gubernamental, y el juego de interdependencias y relaciones de poder que interactúan entre los agentes públicos y los privados.

Así pues, a partir del paradigma estructuras-estrategias-resultados se plantea un esquema analítico de mayor complejidad (véase Tabla 2) que conecta de forma interdependiente, y no únicamente causal, cada una de las secuencias de los ámbitos de mercado e institucional entre sí. De esta forma, factores como las características del sistema económico, la dinámica tecnológica y de la demanda, o la función de producción interactúan con los condicionantes de base institucional (marco legal y constitucional, organización territorial, cultura política, otras políticas institucionales, valores y dinamismo cultural), y asimismo con las estructuras de mercado (concentración de mercado, barreras de entrada, diferenciación de productos e internacionalización) y de la política gubernamental (finalidades e instrumentos de la política cultural gubernamental) que se derivan.

Estas estructuras interactúan con las estrategias mercantiles (cultura organizativa y recursos humanos, financiación, programación y costes, marketing y gestión del patrimonio simbólico y formación de públicos) e institucionales (asignación de recursos, mecanismos de intervención y prácticas de concurrencia y cooperación intergubernamental) que, a su vez, condicionan los resultados. Los resultados del ámbito mercantil (crecimiento y diversificación, rentabilidad, progreso técnico y eficiencia productiva y nuevos productos y mercados) interactúan con los de base institucional (reconocimiento social y político, oferta cultural local, consumo y participación cultural y diversificación de la vida cultural) y ambos se interrelacionan en sentido ascendente, a través de un efecto *feed back*, con las estrategias. De tal forma que los resultados pueden terminar modificando a medio plazo las estrategias, tanto de los agentes privados como públicos, pero también las estructuras del mercado escénico.

TABLA 2
Adaptación del paradigma estructuras-estrategias-resultados.



4. APLICACIÓN AL SECTOR ESCÉNICO ESPAÑOL

El sistema escénico español se adapta perfectamente al marco analítico del esquema estructuras-estrategias-resultados presentado en el apartado precedente. A continuación se ilustran los condicionantes de mercado e institucionales, así como las estructuras, estrategias y resultados observados en el particular escenario español con sus interacciones verticales y horizontales.

4.1. Condicionantes de base

En el caso del sistema escénico español es evidente que los condicionantes de base gubernamental tienen un peso considerable. En este sentido, los principios del estado social de derecho que define la Constitución de 1978 y la consolidación del estado de las autonomías explican tanto el alto nivel de intervención gubernamental sobre los mercados culturales como su elevada descentralización territorial. De esta forma, las economías de localización tan presentes en el conjunto de mercados culturales occidentales se relativizan en el caso español a lo largo de los últimos veinte años, en especial en lo que concierne a las artes escénicas⁷. Aunque los grandes espectáculos se producen y se explotan preferentemente en las dos capitales culturales del país, la lógica política ha propiciado una descentralización de la oferta y, consecuentemente, de la demanda escénica, correctora de la dinámica centralizadora natural del mercado.

Así, el énfasis en el desarrollo local de las administraciones territoriales refuerza su papel de actor protagonista del objetivo central de las políticas culturales gubernamentales: la democratización cultural⁸. A ello cabe añadir el elevado retorno simbólico y legitimador que la cultura aporta a las instituciones y a los responsables gubernamentales más cercanos a la ciudadanía. Su consecuencia es el gran incremento de la participación de las administraciones territoriales en el gasto cultural público agregado en España y su mayor participación sobre el presupuesto respectivo de cada administración cuanto más bajo es el nivel de gobierno implicado (con independencia de la obligatoriedad legal de prestación de servicios)⁹.

Otros condicionantes de base son la particular cultura política, y los valores y dinámicas culturales dominantes en el contexto español que condicionan no sólo la

⁷ En cambio, las economías de localización se mantienen muy fuertes en España en sectores como el audiovisual o el editorial (Cubelles, 2008).

⁸ Cabe no olvidar el mandato constitucional expresado en el artículo 44.1 “Los poderes públicos promoverán y tutelarán el acceso a la cultura, a la que todos tienen derecho”.

⁹ La participación de las administraciones territoriales (comunidades autónomas y corporaciones locales) en el gasto cultural ha pasado de representar el 66,8% en el año 1996 al 85,2% en el 2006 (Ministerio de Cultura, 2002, 2008). Respecto a la proporción del gasto liquidado en cultura sobre el presupuesto total de cada nivel de gobierno, en el año 2006 fue del 0,50% para la administración central del estado, del 1,21% para los gobiernos autonómicos y del 4,99% para la administración local, siendo en este último caso muy escasos los servicios que deben prestar obligatoriamente (Ministerio de Cultura, 2008).

demanda sino también la estructura del mercado y las estrategias de los diversos actores involucrados. Entre los agentes públicos y privados (políticos, altos cargos de la administración, directores artísticos, empresarios de compañías, medios de comunicación, etc.) se da un denso tejido de intereses e interdependencias, el cual no es ajeno a una cultura política con un claro sesgo clientelar, común en gran parte de los países del sur de Europa (Négrier, 2007).

