



UNIVERSIDAD DE VALLADOLID
PROGRAMA OFICIAL DE POSGRADO
MÁSTER UNIVERSITARIO EN ECONOMÍA DE LA
CULTURA
Y GESTIÓN CULTURAL

TRABAJO FIN DE MÁSTER

“LAS ARTES ESCÉNICAS EN CRISIS: VIABILIDAD
DEL MODELO NAVE Y PROPUESTAS DE MEJORA.”

NATHANIEL SAÚL OLLERO HASSÁN

FACULTAD DE COMERCIO
VALLADOLID, MAYO, 2021

UNIVERSIDAD DE VALLADOLID

**PROGRAMA OFICIAL DE POSGRADO
MÁSTER UNIVERSITARIO EN ECONOMÍA DE LA CULTURA Y
GESTIÓN CULTURAL.**

CURSO ACADÉMICO 2020/2021

**TRABAJO FIN DE MÁSTER
“LAS ARTES ESCÉNICAS EN CRISIS: VIABILIDAD DEL
MODELO NAVE Y PROPUESTAS DE MEJORA.”**

Trabajo presentado por:

NATHANIEL SAÚL OLLERO HASSÁN.

Tutores:

CHANTHALY S.PHABMIXAY

FACULTAD DE COMERCIO
VALLADOLID, MAYO, 2021

ÍNDICE

1. **INTRODUCCIÓN.**
2. **SITUACIÓN DEL SECTOR DE LAS AAEE EN ESPAÑA.**
 - 2.1. **¿Qué son las AAEE?**
 - 2.2. **Contextualización**
 - 2.3. **Análisis de datos del sector de las AAEE.**
 - 2.3.1. *Datos estructurales.*
 - 2.3.2. *Datos de actividad del sector de las AAEE.*
 - 2.3.3. *Análisis de datos de usos y costumbres.*
 - 2.4. **La situación en el año 2019: el último pico antes de la bajada.**
 - 2.5. **Análisis del conjunto de magnitudes.**
 - 2.6. **Análisis DAFO del sector de las AAEE posterior a la crisis económica.**
3. **ANÁLISIS DEL MODELO DE GESTIÓN DE LA NAVE.**
 - 3.1. **¿Qué es La Nave del Teatro Calderón?**
 - 3.2. **En qué consiste El Modelo Nave.**
4. **ESTUDIO DE MERCADO.**
 - 4.1. **Estudio socio-político y económico.**
 - 4.2. **Encuestación**
 - 4.2.1. *Metodología.*
 - 4.2.2. *Resultado de la encuesta.*
5. **ANÁLISIS Y PROPUESTA DE MEJORA**
 - 5.1. **Análisis DAFO.**
 - 5.2. **Propuestas de mejora.**
 - 5.2.1. *Descripción de las propuestas en el ámbito de la comunicación.*
 - 5.2.2. *Descripción de las propuestas en el ámbito institucional.*
6. **CONCLUSIONES.**
7. **BIBLIOGRAFÍA.**
8. **ANEXO.**

RESUMEN:

Debido al Covid 19 se ha desencadenado una crisis cultural en España que afecta en gran medida a las artes escénicas. En este trabajo se pretende poner en valor al teatro joven y al público joven como una solución a esta crisis de las artes escénicas. Dentro de esto también el modelo derivado de La Nave como punto de partida para mejorar la gestión interna de las compañías ante esta crisis.

Palabras claves:

Teatro Joven, Artes Escénicas, economía de la cultura, crisis sanitaria, la Nave.

ABSTRACT:

Due to the COVID 19 crisis a cultural crisis has been unleashed in Spain that greatly affects the performing arts. This work aims to value young theater and young audiences as a solution to this crisis in the performing arts. Within this also the model derived from The Nave as a starting point to improve the internal management of companies in the face of this crisis.

Key words:

Young theater, Performing Arts, cultural economics, health crisis, The Nave of the Calderon Theater.

1. INTRODUCCIÓN

En este Trabajo Fin de Máster pretendo poner de resalto varias formas de organización y gestión que pueden tener las diferentes compañías y asociaciones culturales dedicadas a las artes escénicas, danza u otras artes mixtas en el ámbito nacional como internacional. En concreto nos vamos a centrar en el modelo de gestión de los recursos de La Nave, que destaca sobretodo, por su manera de trabajar.

Este modelo de gestión se ha ido expandiendo en los últimos años por Europa en países como Francia, Austria, Reino Unido... donde también han ido aflorando proyectos de la misma índole enfocados a jóvenes artistas.

Enfocándonos en La Nave del Teatro Calderón de Valladolid, éste es un proyecto creado por la entonces fundación del Teatro Calderón en el año 2014 y que ahora, aunque está adscrito al Teatro Calderón, debido a la unificación de fundaciones culturales en la Fundación Municipal de Cultura (FMC), este proyecto es gestionado de forma indirecta, y a través del teatro, por la FMC.

La Nave del Teatro Calderón (de ahora en adelante La Nave) es un proyecto ha sido creado en el año 2014 por José María Viteri y que tiene un carácter interdisciplinar, que no se centra en un determinado tipo de arte o de corriente artística, ya que su objetivo es abarcar todas las expresiones artísticas posibles. Este proyecto fue ideado para que participasen jóvenes de la ciudad de Valladolid, tanto locales como estudiantes de carrera, ya que el rango de edad con el que se puede solicitar la entrada es muy amplio y acoge varias generaciones.

En concreto el proyecto se describe de esta manera: “es un espacio de encuentro e integración de las artes escénicas con otras disciplinas artísticas, donde catalizar tus inquietudes expresivas. Un lugar donde proponer alternativas a los modos convencionales del pensamiento y la acción escénica. Un laboratorio en el que se podrá trabajar con profesionales que coordinarán los procesos de creación en sus diferentes etapas, poniendo a tu disposición el entorno físico, técnico y profesional del Teatro Calderón”¹

Por lo que podemos ver La Nave es muy difícil de ubicar en el amplio espectro de las artes escénicas, pero en este apartado de introducción vamos a establecer una serie de premisas.

Partiendo de la descripción que se encuentra en su página web, podemos ver que estamos hablando de un proyecto de teatro *amateur*, ya que, tanto los integrantes como los objetivos

¹ Pagina web La Nave del Teatro Calderón de Valladolid, Fundación Municipal de cultura

perseguidos, se alejan de lo que se puede considerar como teatro profesional, puesto que, en principio, la gran mayoría de los componentes son jóvenes que carecen de formación oficial.

En el ámbito de las Artes Escénicas éste se incluiría en las artes escénicas aplicadas, ya que la temática general de sus obras, así como el modo de trabajo, tienen un cierto carácter social e inclusivo.

En las diversas obras de teatro que se han presentado en diferentes espacios escénicos, la temática ha sido muy variada: desde la violencia de género hasta la soledad y el aburrimiento, pasando por las crisis migratorias y la diferencia de clases.

Lo que se refiere a su forma de trabajo, se aleja de los métodos tradicionales y emplea métodos variados que permiten la inclusión de diferentes ramas artísticas en una o varias actividades.

Finalmente decir que el sector de mercado donde se ubica La Nave es en el teatro joven o teatro juvenil, ya que la forma en la que trata los temas y cómo los lleva a cabo, tiene un aire menos clásico y más transgresor. En palabras de Nina Reglero *“El proyecto de La Nave busca encontrar un canal artístico para dar voz a los jóvenes y que estos puedan explicar su mundo, que otros jóvenes puedan sentirse identificados y encontrar su lugar”*.

Durante los espectáculos, para enfatizar y mejorar la transmisión del mensaje, en escena cuenta con elementos, durante la producción y cuando se representa la obra, pertenecientes y referentes al entorno del propio público al que se dirige.

La premisa de la que se parte en el proyecto queda clara en su abanico de intenciones: es un teatro de jóvenes, hecho por jóvenes y con temas escritos para calar en los jóvenes.

Como proyecto, y debido a la situación actual, a través de este trabajo pretendo poner de relevancia que este proyecto tiene una viabilidad a largo plazo, contando con los resultados obtenidos de los seis años que lleva de vida y que también se puede alejar de su condición de amateur y convertirse en una verdadera compañía de jóvenes artistas que intervengan en todos los ámbitos del proceso de producción, ya que ahora tiene condición de Asociación Cultural, y así también darle más relevancia e independencia respecto de las instituciones de las que depende.

Es precisamente el carácter de este proyecto lo que me lleva a proponer que se aplique los elementos base que conforman su idiosincrasia en otras compañías de artes escénicas que,

ante la situación actual de crisis sanitaria y económica, están en serios apuros económicos para poder sobrevivir.

Sin dejar de lado al público joven y al teatro joven, en este Trabajo de Fin de Master pongo de manifiesto la necesidad de un cambio radical del camino que está llevando el sector de las artes escénicas en este país y optar por este tipo de espectáculos para atraer en masa al público joven a los teatros y provocar con ello un relevo generacional.

Esto se debe a que ante la situación en la que nos hemos visto inmiscuidos por el Covid 19, el público senior se encuentra en un rango poblacional de riesgo extremo por esta enfermedad y tiene un alto índice de mortalidad. Es por eso que es necesario aprovecharse de esta crisis para generar un cambio estructural en el mercado de las artes escénicas desde el producto que se ofrece hasta la percepción que el público tiene del teatro y de las Artes Escénicas.

2. SITUACIÓN DEL SECTOR DE LAS AAEE EN ESPAÑA.

2.1. ¿Qué son las AAEE?

Antes de seguir con el desarrollo del trabajo es necesario hacer una definición minuciosa del ámbito en el que nos hallamos, los elementos de los cuales se compone y también de los principales problemas a los que se enfrenta.

El concepto de AE es un concepto muy ampliamente usado y muy generalizado y que también se ha ido actualizando con el tiempo permitiendo así que se incluyan más expresiones artísticas, teniendo como protagonistas a las nuevas tecnologías y en las nuevas plataformas.

Así pues, las AE son uno de los principales elementos que conforman la Economía de la Cultura, junto con el Patrimonio Histórico y las Industrias Culturales. Al igual que los otros dos grupos, las AE engloban mucho tipo de espectáculos y de proyectos artísticos, ya que las AE se podrían definir como espectáculos, con un planteamiento conceptual, narrativo y estético que también son efímeros y se representan en vivo, es decir, que tienen que ser representados ante un público, en una escena y en un momento determinado.

Al ser representaciones en directo éstas están ligadas al artista ² por lo que, otra forma de denominar a este tipo de representaciones artísticas es como ARTES VIVAS. Se puede resumir el concepto de artes escénicas como lo describe Decarroux, diciendo que son artes en las cuales la producción y su consumo son simultáneas, ya que como dice Throsby³, es el trabajo del actor o del artista el producto final que va a consumir el público, por lo que el talento, las habilidades innatas y la experiencia es el núcleo de todo ello.

Con esta definición se engloban actividades como el Teatro, la Ópera, la Danza, Circo, Música Clásica... así hasta un sinfín de variedades dentro de estos grupos principales, que como hemos dicho, no es una clasificación cerrada y estática lo que puede llegar a producir que los límites sean difusos.

Tienen todas ellas en común en que pueden primar dos cosas: la parte gestual, a través de la expresión corporal, o la parte musical. Esto no es algo excluyente y de hecho ambas se

² Gómez, Mafalda. (2019) "*Economía de las artes escénicas y musicales*", Master Universitario en Economía de la Cultura y Gestión Cultural (2019-2020), Grupo de Investigación Reconocido en Economía de la Cultura, Universidad de Valladolid, Departamento de Economía Aplicada, Valladolid, España.