Por su lado, entre los condicionantes de base de ámbito mercantil cabe destacar el crecimiento económico de las dos últimas décadas, que ha propiciado una explosión de propuestas escénicas y un crecimiento sostenido de la demanda. Cabe tener en cuenta que el espectáculo en vivo no se ha visto casi afectado por el cambio tecnológico digital. Así, mientras que las industrias culturales basadas en bienes digitales ven modificar sus estructuras y deben, en consecuencia, adaptar drásticamente sus modelos de negocio (Shapiro y Varian, 1999; Rayna, 2008), el espectáculo en vivo sólo las aprovecha colateralmente (para potenciar sobretudo las estrategias de difusión).

El carácter altamente artesanal de este sector (Baumol y Bowen, 1966) explica el crecimiento sostenido de los costes de producción. Su traslación a los precios, directa en el caso del mercado de producción vía caché, queda más relativizada para el consumidor final gracias a la gran aportación gubernamental destinada a programación. La función de producción del espectáculo en vivo descrita inicialmente por Baumol y Bowen (1966) y por numerosos otros autores con posterioridad (Throsby y Withers 1979; Throsby 1992; Preece 2005) debe adaptarse en cada una de las realidades analizadas. En el contexto español, la aportación inicial de capital compartida por el sector privado (a riesgo) y por el sector gubernamental (casi siempre a fondo perdido) cambia género a género, territorio a territorio, así como la aportación vía auto-explotación de los profesionales que inician aventuras artísticas.

Por lo que respecta a la demanda del espectáculo en vivo, las estimaciones de la elasticidad precio, en el corto plazo, suelen ser negativas, y tienden a ser relativamente pequeñas y estadísticamente significativas (Moore, 1966; Withers 1980; Gapinski, 1984, 1986). En el caso de las unidades de producción (compañías u orquestas concretas), los resultados suelen ser diversos y con valores superiores (Felton, 1992). En contraposición con los resultados anteriores, Lévy-Garboua y Montmarquette (1996) en su estimación de la asistencia al teatro en Francia obtienen demandas elásticas al precio. Esta disparidad en los resultados puede obedecer tanto a las diversas hipótesis de partida como a las variables de interés incluidas en unos y otros análisis empíricos. En cuanto a las estimaciones de la elasticidad renta, éstas suelen ser positivas, aunque no siempre estadísticamente significativas, y con valores inferiores a la unidad.¹⁰ En el caso de España, los estudios en este ámbito son relativamente escasos y se han centrado sobretudo en el perfil de las audiencias. Así, Prieto y Fernández (2000) señalan, por un lado, la incidencia posi-

¹⁰ Para una revisión de estos estudios, véase Albi (2003).

tiva que sobre el consumo de música clásica tienen el nivel educativo y la residencia en zonas urbanas y, por otro, el carácter negativo representado por la inactividad laboral y la edad. En un sentido similar, Mañas y Gabaldón (2001) señalan que la educación y la región de residencia determinan la asistencia al cine, teatro y espectáculos musicales (considerados conjuntamente).

4.2. Estructuras

La estructura del mercado escénico español se subdivide en dos: el mercado de producción y el mercado de difusión. La administración pública es al mismo tiempo el principal demandante del mercado de producción y el principal oferente del mercado de difusión (como ya se ha comentado, casi dos tercios de los teatros con oferta profesional son de titularidad pública). Además, con sus ayudas a la producción reduce el riesgo inicial de una industria con elevados costes fijos que en caso de fracaso tiene escasas posibilidades de recuperar la inversión realizada (*sunk cost* o *costes enterrados*). Asimismo, con la inversión en construcción y rehabilitación de teatros (públicos o privados) alimenta una oferta de espacios activos. Espacios que permiten la circulación de los espectáculos y ayudan a amortizar los costes de producción de las compañías (Albi, 2003). Asimismo, a través de la política de precios de entrada subvencionados favorece la demanda. Estamos pues, como en Francia, ante unos mercados imperfectos (Sagot-Duvauroux, 1986).

La estructura del sistema escénico español, analizada desde la perspectiva de su cadena de producción-distribución-exhibición-consumo, nos muestra una diversidad de agentes y relaciones, con un flujo financiero claramente contrastado, tal como se podía observar en la tabla 1. El consumo final, razón de ser de la actividad, sólo financia directamente, a través de la taquilla, una pequeña parte de los costes (en especial en los recintos y festivales públicos). Distintas formas de aportación gubernamental compensan el déficit resultante. La principal aportación procede de los ayuntamientos pues son los principales responsables de la puesta en marcha y programación de sus teatros y festivales. Los restantes niveles de gobierno, aún y contar con algún teatro a su cargo, destinan el grueso de su aportación bien vía apoyo a los municipios (transferencias corrientes de sustento a la programación, o transferencias de capital para rehabilitar y dotar las salas), bien subvencionando la producción y la gira de las compañías. Finalmente, el patrocinio empresarial, claramente marginal para el sector, se concentra en los recintos y festivales de mayor prestigio o popularidad, y de forma más marginal en la producción de espectáculos. En término medio, el patrocinio puede oscilar entre el 1,1% de los ingresos en unidades de producción con un nivel de gastos de 50 a 100 mil euros a un 15,7% en unidades con un presupuesto superior a los 500 mil euros. En el caso de los grandes festivales, el patrocinio empresarial puede llegar a representar el 20,6% de los ingresos (Bonet *et al.*, 2008).

Producir un espectáculo, a excepción de los grandes musicales o la lírica, es relativamente barato si se compara con otras industrias. Ello explica el elevadísimo

número de unidades de producción activas con espectáculos profesionales en el mercado y un presupuesto anual de gastos muy reducido. El acceso a las subvenciones sí que podría representar una barrera de entrada para aquellas iniciativas menos reconocidas (Jenkins y Austen-Smith, 1982). No obstante, la particular descentralización política española la convierte en una barrera poco apreciable en el caso español.

De todas formas, cabe distinguir entre aquellos espectáculos que giran fundamentalmente por festivales y teatros municipales (la gran mayoría de la oferta existente en España) y aquellos que hacen temporada en un gran teatro metropolitano. En el primer caso, se dan escasas economías de escala pues el alto grado de diferenciación del producto y la elevada segmentación territorial del mercado hacen irrelevante la reducción del caché sobre la base del número total de funciones contratadas. Cabe tener en cuenta que, a excepción de Barcelona y Madrid, en el resto de España dada la estrechez de la demanda es muy difícil la programación de más de 3 funciones por espectáculo y casi nunca se contrata compartiendo el riesgo de la taquilla. Las reducciones de la remuneración, cuando se programa más de una función a caché, no suelen responder a condicionantes de la producción sino a estrategias de comercialización. Los costes variables asociados a la representación de una obra en una ciudad (montaje y desmontaje, salario artistas y técnicos, o publicidad) constituyen la parte substancial del presupuesto de explotación de una gira, mientras que la amortización de los costes fijos de producción es marginal o ha sido ya financiada por las subvenciones a la producción.

Cada uno de estos teatros, obligado a una programación ecléctica al ejercer de monopolios en su ciudad, procede a valorar la cantidad de espectáculos a incorporar en su programación anual, así como el coste agregado que ello representa. La elevada proporción de obras con una cierta repercusión existente para cada segmento de precio entre un caché de 1.000 euros y otro de 12.000, permite disponer de una gran diversidad de opciones, si uno excluye la calidad como criterio, tal como se verá cuando se comente la política de programación (Bonet *et al.*, 2008).

Según este mismo estudio, puesto que se acostumbra a contratar un espectáculo por compañía, y que muchas de ellas son de ámbito regional, el número medio de funciones por espectáculo programadas en los recintos escénicos españoles se sitúa, en el período 2004-2006, en torno a 1,82. En el caso de las ciudades de Barcelona y Madrid, estos porcentajes ascienden, en término medio, a 13,1 y 18,8 respectivamente.

Estamos, pues, ante un mercado con una altísima diferenciación del producto ligada a condicionantes de localización, de accesibilidad y de especialización de género, tal como ya señalaba el estudio pionero de Throsby y Withers (1979). Esta diversidad se acentúa por la multiplicidad de fórmulas que pueden adoptar los distintos tipos de oferta atendiendo a la organización y profesionalización, a la naturaleza tecno-estética de la producción, o a la búsqueda del interés general o de lucro en la comercialización de la producción (LeRoy, 1992).

Junto a la diferenciación, cabe destacar también las barreras político-territoriales y a veces también las lingüístico-culturales que caracterizan el mercado de producción interno español. Por otro lado, sólo los grandes festivales y los teatros situados en las grandes capitales programan espectáculos internacionales. Así, en los municipios con una población entre 200 mil y más de un millón de habitantes, los espectáculos de origen extranjero pueden representar en torno al 15% de la programación (Bonet *et al.*, 2008). Por tipología de teatro, son los privados comerciales y los públicos de centralidad los que concentran una mayor programación de origen internacional, con porcentajes que alcanzan el 20% y el 14% respectivamente. Curiosamente no se observan diferencias cualitativas entre el teatro de texto y la danza, pues parecería que el idioma debería dificultar el acceso al teatro.

Así, pues, la estructura del mercado de difusión es claramente monopolista (el ya citado caso de ciudades con un único teatro profesional) o bien marcadamente de competencia monopolística. Tal como señalan Heilbrun y Gray (1993), en ciudades grandes con multiplicidad de espacios escénicos la programación compite con productos marcadamente diferenciados, no sólo a nivel de cada género escénico sino con el conjunto de la oferta cultural y de ocio. Por otro lado, en dichas ciudades se da una mayor concentración de oferta per cápita, pues las economías de localización facilitan la viabilidad de espacios y productos especializados, así como de aquellas producciones de mayor coste (ópera o teatro musical). Esto explica, asimismo, la concentración de las mayores empresas en dichas metrópolis, así como los espectáculos con mayor número de espectadores y recaudación¹¹.