³ Throsby, David. (1992). Artists as workers. *Cultural Economics*, 11, 201-208.

mezclan y se unen y en ocasiones hacen un uno, lo que produce que sea muy difícil hacer una distinción o diferenciación por clases.

Para llevar a cabo las diferentes clasificaciones dentro de las artes escénicas, aunque convivan ambas características, una de ellas prevalece sobre la otra y eso es lo que permite hacer la distinción entre Teatro y Danza (donde prima lo gestual) o música clásica y ópera (donde prima lo musical).

Pero no solo es variado las diferentes expresiones artísticas que lo engloban, sino también los espacios donde se llevan a cabo, y esto puede resultar interesante sobre todo en la realización de futuros proyectos, como son los teatros o auditorios, centros culturales, festivales de diferente índole, espacios escénicos variados, así como centros escolares o academias.

Una vez que ya sabemos en qué consiste la definición de las Artes Escénicas tenemos que determinar qué compone el producto que producen y qué es aquello que lo caracteriza. Podríamos decir que se conforma por una dotación infraestructural que compone su cadena productiva y su producción que funciona junto con otro elemento central que es el talento y los profesionales que trabajan para producir un espectáculo de artes escénicas.

La dotación cultural o también llamado FILIER está formado por varias cosas a su vez: un esquema de organización y coordinación de la materia prima o del talento de los diferentes trabajadores y también una serie de requerimientos técnicos e infraestructurales que son determinantes. Así, en resumidas cuentas, podemos establecer de forma sencilla cuáles son los tres elementos principales en la oferta o producción de espectáculos artísticos y que, aunque se puedan ver de forma independiente, son dependientes entre sí.

TALENTO

CREACIÓN CULTURAL

INFRAESTRUCTURA

Lo que más caracteriza este tipo de producción artística, por su fuerte dependencia de las infraestructuras, son los costes de producción. En relación a ello encontramos dos

problemas: la denominada enfermedad de los costes (estudiada por Baumol de una forma más extensa) y el problema de los costes hundidos.

En relación con la enfermedad de los costes podemos decir que se materializa de la siguiente manera: el trabajo de todos los agentes intervinientes es de forma intensiva, con dificultad para medir o realizar las horas reglamentarias de una jornada de trabajo normal, pero que éstas no se trasladan a que se produzca una mayor productividad y por tanto no haya más ganancias. Esto desemboca en un estrangulamiento entre los costes y la productividad, haciendo que los primeros sean mucho más altos.

El problema de los costes hundidos es provocado por que hay unos altos costes fijos debido a que en materia de dotación e infraestructuras (variando en función del tipo de espectáculo) no pueden reducirse porque hay un mínimo de infraestructuras y materias primas como pueden ser el pago de alquileres o hipotecas por los edificios, salas o establecimientos y también, por ejemplo, al pago de derechos de autor o a trabajadores para el uso de una determinada música o el uso de una obra escrita.

Este problema con los costes en el proceso de producción provoca que las artes escénicas se conviertan prácticamente en un monopolio debido a la dificultad de hacer frente a los costes por parte de empresarios o productores. También influye que cada vez sea más común que se compartan gastos y se lleven a cabo co-producciones o se acudan a subvenciones o donaciones, haciendo a este sector muy dependiente de las ayudas o de otras fuentes de financiamiento.

Bien es cierto que estos costes altos son solo al principio y que después, según avanza el tiempo y la producción, los costes marginales tienden a 0, al igual que los costes medios. Es decir, que el coste por una producción mayor es mucho menor a la anterior.

Esto se debe a que los grandes gastos que se producen en las producciones generalmente se hacen al inicio de la producción, que es lo que produce el encarecimiento, y después los costes se van reduciendo progresivamente.

2.2. Contextualización.

En este apartado del trabajo y como base para el desarrollo del proyecto, ya que considero que es necesario, vamos a analizar cómo ha evolucionado en los últimos años el sector de las Artes Escénicas en todos sus apartados porque es necesario tener una visión cercana de cuáles son los problemas y cuáles pueden ser las posibles soluciones.

A través de estos datos veremos cómo ha funcionado en España el modelo de artes escénicas, que se extiende hasta la actualidad y que se caracteriza por ser un sistema mixto en el que los poderes públicos y privados (en el que se encuentra el sector empresarial) intervienen en los diferentes ámbitos del sector, es decir, tanto en la demanda como en la oferta y para finalizar, proponer un nuevo modelo de desarrollo.

En dicho modelo se ha de revisar el papel de los diferentes poderes intervinientes para actualizarlos a la nueva situación social general que se avecina y también en la que nos encontramos. A través de ello se hará un análisis DAFO del sistema para centrarnos en una de las oportunidades, principalmente, ya que es la base de nuestro trabajo.

Pero este modelo no ha sido siempre igual, ya que, con el paso de los años, y, sobre todo por la crisis económica del 2008, el equilibrio de fuerzas se rompe y comienza una prevalencia del sector privado por encima del público. En la actualidad, debido al crecimiento económico, el poder público en la producción, gestión y distribución ha tenido un papel más importante causado, sobre todo, por un mayor gasto público de parte de las instituciones.

En el ámbito del sector público tenemos que destacar un elemento con el que no cuenta el sector privado. Este elemento es la deslocalización y descentralización de las ayudas debido a que las comunidades autónomas y las entidades locales como Ayuntamientos tienen cedido competencias en el sector.

Esta concesión se debe a que la cultura no es considerada como un derecho fundamental que goce de protección reforzada, sino que se encuentra regulado la cultura y, por tanto, las artes escénicas como parte del contenido en el art 44 de la Constitución Española⁴ (de ahora en adelante CE) en el que se estipula que la obligación de los poderes públicos es remover todos los obstáculos y garantizar el acceso a la cultura al ciudadano.

La cultura se vuelve a nombrar en la CE en dos artículos posteriores donde se concreta la repartición de los poderes entre los diferentes rangos de poderes públicos. Estos dos artículos son el art 148⁵ y el art 149.

⁴ Art 44 CE: “1. Los poderes públicos promoverán y tutelarán el acceso a la cultura, a la que todos tienen derecho. 2. Los poderes públicos promoverán la ciencia y la investigación científica y técnica en beneficio del interés general.”

⁵ Art 148 CE: “1. Las Comunidades Autónomas podrán asumir competencias en las siguientes materias: 17.ª El fomento de la cultura, de la investigación y, en su caso, de la enseñanza de la lengua de la Comunidad Autónoma.”

Estos versan sobre la repartición de competencias entre las CCAA y el Estado. La competencia sobre la cultura principalmente recae sobre las CCAA de manera general, aunque en el art 149.1.28 ⁶aparece que determinados sectores culturales, su regulación y gestión es competencia estatal sin menoscabo de los poderes de las CCAA.

Dentro de las CCAA, los poderes que éstas ostentan y su repartición en las diferentes instituciones públicas, se reparten a través de los Estatutos de Autonomía, que siempre han de respetar lo que la ley disponga, pero eso no evita que los reglamentos y diferentes disposiciones legales puedan mejorar lo dispuesto por preceptos de rango superior.

En el ámbito de las artes escénicas el sector público como los ayuntamientos o entidades locales similares, cobran importancia debido a que se convierten en los principales gestores y directores de los espacios escénicos y teatros de España, así como también tienen una importancia nuclear en la producción y distribución de producciones artísticas. El papel que juegan las administraciones públicas en las AAEE es importante debido a que, como diría Jesús Cimarro, deben ser apoyadas por su aportación al PIB y también porque son en sí el propio fin y están exentas de utilidad⁷.

2.3. Análisis de datos del sector de las AAEE.

En las últimas décadas el sector de las AAEE al igual que la economía española han pasado por muchos altos y bajos. Desde finales de los años 80 -90 el sector ha sufrido una época de auge y de desarrollo en el que se abrían nuevos espacios escénicos y también hubo un aumento de la producción. Este auge vino acompañado de un gran apoyo por parte de las instituciones y también por la iniciativa privada.

Pero en el año 2008, tras la crisis económica, el sector ha sufrido una época de contracción que comenzó a partir del año 2009. Bien es cierto que, en la actualidad, y una vez empezada la década, a partir de 2015, el sector, al igual que la economía, comienza una etapa de crecimiento y expansión. Hay que añadir que, en este periodo, la inclusión de nuevas formas de entretenimiento de masas, la globalización y el desarrollo de internet son elementos influyentes en cómo reaccionan las cifras de este sector.

⁶ Art 148.1.28 CE “El Estado tiene competencia exclusiva sobre las siguientes materias: 28.ª Defensa del patrimonio cultural, artístico y monumental español contra la exportación y la expoliación; museos, bibliotecas y archivos de titularidad estatal, sin perjuicio de su gestión por parte de las Comunidades Autónomas.”

⁷ Cimarro, Jesús.(2015) “ Prólogo” *Estudio de la situación de las Artes Escénicas en España*, 8-9.

Una vez terminados los datos hasta el periodo de 2019 comenzaremos con el análisis de los datos del año 2020 y cómo se prevé el efecto de la pandemia en el sector de las artes escénicas para tener una aproximación a cómo sería la realidad después y así adelantarnos a los posibles problemas y proponer soluciones adecuadas a la situación.

2.3.1. Datos estructurales.

En relación a los datos estructurales, hablaremos en primer lugar sobre aquellos elementos básicos que conforman el sector de las Artes Escénicas y que son los ejes principales de su funcionamiento. Éstos son: los espacios escénicos, las compañías y las asociaciones culturales.

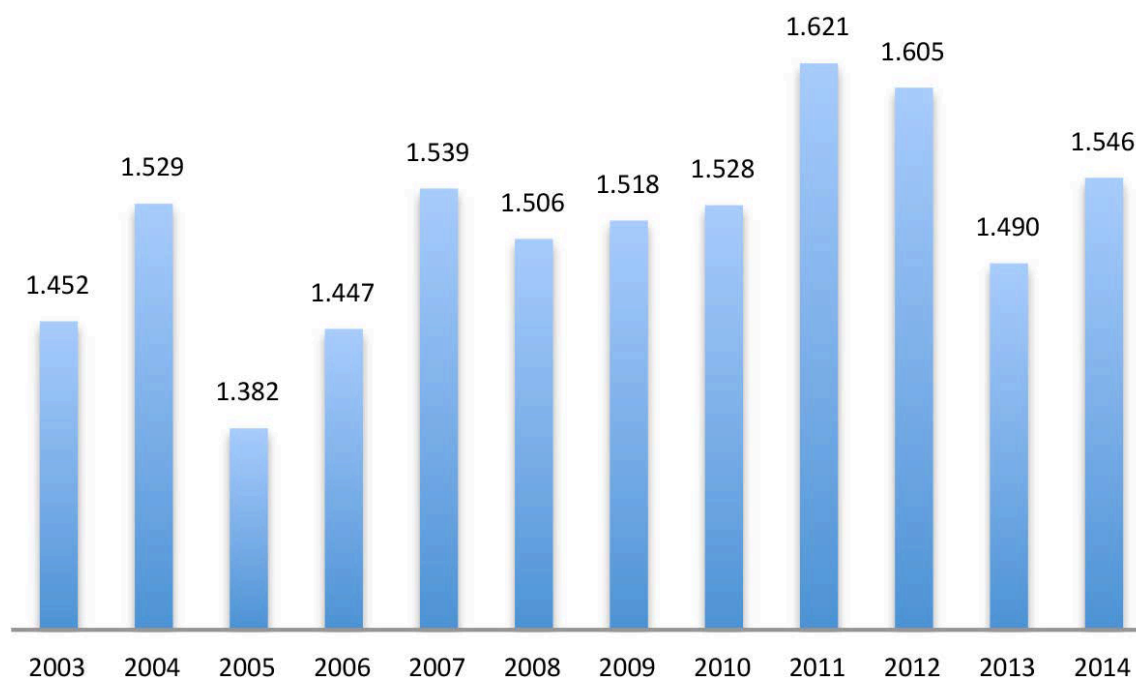
En las siguientes gráficas y tablas veremos la evolución de los espacios escénicos en España y cómo han variado, a lo largo de las décadas, el tipo de espacios escénicos.