4.3. Estrategias y conductas

La cultura organizativa condiciona y forma parte al mismo tiempo de las estrategias gerenciales de una institución. Uno de sus principales aspectos es la forma jurídica que adoptan estas organizaciones. En contraposición al modelo anglosajón, en España el papel desempeñado por el sector no lucrativo es marginal en la producción y en los espacios escénicos, al ser muy débiles los incentivos fiscales que favorecen dicha opción. En el ámbito de la producción escénica, según Bonet *et al.* (2008), la forma jurídica dominante es la mercantil (53,4%), bajo la forma de sociedad limitada o anónima, seguida de fórmulas empresariales unipersonales (20%). En la exhibición destaca el predominio público con un 73% de las salas, al que le siguen los teatros de titularidad mercantil (16%). Cabe tener en cuenta que algunos teatros públicos se hallan gestionados, en la actualidad, por fundaciones sin ánimo de lucro, que dan cabida al mecenazgo o a la participación privada de

¹¹ Cabe tener en cuenta que la oferta escénica de una metrópolis es ambivalente pues al lado de los más de 300 mil espectadores de un musical como *Grease*, el número medio de espectadores por espectáculo y por función fue en Barcelona en el año 2007 de 3.861 y 273 respectivamente (Ver www.revistadigitaldelaescena.org/RDE2007/indexRDE2007.php). Asimismo, cabe tener en cuenta que junto a teatros comerciales con un par de títulos en explotación por temporada, otros espacios se especializan en una alta rotación de los espectáculos.

entes privados. Finalmente, un 65,6% de los festivales son de propiedad gubernamental y un 25% tiene carácter no lucrativo.

En lo relativo a la gestión de los recursos humanos, no sólo la mayoría de estructuras ocupan un número muy limitado de empleados, sino que el mismo oscila en función de la dinámica temporal del proyecto. Esta estrategia es lógicamente mucho más común en el caso de los festivales que en el de los espacios de exhibición estable. En los teatros, el equipo técnico de la casa asegura el funcionamiento diario de la institución y se subcontratan los servicios periféricos y las puntas de actividad. En la producción, un pequeño equipo formado habitualmente por el director artístico y una gerencia contrata proyecto a proyecto al resto del equipo artístico y técnico necesario, casi siempre profesionales cercanos con larga experiencia de trabajo en común. Estamos ante un sistema de organizaciones latentes, cada vez más habituales no sólo en el ámbito de la cultura sino también en todas aquellas actividades basadas en proyectos no continuos que requieren de profesionales con experiencia de trabajo en común.

Desde una perspectiva financiera, como prácticamente en todas las actividades con una alta participación de la administración y limitados ingresos propios, predominan las estrategias dirigidas a conseguir recursos externos. Éstos proceden bien de las diversas líneas de subvención pública, bien del patrocinio empresarial. Parecería que sólo la iniciativa privada necesita este tipo de recursos externos, pero paradójicamente la mayoría de teatros, festivales y producciones de titularidad pública compiten asimismo por ellos. La aportación de la respectiva administración permite cubrir sólo una parte de la diferencia entre ingresos propios y costes, pero es necesario equilibrar el presupuesto de gastos con fondos de niveles de gobierno superiores y el patrocinio. Los primeros acostumbran a estar encauzados vía subvenciones específicas, transferencias pactadas o asignaciones compartidas de gasto (subvenciones directas o condicionadas, cofinanciación). Por lo que respecta al patrocinio, los proyectos públicos de mayor valor simbólico local compiten con ventaja respecto a buena parte de los proyectos de iniciativa independiente.

La iniciativa privada, al no contar con la aportación a fondo perdido de una administración específica, debe equilibrar la diferencia entre los ingresos propios y los costes forzosamente vía subvención pública o patrocinio. Las subvenciones a la producción dependen básicamente de dos factores: la adecuación de la propuesta a los objetivos de la convocatoria, y del prestigio y cercanía al poder de la entidad solicitante. En todo caso, la cantidad de información disponible sobre una entidad y su proyecto condiciona el nivel de apoyo aportado. El carácter asimétrico de la información existente sobre las estrategias de venta de productos culturales y de ocio ha sido ya puesto de relieve en este ámbito por otros autores (Herrero, 2002).

Las estrategias para obtener recursos propios dependen de la tipología del oferente, del demandante y del proyecto a financiar. La política de precios de un productor que vende sus espectáculos a la red de teatros pública será muy distinta del que explote sus obras fundamentalmente a taquilla en uno de los teatros de Madrid

o Barcelona. En la mayor parte de teatros públicos de provincia, el incentivo de cobro a taquilla es prácticamente nulo dado el gran diferencial con el precio del caché. Por otro lado, la mayoría de teatros públicos pagan por un espectáculo un precio superior (el caché publicitado) al satisfecho por los teatros privados y por muchos festivales (en especial, los de referencia en un determinado género), al contar con partidas propias y ajenas (subvenciones condicionadas) que dificultan su capacidad negociadora con las empresas de producción. En contraste, el exhibidor privado acostumbra a negociar el caché en función del potencial de ingresos de la obra, el número de funciones y el aforo del teatro. Por su lado, los festivales se aprovechan de su papel como ventana de promoción y reconocimiento para negociar cachés especialmente bajos, en especial, cuando la compañía no es muy conocida. Las empresas del espectáculo tienen todas las características de monopolios discriminantes, en tanto que operan en un mercado segmentado pudiendo establecer precios distintos en cada uno de estos segmentos (Dupuis 1984). En cualquier caso, la situación variará en función del nivel de notoriedad o reconocimiento de la organización y de su proyecto, y del carácter institucional o no como proveedor o como cliente. Es decir, aunque globalmente el principal demandante es el sector público, cada teatro o festival actúa como un agente independiente.