Tabla 1: Evolución de los espacios escénicos entre 2012-2018

| | TOTAL | | | | | | |
|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| | 2018 | 2017 | 2016 | 2015 | 2014 | 2013 | 2012 |
| TOTAL | 1.674 | 1.656 | 1.630 | 1.569 | 1.546 | 1.490 | 1.605 |

Fuente: Elaboración propia.

Gráfica 1: Evolución de los espacios escénicos entre 2003-2014



Fuente: Jaume Colomer, Estudio sobre la situación de las Artes Escénicas en España, Academia de las Artes Escénicas de España.

Como podemos ver en estas gráficas el número de espacios escénicos en España a lo largo de las últimas décadas ha tenido una tendencia en alza, salvo en algunos años, donde la caída de espacios escénicos es mucho más pronunciada. Como se ve, estos dos años, son el año 2005 y el año 2013.

En este último, la caída de número de espacios escénicos estables, se debe principalmente a su cierre ocasionado por dos sucesos muy importantes: en primer lugar, y como causa general de la caída de la cultura y de la industria de las artes escénicas, es la crisis económica del año 2008 en España y también la subida del impuesto a la cultura en el año 2012, por lo que se redujo el número de espectadores y de representaciones.

Como dato a tener en cuenta es que, en el año 2018, el número de espacios escénicos es muy superior al último pico del número máximo de espacios.

En el año 2014, y según el libro de *Estudio de la situación de las AAEE*, de 1546 espacios escénicos, un 46% de los espacios son de tamaño medio (200 - 500 butacas) mientras que solo un 5 % tienen un gran tamaño, es decir, tienen más de 1000 localidades.

Según los datos más actuales así han cambiado, en cuatro años, el número de espacios por tamaño y número de localidades. En el año 2018, el 44% de los espacios tienen entre 200 – 500 localidades mientras que el número de espacios con más de 1000 localidades desciende hasta el 4,8% de los espacios.

En esta tabla aparece la evolución de los diferentes espacios escénicos por localidades.

Tabla 2: Evolución del porcentaje, sobre el total, de espacios escénicos según el número de localidades.

| | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 |
|-------------|------|------|------|------|------|
| Menos de 50 | 0,8 | 1,2 | 1,2 | 1,2 | 1,3 |
| 50 -100 | 7,2 | 7,5 | 7,4 | 7,4 | 7,3 |
| 101 - 200 | 15,7 | 15,4 | 15,2 | 14,9 | 14,9 |
| 201 - 500 | 46,1 | 44,8 | 44,8 | 44,3 | 44,1 |
| 501 - 1000 | 19,1 | 18,9 | 18,8 | 18,6 | 18,7 |

| | | | | | |
|-------------|-----|-----|-----|-----|-----|
| Más de 1000 | 5,3 | 4,9 | 4,8 | 4,8 | 4,8 |
|-------------|-----|-----|-----|-----|-----|

Fuente: Elaboración propia.

De estos datos podemos sacar en claro que, como norma general, el número de espacios escénicos por localidades descienden, en algunos casos, de manera de más pronunciada. Si vemos estos datos comparándolos con el número de espacios escénicos anuales, estos últimos van aumentando mientras que el porcentaje por número desciende.

De esta información podemos ver que, en el caso de los espacios de tamaño medio, de entre 200 y 500 localidades, no han seguido ese aumento y han descendido unos 2 puntos porcentuales sobre el total. Esta tendencia ocurre también en los espacios con más de 500 localidades. En cambio, es notorio, que los espacios escénicos con menos de 100 localidades han aumentado, siendo acusado el aumento en los espacios de menos de 50 localidades.

Esta tendencia puede demostrar que el tipo de espacios escénicos que han predominado en los últimos años son los pequeños, y por tanto, ésto determina que las producciones artísticas de obras de teatro o de espectáculo, podrían ser principalmente pequeña y de bajo coste, con la posibilidad de que predominen el tipo de producciones amateur. Según estos datos obtenidos a través de Anuario de Estadísticas Culturales, lo que sí ha aumentado es el dato de espacios escénicos en los cuales no consta el aforo.

En el año 2014, el 40 % de los espacios escénicos⁸ se encontraban en las CCAA de Madrid y Cataluña. En la actualidad, en el año 2018, las comunidades con más espacios escénicos son Madrid y Cataluña, que al igual que el resto de las autonomías han tenido un incremento en estos 4 años.

Actualmente Madrid cuenta con 283 espacios escénicos, 40 más que hace 4 años, y Cataluña cuenta en este momento con 389 espacios escénicos, 12 más que hace 4 años.

Esta tónica de aumento ha sido igual en todas las CCAA y ha conseguido que el ratio de espacios escénicos por persona también haya aumentado, siendo Madrid la que más ha crecido. Hoy en día los espacios escénicos de Madrid y Cataluña representan el 40 % por lo

⁸ Colomer, Jaume "Análisis de datos del periodo 2003 – 2014" (2014) *Estudio sobre la situación de las artes escénicas en España*. 16

que vemos que, pese al aumento de espacios escénicos, la importancia de estas dos comunidades no ha variado.

De todos estos espacios escénicos, en el año 2003, el 58% eran de titularidad pública, en el año 2014 esa cifra asciende al 75% del total. En la actualidad ese porcentaje se reduce a un 71 % de los espacios escénicos. En el año 2008, en fechas previas al impacto de la crisis en el sector, el número de espacios escénicos de titularidad pública era del 74, 5%⁹.

Como ya hemos visto, el verdadero impacto de la crisis se ha vivido a partir del año 2010 teniendo como picos más bajos los años 2012 y 2013. En estos dos años se aprecia cómo se ha reducido el número de espacios escénicos, pero pese a esa reducción, el porcentaje de espacios de titularidad pública y privada se mantienen entre los mismos valores¹⁰.

Por lo que podemos observar es que, desde el año 2003, sí ha habido un aumento de espacios escénicos, sobre todo, de aquellos de titularidad pública, pero en los últimos años se ha mantenido el número de éstos en comparación con el total de espacios.

La diferencia entre espacios escénicos de titularidad pública y de titularidad privada en los grandes núcleos culturales se dispara, mientras que en el resto, se mantienen con valores muy cercanos entre sí.

Una vez visto cómo está la parte de la demanda del sector, es decir, los espacios escénicos, tenemos que hablar de las compañías de teatro o la oferta del sector. A estos datos de compañías sumaremos los datos de las asociaciones culturales para vislumbrar con mayor amplitud el conjunto de productores del sector. Una vez establecidos el montante de compañías y asociaciones veremos cómo se distribuyen entre las CCAA. Estas, según los datos que obtengamos, las podemos clasificar en¹¹:

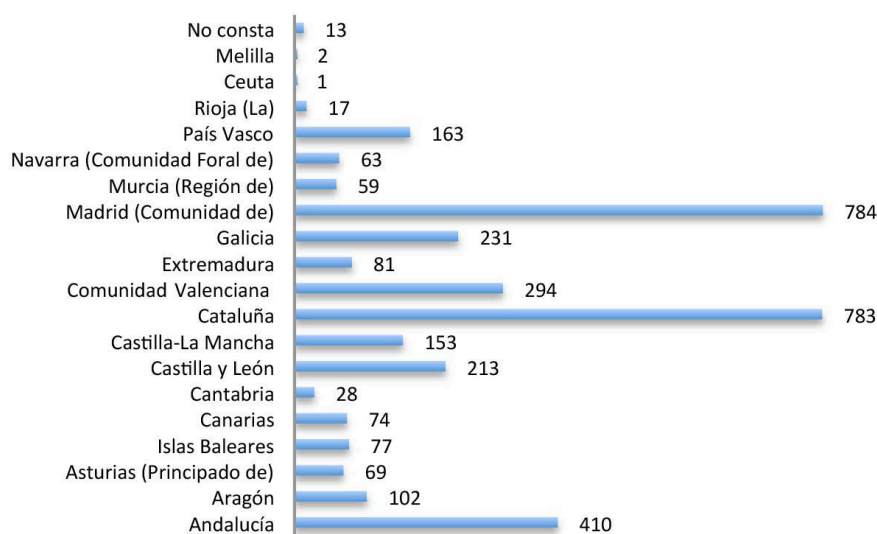
- CCAA con elevada creación y producción escénicas (más de 400)
- CCAA con un nivel medio de creación y producción escénica (entre 100 y 400 compañías)
- CCAA con bajo nivel de creación y producción (menos de 100 compañías).

⁹ Anuario de estadística culturales, pag 299, año 2011.

¹⁰ Anuario de estadísticas culturales, pag 311, año 2015

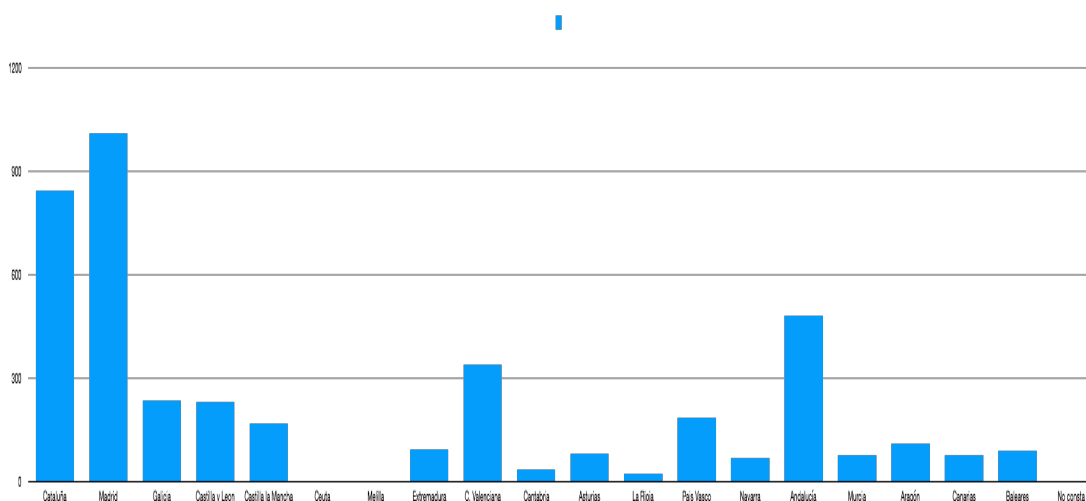
¹¹ Colomer, Jaume “ Análisis de datos del periodo 2003 – 2014” *Estudio sobre la situación de las artes escénicas en España*. 2014, pag. 23

Gráfica 2: Compañías de teatro por CCAA año 2014.



Fuente: Jaime Colomer, Estudio sobre la situación de las artes escénicas en España, Academia de las Artes Escénicas de España.