Para evitar la pérdida de poder ligado al comportamiento individual de los exhibidores públicos, nacen las redes autonómicas o provinciales de programadores, que cuentan asimismo con cofinanciación suplementaria de los gobiernos autonómicos y las diputaciones. Sin embargo, su efectividad como central de compras es bastante limitada dada la competencia entre teatros próximos y el diferencial de poder (financiero o de prestigio) entre los distintos miembros de la red. En la práctica, el mercado puede evolucionar desde un monopsonio, en el que el festival o teatro en posición de centralidad (los de mayor prestigio o situados en Madrid o Barcelona) pueden exigir una significativa rebaja del caché publicitado, a un monopolio de oferta en el que las compañías prestigiosas o los espectáculos de mayor éxito aprovechan su notoriedad para obtener una mayor remuneración de su servicio. En estos casos, el mercado deviene un monopolio bilateral, tal como señalaba ya para el caso francés Sagot-Duvaurox (1986).

El programador público depende sólo en parte de los ingresos de taquilla, con lo que más allá de un cierto nivel de éxito de público (que evidentemente le genera ingresos) busca la utilidad que le reportan el prestigio de la programación o la reacción del resto de financiadores (su propia administración incluida). Es decir, debe tener en cuenta el número de espectáculos, calidad y prestigio del conjunto de la programación que presenta, y su relación con la misión de la institución y los objetivos extrínsecos de carácter social o político. Cada programador escoge aquella combinación de obras que mejor equilibran su presupuesto y posicionamiento en el mercado. Así, combina espectáculos caros y baratos, consolidados e innovadores, de compañías autóctonas y de procedencia externa, con el fin de que la aportación a fondo perdido y los ingresos por taquilla compensen la suma de cachés y el resto de gastos directos de la programación.

El diseño de una producción, al igual que una línea de programación, depende del mercado al que esté dirigido. Por ejemplo, el ámbito del teatro infantil debe tener muy en cuenta que los programadores (teatros municipales, cajas de ahorro o escuelas) y las familias no están dispuestos a remunerar excesivamente el trabajo artístico. En estos casos, para garantizar su viabilidad económica las compañías deben reducir tanto como sea posible los costes de producción de cada espectáculo y el coste variable de cada una de las funciones (puestas en escena poco costosas y fáciles de montar y desmontar, número reducido de actores en escena, etc.). En cambio, las grandes producciones para los teatros comerciales deben invertir muchos recursos en difusión y publicidad, en un elenco mediático (y, por lo tanto, caro), y una puesta en escena espectacular.

Por lo que respecta al mercado de difusión, cabe distinguir, por el lado de la oferta, de nuevo entre el comportamiento del exhibidor público y del exhibidor privado y, por el lado de la demanda, la capacidad económica y el capital cultural del público.

La política de precios de las localidades de los teatros y los festivales responde en España, al igual que en otros países de características similares (Dupuis, 2002), a una enorme diversidad de estrategias en función de la lógica de gestión dominante (social o político-electoral, financiera o de marketing) y de su función de producción. Así, mientras que el precio de la entrada a la ópera o al teatro musical alcanza cotas relativamente elevadas (en consonancia con el elevado coste y prestigio de estas producciones), el teatro infantil o de calle presenta precios muy reducidos o nulos. De todas formas, las políticas de gratuidad no sólo se dan en este tipo de casos, o como parte de una estrategia de formación de audiencias o para facilitar el acceso a la cultura de públicos desfavorecidos, sino que responden asimismo a prácticas clientelares. Así, algunos municipios ofrecen los espectáculos de forma gratuita o a precio simbólico, y distribuyen las entradas entre públicos predefinidos. No obstante, la misión de apoyo gubernamental al espectáculo en vivo se justifica sobre la base del beneficio externo que se asocia al consumo y práctica escénica. Puede ocurrir que espectáculos de características similares presenten precios de entrada distintos dependiendo de la zona geográfica o la tipología del evento donde se presentan: las grandes ciudades respecto a las pequeñas, comunidades autónomas con mayor tradición de autofinanciación respecto aquellas más subvencionadoras, eventos estacionales o festivos respecto a la programación estable, entre otros. Así, el precio máximo de la media de teatros ubicados en municipios de menos de 25 mil habitantes es de 13,32 euros frente a los 25,31 euros de un espectáculo en Madrid y Barcelona (Bonet *et al.*, 2008). Dichas diferencias se acentúan en función del tamaño y capacidad financiera de los teatros: el precio máximo de la media de teatros con un presupuesto inferior a 100 mil euros es de 12,54 euros frente a los 38,18 euros de un teatro con un presupuesto de gastos superior al medio millón de euros. Aunque la tipología de los espectáculos programados y su coste no sean homogéneos, las diferencias en la política de precios son suficientemente significativas.