Gráfica 3: Compañías de teatro por CCAA año 2018



Fuente: Elaboración propia.

Como podemos ver, el ranking de comunidades no ha cambiado en estos años. Las dos comunidades líderes lo siguen siendo y el resto se mantiene alrededor de los mismos valores. La comunidad que más ha crecido, en comparación con el resto de las comunidades, es la de Madrid.

Esto se puede deber al movimiento de centralización que se produce en el sector y es que, además Madrid, junto con Cataluña y País Vasco, son las comunidades que más crecen económicamente y que más nivel de vida tienen.

En concreto Madrid, que ha crecido económicamente más que la ciudad de Barcelona¹², es más probable que las compañías o se trasladen a esa comunidad o crezcan más, ya que en ella es donde pueden encontrar, con más facilidad, oportunidades de producción y de creación.

Por lo que podemos ver, entonces, en la categoría de comunidades con una alta producción tanto en el año 2014 como en el año 2018, se encuentra Madrid, Cataluña y Andalucía. Este fenómeno se mantiene en el resto de CCAA que, aunque hayan crecido en número de compañías, algunas en mayor medida que otras, como por ejemplo Asturias, Baleares y Murcia, que crecen en más de 20 compañías respecto del año 2014.

En la tabla que se muestra a continuación se puede observar cómo ha variado el número de compañías por Comunidades Autónomas desde el año en el que comenzó la crisis económica, es decir 2008, hasta el momento en el cual comenzó a crecer el sector de las AAEE.

Se remarca en esta tabla el año 2013, ya que, como se ha mencionado anteriormente debido al aumento de los impuestos en el sector cultural en el año 2012, este año ha sido el que más ha visto afectado llegando al mínimo desde el comienzo de la crisis económica.

Tabla 3: Evolución del número de compañías de artes escénicas por CCAA entre 2008-2014.

| Comunidades | 2008 | 2010 | 2012 | 2013 | 2014 |
|-----------------|------|------|------|------|------|
| Andalucía | 406 | 438 | 391 | 378 | 410 |
| Aragón | 104 | 99 | 91 | 87 | 102 |
| Asturias | 80 | 81 | 66 | 66 | 69 |
| Baleares | 103 | 99 | 79 | 79 | 77 |
| Canarias | 68 | 75 | 67 | 66 | 74 |
| Cantabria | 27 | 23 | 24 | 23 | 28 |
| Castilla y León | 211 | 222 | 201 | 195 | 213 |

¹² <https://www.eleconomista.es/economia/noticias/10948774/12/20/El-sorpasso-economico-de-Madrid-a-Cataluna-gana-fuerza-y-se-amplia-la-distancia-todavia-mas.html>

| | | | | | |
|----------------------|-----|-----|-----|-----|-----|
| C. la Mancha | 151 | 152 | 136 | 136 | 153 |
| Cataluña | 814 | 828 | 721 | 721 | 783 |
| Comunidad Valenciana | 296 | 324 | 269 | 260 | 294 |
| Extremadura | 88 | 85 | 75 | 76 | 81 |
| Galicia | 249 | 267 | 221 | 213 | 231 |
| Madrid | 725 | 775 | 649 | 659 | 784 |
| Murcia | 64 | 76 | 49 | 49 | 59 |
| Navarra | 56 | 59 | 51 | 54 | 63 |
| Pais Vasco | 166 | 165 | 149 | 150 | 163 |
| Rioja | 16 | 17 | 14 | 13 | 17 |
| Ceuta | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Melilla | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 |

Fuente: Elaboración propia

Se puede observar en esta tabla que, a lo largo de esos 7 años, desde el inicio de la crisis, sí ha habido un descenso general de compañías por comunidad, aunque al principio hubiera un aumento de las compañías, siendo el año de clave, y como punto de inflexión, el año 2010.

Ese descenso es más acusado a partir del año 2012 y en especial en el año 2013 debido al aumento de la carga impositiva y a los efectos de la crisis. Este descenso hace que, por ejemplo, en el año 2013, el cambio acusado provoca que muchas comunidades desciendan de categoría, como es el caso de Andalucía o Baleares, Aragón. Pero tras 7 años después de tocar el punto más bajo, el número de compañías se ha recuperado e incluso ha sido superado.

Como nuestro caso de estudio es una asociación cultural, en este momento vamos a establecer la variación de asociaciones culturales en los últimos años. Se intentará que nos centremos sobre todo en las asociaciones culturales del ámbito de Las Artes Escénicas. Aún así, el hecho de ver su evolución nos puede dar una idea general del sector.

Una vez terminado ese análisis, veremos cómo ha sido su evolución en comparación con las compañías de artes escénicas.

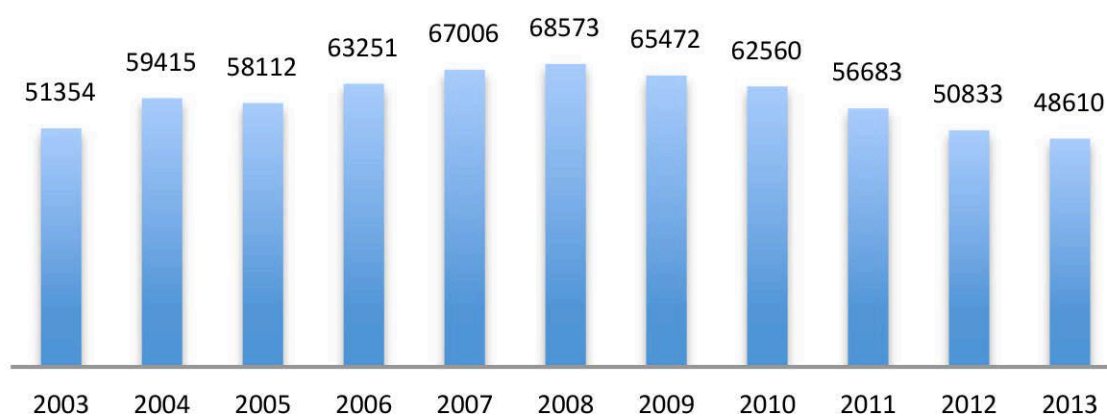
Estos datos nos ayudarán a ver la viabilidad de ambos sistemas en periodos de crisis y en periodos de bonanza y cómo fluctúan éstos.

2.3.2. Datos de actividad del sector de las Artes Escénicas.

Una vez establecidos los elementos de los que partimos, es decir, de los elementos que conforman la demanda y la oferta, es importante ver cómo se ha desarrollado el mercado y el sector a lo largo de los años, teniendo en cuenta, como ya lo hemos hecho antes, los principales hitos históricos y económicos.

Lo primero que vamos a ver es el número de representaciones teatrales que se han hecho en España, año a año, y también por CCAA. Dentro de este último conjunto de datos a analizar, veremos cuáles son las comunidades que más se han visto afectadas por el descenso o aumento de las representaciones y cómo incluso se han podido compensar entre ellas debido a la gentrificación.

Gráfica 4: Representaciones de obras teatrales años 2003-2013



Fuente: Jaume Colomer, Estudio sobre la situación de las artes escénicas en España, Academia de las Artes Escénicas de España.

Tabla 4: Representaciones de obras de teatro año 2014-2018

| | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 |
|------------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Representaciones | 47.660 | 46.774 | 46.430 | 46.485 | 46.889 |

Fuente: Elaboración propia.

En estos primeros datos obtenidos a través de las gráficas y tablas podemos observar varias cosas en la fluctuación del número de representaciones artísticas:

- En primer lugar, vemos como hasta el año 2008, el número de las representaciones va en aumento y a partir de ese año es cuando empieza a reducirse su número.

Este hecho puede demostrar que la incidencia de la crisis económica de ese mismo año, le afecta directamente y más pronto que en otras de las magnitudes que hemos visto en el trabajo, ya que, en esas otras magnitudes, la crisis empieza afectando a partir del año 2010 más o menos.

- La reducción del número de representaciones es ampliamente grande y en el periodo de 5 años se redujeron hasta 20.000 representaciones en toda España.
- Recordando que en el año 2012 se subió el IVA cultural al 21%, vemos que hasta el año 2016 el número de representaciones teatrales ha ido descendiendo. Es a partir de ese año cuando empieza a subir el número de representaciones, pero a un nivel más bajo que el descenso, ya que el impuesto cultural seguía en ese momento.

En este sentido hay que tener en cuenta otras cosas que intervienen en el comportamiento social y en la forma de consumir cultura. Durante la última década el desarrollo de internet, las redes sociales y las plataformas de streaming ha sido enorme y cada vez se han vuelto más populares, por lo que acceder a contenido cultural para el entretenimiento se diversificó en gran medida y por tanto el número de espectadores, como veremos más tarde, se redujo considerablemente.

Pero como las artes escénicas son un producto que su consumo depende directamente de la renta de los hogares y de las familias y pese a que el nivel adquisitivo haya aumentado debido al crecimiento económico, las familias, debido a la variedad de ofertas, deciden distribuir entre más opciones de entretenimiento que mucho antes del inicio de la crisis.

Tabla 5: Evolución de las representaciones de obras de teatro por CCAA entre los años 2004-2018

| | 2004 | 2008 | 2014 | 2018 |
|-----------------|-------|-------|-------|-------|
| Ceuta y Melilla | 59 | 68 | 35 | 43 |
| La Rioja | 475 | 478 | 259 | 268 |
| País Vasco | 2.436 | 3.280 | 2.539 | 2.726 |

| | | | | |
|-------------------------|--------|--------|--------|--------|
| Navarra | 951 | 1.093 | 865 | 849 |
| Murcia | 832 | 1.025 | 780 | 807 |
| Madrid | 14.319 | 17.562 | 15.047 | 15.704 |
| Galicia | 2.495 | 2.587 | 1.495 | 1.596 |
| Extremadura | 951 | 615 | 454 | 433 |
| Comunidad Valenciana | 6.001 | 6.013 | 3.322 | 3.540 |
| Cataluña | 13.250 | 14.350 | 10.579 | 10.129 |
| Castilla la Mancha | 1.188 | 820 | 894 | 1.060 |
| Castilla y León | 3.921 | 4.852 | 3.084 | 2.019 |
| Cantabria | 416 | 410 | 354 | 315 |
| Canarias | 832 | 478 | 300 | 499 |
| Baleares | 1.188 | 1.435 | 710 | 699 |
| Asturias | 1.188 | 1.367 | 747 | 762 |
| Aragón | 3.208 | 5.603 | 2.974 | 2.329 |
| Andalucía. | 5.704 | 6.287 | 4.172 | 3.112 |

Fuente: Elaboración propia.

Podemos ver en la tabla la evolución que han sufrido las CCAA a lo largo de las dos últimas décadas, con la referencia de varias fechas y años destacados como es el caso del año 2008. De manera general podemos ver que la evolución ha sido muy distinta según la comunidad y también cómo se han visto afectadas por las crisis.

Comunidades a destacar, en las cuales el efecto no ha sido tan acusado como en el resto son Cantabria y Navarra, ya que la varianza entre los diferentes años de referencia está entre las 100 y 200 representaciones. En cambio, en el resto de las comunidades, el desfase ha llegado a que se reduzcan más de la mitad de las representaciones desde el año 2008 hasta el 2018.

Esta norma se rompe en Madrid y Cataluña donde se concentran la gran mayoría de las representaciones y también donde el descenso, que se marca de forma generalizada, no es tan acusado.

Es destacable que muchas comunidades que pasaban la barrera de las mil representaciones anuales y que son, por decir de una manera, de territorio más pequeño que otras, en la actualidad no se hayan recuperado y no lleguen ni a las 900 representaciones.

Tenemos otros casos como Castilla la Mancha en la cual, aunque no haya superado el número de principios de la década pasada, en pleno crecimiento económico, se ha acercado considerablemente.

Aun así, vemos que, pese a la recuperación económica, hay comunidades que más que crecer en número de representaciones, han continuado reduciéndose como es el caso de Cantabria o Baleares.

En el caso de las Islas, su situación de insularidad y del movimiento de gente hacia la península, puede ser una de las causas por las cuales su crecimiento es mucho más lento y el descenso de las representaciones mucho más rápido.

En el año 2014 en Madrid y Cataluña se concentraba el 52%¹³ de las representaciones. Con estos datos recopilados podemos ver que en el año 2008 ese porcentaje es del 47,40 % de las representaciones, por lo que vemos que sí se ha producido una centralización de la producción y del consumo en hasta 5 puntos porcentuales.

En el año 2018, después de un proceso claro de crecimiento económico ese porcentaje asciende al 55% de las representaciones. Esto viene a confirmar que en estas dos comunidades se ha producido un aumento de las representaciones mucho mayor que en el resto, aunque el número de representaciones sea menor que en el año 2008. Nos lleva a pensar que se confirma la tendencia centralizadora en el consumo y producción.

Otro punto que apoya esta teoría es que, en el año 2014, el 62% de todas las representaciones se realizaban en zonas metropolitanas, es decir, en grandes ciudades. Por lo que podemos entender que en el año 2018 este porcentaje haya podido aumentar considerablemente.

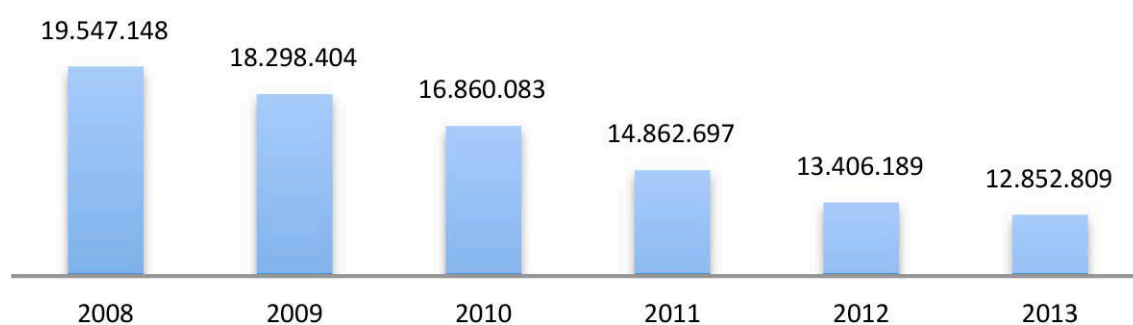
Hemos observado como se han ido reduciendo el número de representaciones a lo largo de los años, e incluso como después del final de la crisis económica, éstas se han aumentado, pero no han llegado al nivel previo de la crisis.

Pero ¿Cómo se refleja esto en el número de espectadores? ¿Cuál es la causa de esa reducción de funciones? ¿La reducción de espectadores? O ¿Es al revés?

¹³ Colomer, Jaume “ Análisis de datos del periodo 2003 – 2014” *Estudio sobre la situación de las artes escénicas en España*. 2014, pag. 34

El hecho de que se redujera las representaciones también ha reducido el número de espectadores. Está claro que, si hay menos representaciones, hay menos espectadores, aunque al ser un producto que depende directamente de la renta y del ahorro de las personas y familias, con la crisis afectando al poder adquisitivo de la gente debido a que muchos perdieron sus trabajos, el número de espectadores potenciales se ve reducido consecuentemente.

Gráfica 5: Número de espectadores de Artes Escénicas entre los años 2008-2013



Fuente: Jaume Colomer, Estudio sobre la situación de las artes escénicas en España, Academia de las Artes Escénicas de España.

Tabla 6: Número de espectadores entre los años 2014-2018

| ¹⁴ | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 |
|---------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| Espectadores | 13.687.477 | 13.571.837 | 13.525.558 | 13.623.542 | 13.882.291 |

Fuente: Elaboración propia.

Como se puede ver, el número de espectadores se han reducido drásticamente después del inicio de la crisis en el año 2008, como ya hemos comentado, pero a diferencia de otros elementos que hemos podido ver en esta explicación de diferentes datos, la afección de la crisis en los espectadores ha sido mucho más rápida y directa que en otros.

¹⁴ Datos obtenidos del Anuario de la SGAE, varios años.

A lo largo de los años se ve cómo el número de espectadores se va reduciendo en una media de unos 2 millones de espectadores anuales hasta el año 2013.

Es en el año 2014 cuando el número de espectadores de artes escénicas toca el punto más bajo y empieza a crecer, pero se puede ver cómo el crecimiento de los espectadores en años posteriores no ha sido progresivamente igual que su descenso, ya que como vemos en la gráfica se ha mantenido en los 13 millones de espectadores anuales.

Una de las causas por las que no ha habido ese aumento de espectadores y se haya mantenido alrededor de los 13 millones se puede deber, como ya hemos mencionado, al efecto de esta variable, al incremento en 13 puntos porcentuales el IVA cultural¹⁵.

Respondiendo a la pregunta anterior a este segmento de análisis, podemos ver que sí hay una reducción de representaciones y por tanto de espectadores.

Esta reducción última es mucho mayor comparada con la de representaciones, porque no son dos magnitudes que en mi opinión estén tan íntimamente relacionadas, por tanto, aunque hubiera una gran reducción de espectadores, la reducción de representaciones no es tan grande como debería haber sido.

Dicho lo cual, ha habido menos representaciones, y las que ha habido han estado con menos espectadores que antes, posiblemente. La reducción de representaciones también se puede deber a que se concentren más las representaciones en determinados días, pero en espacios con más aforo.

Lo que sí es directamente proporcional a la magnitud de los espectadores es la recaudación de las salas o espacios escénicos, así como la recaudación general anual, ya que a menos espectadores, menos gasto y por lo tanto menos ingresos por parte de los espacios.

Así ha evolucionado el gasto total anual desde el inicio de la crisis.

Tabla 7: Recaudación anual de espectáculos teatrales entre los años 2008-2018¹⁶

| | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 |
|-------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|-------|-------|-------|
| Recaudación Total | 190,75 | 206,61 | 200,76 | 183,31 | 172,16 | 168,65 | 181,26 | 192,34 | 200,9 | 202,3 | 204,7 |

¹⁵ Colomer, Jaume, "Estudio sobre las Artes Escénicas en España", Ministerio de Cultura, España, 37.

¹⁶ Muro, Robert. "Informe sobre las de las Artes Escénicas en España, su financiación y situación laboral", Academia de las Artes Escénicas de España, 2018, pag.49.

Fuente: Informe sobre las artes escénicas en España, su financiación y situación laboral (2018), AAEE

Vemos que la recaudación en millones de euros se ha visto reducida en gran medida a partir del año 2010 que es el año en el que más se ha reducido el número de espectadores, pues al año siguiente se reducen unos dos millones y de igual manera pasa en el entre el año 2011 y el año 2012. Años que coinciden con las reducciones de hasta 10 millones de euros en comparación con los años anteriores.

Para vislumbrar la información que acabo de exponer voy a acudir a la siguiente tabla obtenida del Informe sobre las de las Artes Escénicas en España, su financiación y situación laboral (2018). En esta tabla se pone de manifiesto los principales picos de la curva como también los puntos más bajos de esta.

Tabla 8: Evolución de las AAEE entre los años 2000 y 2017.¹⁷

| Año | Recintos | Representaciones | Espectadores | Recaudación |
|------|----------|------------------|--------------|-------------|
| 2000 | 4.721 | 42.777 | 12.605.270 | 121.208.094 |
| 2001 | 5.106 | 46.220 | 11.648.035 | 122.349.804 |
| 2002 | 5.692 | 53.971 | 13.522.900 | 163.866.700 |
| 2003 | 5.869 | 57.259 | 14.341.450 | 175.330.291 |
| 2004 | 5.629 | 65.717 | 15.558.062 | 189.077.570 |
| 2005 | 5.947 | 64.100 | 16.100.150 | 217.254.593 |
| 2006 | 5.508 | 68.849 | 17.961.336 | 237.848.017 |
| 2007 | 6.434 | 73.459 | 18.872.050 | 247.533.259 |
| 2008 | 6.657 | 74.963 | 19.547.147 | 260.625.103 |
| 2009 | 5.404 | 71.517 | 18.298.403 | 266.784.331 |
| 2010 | 6.413 | 67.577 | 16.860.081 | 252.748.621 |
| 2011 | 5.153 | 60.948 | 14.862.697 | 226.887.828 |
| 2012 | 4.112 | 54.780 | 13.406.189 | 208.021.897 |
| 2013 | 4.201 | 52.197 | 12.852.890 | 200.772.375 |
| 2014 | 4.486 | 50.980 | 13.687.477 | 211.521.267 |
| 2015 | 4.396 | 49.948 | 13.571.837 | 221.125.117 |

¹⁷ Muro, Robert. *Informe sobre las de las Artes Escénicas en España, su financiación y situación laboral*, Academia de las Artes Escénicas de España, 2018, pag.42.

| | | | | |
|------|-------|--------|------------|-------------|
| 2016 | 4.531 | 49.578 | 13.525.558 | 229.696.632 |
| 2017 | 4.570 | 49.734 | 13.623.542 | 232.340.783 |

Fuente: Informe sobre las de las Artes Escénicas en España, su financiación y situación laboral (2018).

Recordemos que es en el año 2012 cuando se incrementa el IVA cultural y hay esa diferencia de 10 millones.

En los años venideros el margen de reducción es mucho menor. No ha sido hasta el año 2014 cuando empieza a aumentar la recaudación hasta llegar, en el año 2018, con una recaudación superior o similar a la de los años previos a la crisis. Este aumento de la recaudación no se debe al incremento de espectadores (aunque si lo haya habido) sino porque el precio de las entradas a los espectáculos es mucho mayor.

Según el estudio de las Artes Escénicas en España en el año 2014 el hecho de que subiera el IVA cultural produjo que hubiera una reducción del 33% en la facturación y un porcentaje similar en el número de espectadores interanuales. Esto se traduce en una reducción del 55,6% del público y un 61% de la recaudación neta en la segunda mitad del año 2012.

Como con el resto de las magnitudes, la mayor recaudación y el mayor número de espectadores se encuentra en la Comunidad de Madrid y en Cataluña.

Esto no solo se debe a que son las dos ciudades más grandes de España y las que mayor población tienen, sino que también tienen un gran número de turistas que acuden anualmente a las ciudades, sobre todo en Barcelona, lo cual recibe el mayor número en verano debido al turismo de sol y playa, por lo que estos turistas son propensos al consumo en artes escénicas y espectáculos.

Un ejemplo en Madrid tenemos que, está situada en pleno centro peninsular y por tanto es una zona muy turística y tiene una gran oferta de espectáculos en la zona de Gran Vía.

Ya he hablado anteriormente sobre la relación de las artes escénicas con la renta de las personas y de las familias, por lo que el precio es un factor importante a la hora de tomar una decisión. Estamos hablando del precio de las entradas de los espectáculos.