Asimismo, para adaptar los precios a las distintas tipologías de públicos y a su demanda, los teatros acostumbran a discriminar el precio de las localidades en función del tamaño y estructura del teatro (discriminación espacial), sobre la base de políticas de democratización cultural (discriminación social y económica), en atención al día de la programación (discriminación temporal), o a la tipología de la programación. En los teatros de mayor tamaño la discriminación espacial es más fácil, y se combina con las otras estrategias¹². En cambio, en los teatros más pequeños abunda el precio único o como máximo formas de discriminación social.

4.4. Resultados

A nivel agregado, los resultados de un sector industrial pueden medirse basándose en la sostenibilidad de su crecimiento, grado de eficiencia productiva, mejoras en la rentabilidad, y capacidad de diversificación en productos y mercados. El sector de las artes escénicas españolas ha vivido una edad de oro en términos de crecimiento, rentabilidad y diversificación (Bonet *et al.*, 2008). La duda que se plantea en un momento de crisis económica como el actual es la sostenibilidad del modelo que lo ha hecho posible, pues se ha basado en el incremento continuado de los recursos de las administraciones territoriales orientados, casi en exclusiva, a apoyar la oferta escénica. Algunos indicadores nos permiten constatar una mejora en la profesionalización de la gestión de las empresas del sector (incremento del número de empresas mercantiles y de los requisitos administrativos para acceder a subvenciones públicas), así como una clara ampliación del consumo cultural (una política de oferta que ha impulsado la demanda), pero queda mucho camino por recorrer para lograr una mayor eficiencia productiva y una estructura productiva consolidada y menos dependiente. Cabría preguntarse hasta qué punto dichos resultados —en buena medida fruto de las estrategias comentadas— transforman asimismo los condicionantes de base y las estructuras del sector.

De forma paralela, una política pública consigue sus resultados en la medida que se alcanzan tanto sus objetivos intrínsecos como extrínsecos. Por lo que respecta a los objetivos de lógica intrínsecamente cultural está claro el gran crecimiento de la oferta de espectáculos así como de consumo escénico. Lo que no es tan evidente es que se haya avanzado en objetivos más a largo plazo como son un mayor nivel de participación ciudadana y de desarrollo cultural local endógeno. Desde una lógica extrínseca a lo cultural, la inversión en artes escénicas refuerza la identidad y la cohesión social, y dota de prestigio al político y a la institución que lidera, pero su eficiencia no es clara en términos de costes de oportunidad respecto a otras alternativas de política pública.

¹² Por ejemplo, el Gran Teatro del Liceu de Barcelona no sólo dispone de 8 zonas con precios diferenciados, sino que una misma butaca en función del elenco del espectáculo puede llegar a ofrecerse a 16 precios distintos, sin contar las políticas de descuento de los abonos.

En todo caso, la gran cuestión a evaluar es la eficiencia, eficacia y nivel de equidad alcanzado por las políticas gubernamentales (O'Hagan 1998), en especial, cuando éstas intervienen en la recomposición de sectores mercantiles. Su función correctora de las imperfecciones del mercado se deslegitima cuando la administración pública misma es causa de nuevas imperfecciones, al actuar como un agente económico más, que prioriza sus beneficios particulares sobre el interés general que debería guiarle. Interés general y objetivos de política cultural que, por definición, son difíciles de definir y de dotar de coherencia (Benghozi, 2006).

Para Dupuis (1984) los resultados son ambivalentes: la gestión mercantil viene a ser una situación intermedia entre la maximización de la audiencia y la maximización de la calidad. Según la teoría del óptimo social, ninguno de los modelos de gestión —público o privado— permite alcanzar un óptimo de primer rango. En este sentido, los recursos públicos que facilitan el desarrollo de los espectáculos escénicos no han conducido a situaciones socialmente óptimas. Los modelos de gestión presentan, pues, sesgos ligados a la naturaleza monopolista de las empresas y a las disfunciones propias de la burocracia de la administración. En este último caso, la creciente canalización de recursos públicos hacia la producción escénica no ha revertido, como era de esperar, en mayores audiencias y, en consecuencia, en una mayor democratización cultural. El resultado son unas relaciones de endogamia y clientelismo entre los profesionales del sector (programadores, productores, agentes, políticos y técnicos de cultura, etc.), hecho que permite reducir el riesgo inherente al espectáculo en vivo pero no facilita la competitividad y la transparencia del mercado (Bonet, 2008). En este sentido, el desarrollo de los circuitos territoriales ha ayudado a distribuir de forma más equilibrada la oferta, pero ha reducido la competencia a escala territorial.