Bien es cierto que los precios varían en función del lugar donde se adquieren las entradas, el tipo de espectáculo y el lugar donde se representan. Como son muchas variables diferentes,

como en el resto de los estudios que se hacen en las artes escénicas, vamos a partir de los precios medio anuales de las entradas.

En el año 2008, según los datos obtenidos por el documento de estudio de la situación de las AE, el precio medio de las entradas ronda los 13 euros por entrada. Este precio medio desciende en el año 2010 hasta los 8 euros.

Con posterioridad a estos años el precio de la entrada asciende a 15 euros de media desde el año 2011, por lo que podemos ver que la subida del IVA cultural no ha afectado al precio medio salvo en unos céntimos de euro de diferencia. En los últimos años ese precio medio ha subido a los 16 euros de media (cantidad calculada según el gasto medio por espectador obtenido del anuario de estadísticas culturales del año 2019 elaborado por el Ministerio de Cultura).

En relación con el precio medio por Comunidades Autónomas, vemos que las CA donde la recaudación anual es más alta, coinciden con las comunidades donde el gasto medio por espectador también son lo más alto.

Así Madrid y Cataluña son las dos comunidades donde más se gasta, dentro de las economías familiares en espectáculos teatrales. Cabe destacar el caso de la Comunidad de Castilla y León que, pese a ser una de las CA con más territorio, está entre las Comunidades en las que el gasto medio por espectador es muy bajo rondando los 7 euros en el año 2018.

2.3.3. Análisis de datos de usos y costumbres.

Este último punto de este apartado es uno de los más importantes, pues teniendo como base cómo ha fluctuado el sector de las Artes Escénicas es importante saber cómo ha afectado la crisis y otros acontecimientos históricos al comportamiento de la población.

Este punto nos servirá para observar cómo se ha comportado la población joven, en general, ante diferentes situaciones y cómo es su relación con este sector. Así también, desde un punto más alejado, veremos cómo se comporta la población en general.

Los datos más relevantes en los que nos vamos a centrar son en los datos durante y después de la crisis económica del año 2008 para poder hacer una previsión de cómo quedaría el comportamiento de la sociedad después de terminar la pandemia del virus Covid-19.

Cabe hacer un inciso ya que la crisis de 2008 fue una crisis principalmente económica con consecuencias sociales, pero esta crisis que se está sufriendo en el año 2020 es una crisis sanitaria con un fuerte componente social.

Esto es importante decirlo ya que, como veremos en los datos, los que son consumidores en gran medida de teatro y de espectáculos de arte escénicas es principalmente la gente adulta y que, en la actualidad, se encuentra en el grupo de riesgo por alta probabilidad de contagio, por lo que el patrón de consumo y de hábitos de éstos se estiman que van a variar notablemente.

La base de esta predicción es el motor de una de las propuestas que voy a realizar en este trabajo. Así, sin más dilación comienzo una breve revisión de los datos de hábito y consumo de la población.

Según el estudio de la situación de las Artes Escénicas en España que recoge una encuesta del año 2011, dentro de los diferentes géneros de artes escénicas, el teatro es de los mejores valorados de entre Teatro, Ópera y Danza. Aun así, según la encuesta, sólo el 19% de la población que realizó la encuesta había acudido en el último año al teatro.

El análisis del perfil de esta gente que ha acudido al teatro en ese último año ha demostrado que acuden más aquellos que pertenecen a la mediana edad seguidos de los mayores de 50, en mayor medida las mujeres y, sobre todo, aquellos que son solteros o viven con sus padres. En este último caso están muy cerca los matrimonios con niños menores de 18 años.

En el resto de los géneros de las artes escénicas que hemos mencionado destacan por tener un público mucho más mayor y donde la educación juega un papel muy importante, ya que la mayoría tiene estudios superiores.

En el caso de los menores de edad, la diferencia de público se hace mucho mayor. Nos encontramos con cifras que muestran que el teatro sigue siendo uno de los géneros que más simpatías genera frente a otros géneros como la ópera o la danza. En este caso vemos que la gran mayoría que ha acudido a este tipo de espectáculos ha sido acompañada de un adulto, sobre todo siendo éste relacionado con el ámbito educacional.

En los estudios más actuales sobre el comportamiento del público y su percepción, ejecutados por la base de datos del Ministerio de Cultura podemos ver que la valoración media de las artes escénicas entre los jóvenes es buena, pues entre los diferentes rangos de edad la nota media es de un 5 o 5,5. Si hablamos de una rama de las artes escénicas en particular, es el teatro el de los más valorados muy por encima de la Ópera y el Ballet.

Si hablamos en términos de género, son las mujeres las cuales lo valoran muy por encima de los hombres e incluso muy por encima de la media, esto se puede ver por ejemplo en el teatro

pues los hombres lo valoran sobre 4, por debajo de la media que es un 5,5, mientras que las mujeres lo valoran sobre 6 de media.

Si nos fijamos en la formación de éstos, aquellos que valoran por encima de la media son los que tienen una educación secundaria y superior como la universidad, esta última con un 6,5 de media.

En el ámbito laboral, aquellos que peor valoran las artes escénicas son los jubilados o retirados del trabajo que lo valoran muy por debajo de la media a cómo lo valoran aquellos que trabajan o estudian. Esta valoración está muy seguida de los parados que lo valoran con un 5 de media.

Entre el año 2018 y 2019 solo el 30% de los encuestados habían acudido a un espectáculo de artes escénicas, de los cuales el 33 % son mujeres. De todos ellos, los comprendidos entre los 15 y los 19, junto con los de 25 hasta los 44, son los que más han acudido con un 43 % y un 37 % respectivamente. En cambio, aquellos que más han ido a un espectáculo de artes escénicas son aquellos que están casados y con hijos menores de 18 años.

Hablando de los diferentes géneros de artes escénicas, el que se convierte en el rey, como se ha podido ver desde hace muchísimo tiempo, es el teatro, donde el 24,5% de los encuestados han acudido al teatro. Según la franja de edad son los de entre 15 y 19 años los que más han acudido, con un 37% y los mayores de 35, con un 28%.

2.4. La situación en el año 2019, el último pico antes de la bajada.

Como se ha venido viendo desde los últimos años, los datos obtenidos por el INE y por los diferentes anuarios editados por el Ministerio de Cultura y la ESGAE, el número de espectáculos, la recaudación, el número de espectadores ... sigue aumentando, como ha pasado desde pico más bajo de las gráficas entre el año 2012 y 2013. Pero pese a este crecimiento, que se ha ido realizando año a año, todavía no nos encontramos a niveles previos a la crisis del año 2008.

Debido a la crisis sanitaria, aunque todavía no hay datos certeros sobre determinadas cifras o valores que hemos estudiado aquí, en este trabajo podemos hacer una estimación teniendo en cuenta las medidas adoptadas y las restricciones, así como otros factores que veremos.

De momento se tiene claro que con esta crisis sanitaria el crecimiento que se ha venido produciendo, se ha visto estancado de forma abrupta.

Lo que diferencia esta crisis de la crisis del año 2008 son varios factores y que inciden directamente en los datos que vamos a ver:

- En primer lugar, esta crisis ha afectado de una forma más rápida a la forma de consumo de la población y también a las empresas ya que se junta una crisis sanitaria y una crisis económica.

Si lo comparamos con la crisis financiera del año 2008, como hemos podido ver, ha afectado de forma progresiva donde los estragos se fueron repartiendo y agravando con el paso del tiempo viendo cómo el gasto de las casas, los negocios y los teatros, debido a la recesión y la poca circulación monetaria, fueron cerrando progresivamente.

- Debido a las medidas tomadas, la economía se instauró en un estado invernadero de forma repentina, sin dar lugar a los empresarios a prepararse o adecuarse a las dificultades que se avecinaban.
- Nuestro sector depende en gran medida del turismo nacional e internacional, por lo que el cierre de fronteras, la dificultad de moverse de una ciudad a otra debido a las restricciones, nos lleva a que una de las principales fuentes de fondos y beneficios desaparezca.

En el caso de la crisis del año 2008, el turismo y los viajes no se vieron reducidos de una manera tan brusca como ha sido en la actualidad, con la crisis sanitaria del año 2020.

- El paro se vió incrementado de forma periódica con el paso de los años en cambio en la actualidad, sino fuera por los ERTE y las ayudas al empleo para evitar los despidos, el empleo se hubo estabilizado, pero aun así el poder adquisitivo de la población se ha visto afectado y reducido radicalmente.

Con estas sutiles diferencias nos encontramos que la situación que se puede producir tras esta crisis sanitaria y económica sea aun peor que en la crisis del año 2008 donde se establece que su peor situación fue en el año 2012 de forma general.

Si la situación no es peor, es debido a que gran parte del sector está en manos de la Administración Pública, como foco de oferta y donde se sustenta uno de los puntos más importante del mercado, es decir, los espacios escénicos y las subvenciones o inversiones.

Pero antes de establecer cómo puede haber quedado el mercado después de esta crisis, vamos a ver de qué situación partimos con los últimos datos a los que se tienen acceso y son los del año 2019. En la siguiente tabla se ve la diferencia entre el año 2018 y el 2019, en una serie de

magnitudes que nos interesan por encima del resto, para lo que vamos a analizar y comentar a posteriori.

Tabla 9: Comparativa de magnitudes 2018-2019

| | 2018 | 2019 |
|--|----------------------|-----------------|
| Número de representaciones | 46.889 ¹⁸ | 47.372 |
| Valor de la recaudación general | 204.793 (miles) | 207.394 (miles) |
| Teatros de titularidad pública | 1193 ¹⁹ | 1210 |
| Teatros de titularidad privada | 461 | 475 |
| Total espacios escénicos | 1.674 | 1.709 |
| Compañías de artes escénicas. | 4.144 | 4.252 |

Fuente: Elaboración propia.

Como podemos ver, la tendencia sigue al alza en el año 2019, último año previo a la crisis sanitaria. Cabe destacar cómo los espacios escénicos, tanto públicos como privados, crecen por igual (son cifras similares de crecimiento) aunque se mantiene la abismal diferencia entre ellos, siendo superior la pública como hemos visto.

En relación a las compañías se han creado 100 compañías estables, y si vamos a los datos por comunidades ²⁰ vemos que ese crecimiento se concentra en las grandes comunidades como son Madrid, Cataluña y Andalucía, donde además son las comunidades donde se concentran en mayor parte los espectáculos a lo largo del año. Esto se debe a lo que ya hemos visto que es el factor metropolitano, ya que en estas comunidades son donde se ubican en mayor medida este tipo de ciudades.

¹⁸ Datos obtenidos de: Anuario de Artes Escénicas, Ministerio de Cultural, 2020

¹⁹ Datos obtenidos de CULTURABASE.

²⁰ Datos CULTURABASE

Pero esto, en los años 2020 y 2021, cambia radicalmente y a falta de datos en el momento de escribir esto, estimo que nos quedaremos en valores similares e incluso inferiores que a los peores años que ha pasado el sector de las artes escénicas.

La consecución de los hechos de esta crisis sanitaria provocada por el SARCOV-2 o COVID-19 ha sido la siguiente y ha afectado de esta manera: a mediados del mes de marzo de 2020 se instauró un Estado de Alarma en España por un periodo inicial de 15 días para evitar la propagación del virus y mejorar la situación en los hospitales que comenzaba a ser preocupante. Esta medida al final se prolongó alrededor de 3 meses.

Durante todo este tiempo comenzó una época de hibernación de la economía donde solo funcionaban aquellos negocios o trabajos que hayan sido decretados de extrema necesidad o servicios esenciales. Entre las actividades que se mantuvieron cerradas durante todo este tiempo y más adelante, ha sido el sector de las Artes Escénicas.