5. CONCLUSIONES

Con este trabajo se ha pretendido realizar una aproximación al mercado escénico español desde una perspectiva novedosa. El análisis económico del espectáculo en vivo en España es todavía escaso, limitado a aspectos parciales del estudio de la oferta o de la demanda escénica o musical y, en gran parte, constreñidos por el difícil acceso a datos estadísticos micro que permitan una prospección más completa del sector. Con el objetivo de cubrir parcialmente este vacío se decidió aplicar una versión corregida del esquema analítico que proporciona la teoría de la organización industrial basado en la secuencia real estructura-estrategias-resultados. Aunque la aplicación del paradigma clásico al análisis del sector cultural no es algo nuevo (Throsby y Withers, 1979), la inclusión de determinadas modificaciones, entre ellas, la superación del carácter causal y la inclusión de una nueva estructura, la institucional, interconectada, a nivel horizontal, con la estructura, estrategias y resultados del mercado es claramente novedosa. Ésta no sólo permite una aproximación más completa al análisis del mercado escénico español, sino que

proporciona un nuevo marco teórico aplicable a otros sectores con un alto nivel de intervención gubernamental.

Por otro lado, la elección como caso de estudio del sector escénico español ha obligado a contrastar cuidadosamente buena parte de los condicionantes de base sobre los que se asienta gran parte de la literatura académica aplicada, pues ésta responde fundamentalmente a estructuras de mercado propias del mundo anglosajón. La realidad española, mucho más semejante a la francesa, escapa no sólo de dichos estudios de referencia, sino que tampoco cuenta con suficiente información estadística ni investigaciones económicas empíricas centradas en la misma. La comparación con la investigación francesa ha sido de gran utilidad, aunque es evidente que la estructura centralizada de su administración se halla bastante alejada del modelo autonómico peninsular. De todas formas, las lógicas de comportamiento de los distintos agentes mantienen fuertes paralelismos. Desde un punto de vista territorial, podría parecer que la realidad federal alemana serviría de contrapunto al caso francés; sin embargo, el modelo de teatro con compañía residente y una estructura financiera muy potente dificultan su comparación¹³.

De este modo, la aplicación del esquema analítico procedente de la economía industrial y la comparación con la reflexión académica y los estudios de contraste empíricos obtenidos a nivel internacional, nos han permitido una aproximación más global a las características industriales y de mercado del sector escénico español. Bajo este marco ha sido más fácil acercarse al análisis del juego de interdependencias y relaciones de poder entre los agentes públicos y privados que caracterizan al sector.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALBI, E. (2003): *Economía de las Artes y Política Cultural*. Madrid: Instituto de Estudios Fiscales.
- ARENA, R. (1999): "Un changement dans l'orientation de la revue d'économie industrielle" en *Revue d'économie industrielle*, 87: pp 7-30.
- ARENA, R. y otros (Dirs.) (1988): *Traité d'économie industrielle*. Paris: Economica.
- BENGHOZI, P.-J. (2006): "Mutations et articulations contemporaines des industries culturelles" en X. Greefe (ed) *Création et diversité au miroir des industries culturelles*, París: Ministère de la culture; Département des Etudes de la Prospective et des Statistiques (DEPS), pp. 129-152.
- BENHAMOU, F. (2002): *L'économie du star system*. Paris: Odile Jacob.
- BAIN, J.S. (1959): *Industrial Organization*. Nueva York: John Wiley & Sons.
- BAUMOL, W.J. y BOWEN, W.G. (1966): *Performing Arts. The Economic Dilemma*. New York: Twentieth Century Fund.
- BONET, L. (2008): "Características económicas del sector del teatro en España", en L. Bonet; C. Elia y H. Schargorodsky (eds.) *La economía del espectáculo: una comparación internacional*, Barcelona: Gescenic.

¹³ Para una visión comparada de las políticas escénicas europeas véase Van den Berg y Smithuijsen (2008).