Las medidas de cierre de los teatros, auditorios y espacios escénicos de diferente índole se prolongó más allá en el tiempo que el resto de medidas ya que con el fin del confinamiento domiciliario empezó una temporada de la denominada “desescalada” donde, por unas fases establecidas, se iban abriendo locales y se permitía una serie de actividades u otras.

Las actividades que se iban permitiendo se llevaban a cabo con restricciones de aforo y con protocolos para evitar los contagios. Estas fases se imponían de forma desigual dependiendo de la comunidad autónoma en la que nos encontrásemos y de la situación epidemiológica.

Lo que nos concierne a nuestro trabajo y la situación en la que nos encontramos, estas medidas nos han llevado a una situación crítica que, en números, se puede traducir en:

- En relación a los espacios escénicos de titularidad privada, una reducción del número de salas de un 35%.

La forma en la que estas instituciones pueden afrontar la situación dista de cómo lo pueden hacer los públicos debido a que las pérdidas a las que se enfrentan y el lucro cesante por el cierre de actividad es mayor. Una vez mejorada la situación y con los cambios de fases y el aumento y reducción de las medidas, comporta una situación de inestabilidad a la que no pueden hacer frente y llevar a cabo una programación estable para paliar los costes.

Esta reducción de salas de titularidad privada no está relacionada en su totalidad con la venta y desaparición de éstos, sino que las salas pueden cambiar su situación jurídica y acabar

teniendo una titularidad mixta o, en el mejor de los casos, que las instituciones públicas se hagan cargo de ellas.

En este sentido, el número de salas de teatro de titularidad pública se han visto avocados a una reducción del 10% de las salas. Esto se deberá principalmente a los recortes y a centrar la inversión pública en otras materias necesarias para paliar los estragos de la crisis sanitaria.

Según el índice de Comunidades Autónomas podemos decir que las más afectadas serán principalmente Andalucía, por la reducción del turismo como principal causa, Madrid, Cataluña y Valencia, así como también las Islas Baleares. Todas ellas tienen en común que son comunidades turísticas y con una gran red de teatros o salas de espectáculos como principal atractivo a la hora de viajar.

A tener en cuenta también en este sentido es que los espacios escénicos más afectados son aquellos de más de 500 butacas y también los de menos de 250. Esto se debe a que los de menos de 250 ya son salas pequeñas y que con las restricciones no sería económicamente rentable abrir. Lo mismo se puede aplicar a las de más de 500, sobretodo, los que son de 1000 butacas o más, pues el margen coste - beneficio que se espera de una sala de ese tamaño se podría decir que ronda los números negativos, especialmente si éstos están en manos privadas.

- En relación al número de espectadores y la recaudación, que van muy relacionados entre ellos, estimo que se reduce la cantidad en un 65% del total del total del año 2019.

La razón de ésto se debe principalmente a que los teatros estuvieron cerrados durante mucho tiempo y después, cuando pudieron abrir finalmente, esta apertura estaba sujeta a restricciones y a limitación de aforo, que de forma natural nos lleva a que el número de espectadores merme.

- Finalmente, las representaciones, por cosas obvias que ya hemos comentado, estimo que caerán en un 50% en el año 2020 debido a las restricciones y los cierres de espacios escénicos.

Todo esto nos lleva a que, ante la escasa oferta cultural y a la baja producción, muchas compañías no han tenido trabajo ni han estrenado en todo el año 2020 o están pendientes de estrenar. Aunque no han producido, sí han tenido que pagar los sueldos y los costes unidos a la actividad económica, lo que lleva a la disolución de compañías y su cierre. Estimo que

como consecuencia de todo lo explicado con anterioridad el número de compañías cae en un 35% respecto del año 2019.

2.5. Análisis del conjunto de magnitudes.

Una vez analizado de forma individual aquellas magnitudes que conforman los principales puntos de análisis del mercado de las Artes Escénicas, no solo por sus datos fáciles de obtener, sino también porque reflejan de manera fidedigna las fluctuaciones del mercado en todas sus etapas, tenemos que hacer una lectura conjunta de todas ellas y juntar la información que se desprende de ellas. Esa información hay que leerla en el entorno en el que se desarrollan, pues éste es el que da significado a los datos.

Aunque tenemos un gran mercado de Artes Escénicas, donde el sector público tiene un peso importante, tenemos una red de teatros a la altura de nuestra historia escénica, los dramaturgos españoles se encuentran entre los mejores del mundo y un sinnúmero de artistas bien formados en nuestras escuelas, también tenemos una serie de deficiencias que han llevado a que las diferentes etapas del mercado, en su época de crecimiento como en su época de recesión, haya una gran diferencia entre ellas haciendo mayor incidencia en estas últimas etapas dichas.

Estas deficiencias se explican a continuación de forma resumida:

- Pese al gran número de espacios escénicos, mucho más allá de los teatros entendidos en su término tradicional, tenemos en España una mayor producción, lo que nos lleva a una mayor oferta que demanda.
- Este desequilibrio se produce por la preocupación de una gran parte del sector por el cortoplacismo. Se suma a todo lo anterior la continua competencia por parte de otros productos culturales como es el caso del audiovisual.
- Esto no produce otra cosa que una falta de coordinación entre los medios de producción, el consumidor y los encargados de distribuir todo ello, tanto a nivel nacional como internacional.
- Aunque hay una mayor producción que demanda en este país, es más común que estas producciones provengan por parte de empresas pequeñas o deslocalizadas, que, por ejemplo, grandes o medianas empresas que escasean en nuestro sector.

Esto se observa perfectamente en lo dicho por Estudio sobre la situación de las Artes Escénicas donde dice que solo el 36% de las compañías cumple completamente estos

requisitos: haber producido un espectáculo en los últimos 3 años y disponer de un presupuesto de más de 25 mil euros.

Se suma a esto la gran diferencia que se produce entre las pequeñas y las grandes empresas productoras debido al número de funciones que se hacen por espectáculo, pues las más grandes se pueden permitir, no solo más espectáculos sino también más funciones²¹

- Un sector y un público empobrecido debido a la última crisis económica, que, en palabras de Alberto Fernández Torres: “Resulta milagroso y poco comprensible que el sistema teatral no haya quedado devastado por ella. Y, más aún, que en el marco de una extendida y profunda contracción del consumo privado nacional”²².

No todo es negativo e incluso de uno de esos escollos a los que nos enfrentamos se pueden sacar puntos positivos, pero en el ámbito local. Tras la crisis económica y con la fuerte inversión pública que se ha hecho desde entonces, tanto en apoyo a la producción como en la creación y restauración de las infraestructuras ya existentes, se saca en claro una serie de beneficios: La capitalidad cultural de las ciudades de Madrid y Barcelona se ha visto mermada en favor de una dispersión del consumo cultural entre otras zonas de España y de ciudades más pequeñas que ha favorecido, en cierta medida, a desarrollar nuevas audiencias con la consecuente diversificación del público y de la oferta.

El control, por tanto, también se descentraliza y se le da más poder a las CCAA y otras entidades locales de menor tamaño que nos lleva a ver una inyección de caudal monetario directamente en los medios de producción y crear una mejor demanda para las ya establecidas compañías productoras creando una fuerte colaboración y cooperación entre el sector privado y el sector público.

No olvidar que esto se puede llegar a convertir en un arma de doble filo debido a que se pueden producir casos de clientelismo con las administraciones públicas locales más humildes creando un fuerte estado de necesidad.

El flujo de caudales que se genera entre el sector público y el sector privado, actuando éste primero en una posición de garante y de superioridad en el mercado frente al privado, conlleva un fortalecimiento del entramado productivo y laboral local favoreciendo la

²¹Colomer, Jaume, Estudio sobre las Artes Escénicas en España, Ministerio de Cultura, pag 56.

²² Fernández Torres, Alberto. “Análisis de la evolución del sector de las artes escénicas en los últimos años y tendencias de futuro”, Discurso inaugural Mercartes Sevilla, 2010.

creación de empresas relacionada con el sector y poniendo en valor la cultura y la escena regional o local produciéndose un teatro de cercanía con los intereses de la población.

La importancia del sector público en el entramado productivo de las artes escénicas se ve en la distribución de los ingresos de las empresas profesionales: 76% caches, 9% ingresos derivados de la taquilla y 13% subvenciones.²³

Con todo esto podemos ver varios tipos de empresas productivas en el ámbito de las artes escénicas:

- Centros de producción pública.
- Empresas cread ad-oc para un espectáculo determinado
- Compañías históricas
- Productoras de productos ecléticos en busca de la comercialidad.
- Compañías independientes del ámbito regional
- Micro compañías con un público específico.

(Estas compañías están ordenadas de menor a mayor en número)

Con todo ello se ha conseguido también una serie de logros a lo largo de las últimas décadas pese a la gran crisis en la que se ha visto inmerso el sector. La fuerte presencia del sector público y la deslocalización de los medios de producción, ha conseguido que haya un gran incentivo a la profesionalización de las compañías, se ha invertido en infraestructuras, la oferta escénica se ha diversificado y se ha convertido en más accesible en términos generales gracias a los precios públicos (ésto último ha ayudado a crear y desarrollar un público específico por la diversidad de temas), mejora del mercado laboral y del tejido productivo... entre otras cosas. Todo esto no sería posible sin la voluntad política de las instituciones que apuestan, prácticamente a fondo perdido, por invertir en cultura.

2.6. Análisis DAFO del sector de las AAEE posterior a la crisis económica.

Como fortalezas podemos destacar los siguientes puntos:

- Un patrimonio escénico rico, diverso y de mucha calidad.
- Una buena fuente de talento creativo.
- Una gran oferta de espectáculos.

²³ Colomer, Jaume "Análisis de datos del periodo 2003 – 2014" *Estudio sobre la situación de las artes escénicas en España*. 2014, pag. 57

- Un público base con la tendencia de acudir al teatro regularmente.
- Una red extensa de espacios escénicos y de una infraestructura funcional de titularidad pública.
- Nos encontramos en un momento avanzado de profesionalización artística y técnica.
- Resiliencia y optimismo como personalidad conjunta de todo el sector.

En cambio, como debilidades podemos mencionar unas cuantas cosas que pone de manifiesto que la crisis ha sido muy profunda dentro del sector, sector que ya tenía una estructura interna muy débil con anterioridad.

- Un catálogo de productos de cierta calidad y poco diversificada, sobre todo debido a la reducción de la financiación y de las subvenciones.
- La visión a corto plazo en la búsqueda de resultados que afecta a la investigación creativa.
- Poca visibilidad social, sobre todo en el ámbito de los medios de comunicación, que se suma a escasa valoración y reconocimiento social.
- Escasa presencia en el sistema educativo.
- Desde el punto de vista de los jóvenes o de los nativos digitales, las artes escénicas tienen poca incursión en la rutina de consumo que tiende a la rapidez y la inmediatez.
- El complejo entramado de procedimientos administrativos afecta a la eficacia de la gestión en la gran mayoría de los espacios de titularidad pública.
- Sobreproducción
- El mercado está plagado de pequeñas empresas con modelos de subsistencia.
- Un mercado interno fragmentado con ausencia de un sector privado sin ánimo de lucro.
- Una escasa proyección al mercado internacional o extranjero.
- Falta de regulación y reconocimiento del derecho de acceso a la cultura.
- Fuerte dependencia del sector público.
- Un exceso de carga fiscal.
- No hay buenos profesionales formados en gestión cultural y de eventos, muchos en metodologías innovadoras y eficaces.
- Falta de una fuente unificada de datos para la lectura de diferentes magnitudes.