- BONET, L. y VILLARROYA, A. (2008): "The performing arts sector and its interaction with government policies in Spain" en C. Smithuijsen (ed.), *State on Stage. The impact of public policies on the performing arts in Europe*, Amsterdam: Boekman Foundation, pp. 171-184.
- BONET, L.; COLOMER, J.; CUBELES, X.; HERRERA, R. et al. (2008): *Análisis económico del sector de las artes escénicas en España*, Estudio no publicado para la Red Española de Teatros, Auditorios, Circuitos y Festivales de titularidad pública.
- CUBELES, X. (2008): "Les politiques culturelles et le processus de mondialisation des industries culturelles" en *La fin des cultures nationales? Les politiques culturelles à l'épreuve de la diversité*, L. BONET y E. NÉGRIER (Eds.), Paris: Éditions La Découverte.
- DEVESA, M. (2006): *El impacto económico de los festivales culturales: El caso de la Semana Internacional de Cine de Valladolid*. Madrid, Fundación Autor.
- DUPUIS, X. (1984): "La micro-économie du spectacle vivant" en *L'économie du spectacle vivant et l'audiovisuel*. Paris: La Documentation Française, pp. 71-97.
- DUPUIS, X. (2002): "Entreprises culturelles, consommateurs et pouvoirs publics face à la tarification. Stratégies et pratiques" en ROUET, F. (Dir.), *Les tarifs de la culture*, Paris: La Documentation Française.
- FELTON, M.V. (1992): "On the Assumed Inelasticity of Demand for the Performing Arts" en *Journal of Cultural Economics*, 16: pp 1-12.
- GAPINSKI, J.H. (1984): "The Economics of Performing Shakespeare" en *American Economic Review*, 74: pp 458-466.
- GAPINSKI, J.H. (1986): "The Lively Arts as Substitutes for the Lively Arts" en *American Economic Review*, 76: pp 20-25.
- HEILBRUN, J. y GRAY, C.M. (1993): *The Economics of Art and Culture. An American Perspective*. New York: Cambridge University Press.
- HERRERO, L.C. (2002): "La economía de la cultura en España: una disciplina incipiente" en *Revista Asturiana de Economía*, 23: pp 147-175.
- HERRERO, L.C. y DEVESA, M. (2007): "El fenómeno de los festivales culturales en España: análisis y dimensión del impacto económico" en *Cuadernos de economía de la cultura*, 7/8, enero/diciembre: pp 7-26.
- JACQUEMIN, A. (1989): *La nueva organización industrial*. Barcelona: Vicens Vives.
- JENKINS, S. y AUSTEN-SMITH, D. (1982): "Grant-giving by the Arts Council of Great Britain to repertory theatres: A preliminary analysis" en *Journal of Cultural Economics*, 6: pp 57-76.
- LEROY, D. (1992): *Economie des arts du spectacle vivant*, Paris: L'Harmattan, pp. 69-149.
- LÉVY-GARBOUA, L. y MONTMARQUETTE, C. (1996): "A microeconomic study of theatre demand" en *Journal of Cultural Economics*, 20: pp. 25-50.
- MCCARTHY, K.F. et al. (2001): *The Performing Arts in a New Era*. Santa Monica, CA: RAND.
- MAÑAS, E. y GABALDÓN, P. (2001): "Los servicios culturales desde la perspectiva del gasto familiar" en *Información Comercial Española*, junio-julio: pp 61-78.
- MASON, E.S. (1939): "Price and production policies of large scale enterprise", A. E. R. cit. en Chevalier, J.M. (1975), pp. 15.
- MINISTERIO DE CULTURA (varios años): *Anuario de Estadísticas Culturales*. Consultable en: <http://www.mcu.es/estadisticas/MC/NAEC/index.html>.
- MINISTERIO DE EDUCACIÓN, CULTURA Y DEPORTE (2002): *Las cifras de la cultura en España. Estadísticas e indicadores*. Edición 2002. Madrid: Ministerio de Educación, Cultura y Deporte.
- MOORE, T.G. (1966): "The Demand for Broadway Theater Tickets" en *Review of Economics and Statistics*, 48: pp. 79-87.

- NÉGRIER, E. (2007): "Políticas culturales: Francia y Europa del Sur", en *Política y Sociedad*, 44 (3): pp. 57-70.
- O'HAGAN, J.W. (1998): *The State and the Arts. An Analysis of Key Economic Policy Issues in Europe and the United States*. Cheltenham: Edward Elgar.
- PREECE, S. (2005): "The performing arts value chain", en *International Journal of Arts Management*, 8 (1): pp 21-32.
- PRIETO-RODRÍGUEZ, J. y FERNÁNDEZ-BLANCO, V. (2000): "Are Popular and Classical Music Listeners the Same People?" en *Journal of Cultural Economics*, 24: pp 147-164.
- RAYNA, T. (2008): "Understanding the Challenges of the digital Economy: The Nature of digital Goods", en *Communication & Strategies*, 71 (3rd quarter): pp 13-36.
- SAGOT-DUVAUROUX, D. (1986): "Le Marché de la subvention publique au théâtre: du monopsonne au monopole", en X. Dupuis (Ed.) *Economie et Culture. De l'ère de la subvention au nouveau libéralisme*, v. IV, Paris: La Documentation Française, pp. 229-243.
- SHAPIRO, C. y VARIAN, H.R. (1999): *Information Rules: A Strategic Guide to the Network Economy*. Boston: Harvard Business School Press.
- SCHERER, F. (1970): *Industrial Market Structure and Economic Performance*. Chicago: Rand McNally.
- SCHERER, F. y ROSS, D. (1990): *Industrial Market Structure and Economic Performance*. Boston: Ed. Houghton Mifflin Company.
- THROSBY, D. (1992): *The Economics of the Performing Arts*. New York: St. Martins's Press.
- THROSBY, D. y WITHERS, G. A. (1979): "The Production and Consumption of the Arts: A View of Cultural Economics", en *Journal of Economic Literature*, Vol.XXXII, pp. 1-29.
- VAN DEN BERG, H. O. y SMITHUIJSEN, C. (2008): *State on Stage. The impact of public policies on the performing arts in Europe*. Amsterdam: Boekmanstudies.
- VILLARROYA, A. (2007): "Les politiques du spectacle vivant", en L. Bonet; E. Négrier (Eds.), *La politique culturelle en Espagne*. Paris: Khartala, pp. 53-76.
- WITHERS, G.A. (1980): "Unbalanced Growth and the Demand for Performing Arts: An econometrics Analysis" en *Southern Economic Journal*, 46: pp 735-742.