Las oportunidades que se nos presentan vienen a ser las mismas a las que nos enfrentamos en la actualidad, por lo que vemos que tenemos una fuerte cuenta pendiente todavía.

- Incrementar el gasto público per cápita para solventar la crisis.
- Una mejora en la comunicación y la presencia online o redes sociales.
- Desarrollar una red fuerte de crowdfunding.
- Crear una transversalidad en las diferentes ramas artísticas para investigar dentro de nuevos lenguajes escénicos.

Éste es el punto del que parte nuestro trabajo, enfocado desde la perspectiva organizativa y escénica para atraer nuevas formas de inversión y nuevo público a las salas escénicas.

- Abrir nuevos espacios escénicos fuera del ámbito institucional donde se desarrollen actividades escénicas de fuerte alcance social.

En cambio, las amenazas las podemos concentrar en 3 grandes grupos que agrupan varias de ellas:

- Cambio en los modos y hábitos de consumo del público en su tiempo libre. Sobre todo, a partir del año 2008 cuando empieza la crisis.
- El aumento y continuidad de las medidas políticas reduccionistas en el gasto público motivadas por la tendencia a la austeridad de las instituciones. Estas medidas han tenido mucho impacto en el ámbito escénico.
- El aumento y la intensidad de la competencia de otras formas de oferta en ámbito del ocio digital. Añadir a esto que la oferta en relación calidad, precio y productos ofertados son llamadas de atención a un público más joven, pues tienen mucho más (series, películas, programas ... en diferentes lenguas y lenguajes) por mucho menos. Suelen ir estas ofertas acompañadas de promociones conjuntas y facilidades que flexibiliza su uso.

3. ANÁLISIS DEL MODELO DE GESTIÓN DE LA NAVE

3.1. ¿Qué es La Nave del Teatro Calderón?

La Nave del Teatro Calderón de Valladolid es un proyecto creado por el Teatro Calderón de Valladolid de la mano de su director, José María Viteri, entre el año 2014 y 2015.

Siendo un proyecto completamente innovador en España por la naturaleza de este, se aleja conscientemente de la estructura clásica de las compañías de teatro para crear un proyecto para dinamizar la cultura en la ciudad y aprovechar el talento joven en ciernes.

Con este proyecto se ha intentado crear un lugar donde las diferentes ramas artísticas puedan convivir y desarrollarse conjuntamente a través de los diferentes perfiles que intervienen en el proyecto, el nombre técnico que se le ha dado a este proyecto y, que se usa como sobrenombre, es: proyecto interdisciplinar.

A diferencia de otras compañías o agrupaciones artísticas, ésta no se centra en un talento o una rama en concreto, es decir, no es artes escénicas solo o composición y música en exclusiva, como puede ser una banda, así como tampoco se centra en la danza y expresión corporal en el caso de las academias o grupos de baile.

En este proyecto se buscaba una interacción entre todas estas ramas y enriquecer a los participantes, aprendiendo y enseñando al mismo tiempo, a desenvolverse en otros ámbitos que se encuentran fuera de su zona de confort.

El proyecto está dirigido y creado por el Teatro Calderón de Valladolid en conjunto con la productora y compañía de Rayuela Teatro, pues siendo dos de los integrantes de éste los directores técnicos y artísticos del proyecto: Nina Reglero y Carlos Nuevo.

Estas dos personas cuentan con una larga trayectoria en el mundo de las artes escénicas y con un sinnúmero de galardones y representaciones, tanto en la comunidad de Castilla y León como fuera de ella. El tipo de espectáculos a los que se dedica su compañía no distan mucho de los espectáculos y el público objetivo de La Nave, ya que una gran parte de sus obras van dirigidas a un público joven e infantil.

El proyecto se extiende a lo largo del año, mejor dicho, del curso escolar o temporada teatral. Empieza en octubre con las pruebas de acceso necesarias para formar parte del proyecto.

El desarrollo del proyecto se lleva a cabo a través de talleres donde de forma equilibrada y por temáticas están divididos los participantes. Estos talleres se realizan en las propias instalaciones del teatro y se realizan las tardes de los lunes y martes. Para que se reúnan los

grupos y se haga una interacción mayor entre los diferentes participantes, los fines de semana se llevan a cabo también talleres más amplios.

El desarrollo de los talleres son de la siguiente manera, ya que se divide en dos partes: en la primera parte los directores del proyecto dan una serie de normas o reglas junto con unos ejercicios de concentración y de unión entre los participantes; en la segunda parte se deja cierta libertad a los participantes, divididos en grupos, en los cuales, partiendo de las bases establecidas, se les ofrece la opción de crear, componer, escribir y llevar a cabo una performance que la tendrán que exponer finalmente ante el resto del grupo.

Este punto final es lo más valorado del proyecto pues es de esta serie de muestras desde donde se parte para ir más allá en los proyectos y de donde surgen las producciones que finalmente vamos a desarrollar en breve.

En la actualidad, aunque con intención de cambiar eso, los recursos para producir La Nave y llevar a cabo sus espectáculos parten directamente del presupuesto general del Teatro Calderón ya que forma parte de su larga lista de proyectos culturales. Con el paso del tiempo, ya que este proyecto tiene una duración, de momento, de 7 años, el presupuesto se ha ido equilibrando y se ha reducido la aportación del teatro para incluir los ingresos y los beneficios obtenidos por las diferentes representaciones que se han realizado a lo largo de su historia.

Incluir en este apartado que el proyecto, de cara a sus participantes, es totalmente gratuito y por lo tanto no tienen que pagar ninguna cuota o suscripción para formar parte.

El único requisito para formar parte del proyecto es la de pasar una prueba a modo de casting de 15 minutos en la cual se ha de mostrar, ante los productores, directores y otros participantes, las cualidades y aptitudes artísticas que poseen, también hay que decir que al ser una asociación sin ánimo de lucro, no busca encontrar un beneficio o que, por todas sus representaciones, los artistas y actores intervinientes no cobren un sueldo por sus servicios.

El hecho de que no se cobre una cuota por formar parte o para participar no es otra cosa que una medida para cumplir uno de sus preceptos sobre los que se ha creado el proyecto, el cual consiste en no hacer diferenciación por condición social u otras situaciones que provoque que no se pueda concurrir al proyecto en igualdad de condiciones.

Bien es cierto que todo el dinero que se percibe repercute en el bien general pues se usa para comprar material o poder hacer excursiones o actividades que sean de interés para el proyecto.

Cabe decir en este momento que el fin del proyecto de La Nave, hablando en términos anuales, no es la elaboración de un espectáculo de ningún tipo, sino que la razón de que se llevasen a cabo éstos, los que enumeraremos en breve, se debió a que tanto los directores artísticos como los gestores del teatro, habían considerado lo suficientemente comprometidos y sólidos las bases del proyecto como elegir un tema o una línea de dialogo para proponer una propuesta escénica.

Teniendo esto como premisa y debido a la buena acogida del proyecto por parte de los jóvenes artistas de la ciudad se han producido los siguientes espectáculos que han tenido, algunos, un recorrido más largo que el otro:

- **Metamorfosis:** una obra basada en la obra literaria de Kafka en la cual se trataban temas como encontrar un camino hacia el futuro, la maduración como personas y encontrarse a uno mismo. Este fue el primero proyecto de la compañía de la Nave y se representó en el escenario del teatro a puerta cerrada con los familiares como público.

En ese momento no se tenía el proyecto para que tuviera una perspectiva pública como si ha tenido en los siguientes proyectos.

- **Greeneyed Monster:** Esta obra, basada en Otelo de Shakespeare, versa sobre el maltrato, los celos y la violencia sobre la mujer desde el punto de vista de los jóvenes y sus referencias. En esta producción, para la representación de los papeles de la obra de Otelo se contó con actores profesionales y el equipo de jóvenes navegantes tenían un papel, aunque principal, equivalente al coro griego de las obras clásicas griegas.

Esta obra de La Nave es una de las que más recorrido ha tenido en su historia, ya que no solo se representó, después de su estreno, en el escenario de la sala principal del Teatro Calderón, sino que también “giró” por otros escenarios de Valladolid (en campaña escolar) y por otros escenarios de la comunidad.

- **Fuegos:** En esta producción de teatro, creada en su origen para reproducirse en el TAC o Festival de Teatro de Calle, trata los temas relacionados con la inmigración (sobretudo de los países árabes) comparándola con la inmigración producida debido a la Guerra Civil y la posterior dictadura en España. Con ello también se quería poner de manifiesto el aumento escalonado de las radicalizaciones y del aumento de la intolerancia en los grupos de más jóvenes y también en las instituciones políticas de diferentes rangos.

En esta producción, para ayudar en la documentación, se contó con una refugiada Siria que vivía en la comunidad y que incluyó su historia dentro del texto de la obra.

Esta producción ganó el premio a mejor espectáculo del TAC en su sección Estación Norte y al igual que en su producción predecesora se representó en otros escenarios de la comunidad y de la ciudad, incluyendo campañas escolares. Como consecuencia lateral a esta producción, se produjo una escisión de la compañía y se llevó el proyecto a Ecuador, donde se realiza de una manera muy similar y es dirigida también por Rayuela Teatro.

- **Ágora:** La temática de esta obra cambió radicalmente y dejó de lado la crítica social de forma directa para crear un espectáculo más intimista en el cual se hablaba de la poca relación interpersonal de la sociedad, la inclusión de las redes sociales y también cómo la rutina se ha instalado en nuestro día a día.

Esta producción, más allá de los días de estreno se representó en la temporada teatral siguiente como programación oficial del Teatro Calderón de Valladolid y también se llegó a representar en funciones escolares.

- **Morlockland:** Basándose en la obra de H.G Wells, La máquina del tiempo, se llevó a cabo este espectáculo en el festival de teatro TAC. Es de destacar la propuesta escénica ya que se alejó de una propuesta diseñada para un escenario, para crear varios módulos donde se realizaban las acciones de forma simultánea y el orden era alterno, por lo que la experiencia del espectador era completamente diferente según por donde empezase.

A diferencia de las otras producciones ésta ha tenido menor recorrido, no solo debido a que al año siguiente comenzó la crisis sanitaria, sino que la dificultad de la forma en la que se ha diseñado la propuesta escénica dificulta tanto que puedan acudir un gran número de gente como encontrar el espacio con las condiciones suficientes.

- **Amor desnudo:** como un gran ejemplo de la contemporaneidad de la que alardea la compañía, esta producción, que en sus términos originales se vio truncada por la crisis sanitaria, se llevó a cabo a modo de telefilm o documental en el que los integrantes utilizaban las redes sociales y los medios a su alcance, con el texto preestablecido, para crear contenido.

En esta obra el tema a tratar era el desarrollo sexual y la sexualidad por parte de los jóvenes y desde su punto de vista, abarcando el problema de que este tema sea tratado como tabú en muchas familias o círculos sociales.

A mayores de estas producciones que se desgranar directamente, de lo que se realiza en los talleres semanales hay otros proyectos que, como elementos recopilatorios de aquello que se ha dejado atrás por decisión artística extienden las ramificaciones artísticas y explota otras ramas en las cuales otros perfiles de los participantes pueden desenvolverse de forma adecuada.

Algunos de estos proyectos son: la gestión de redes sociales como otro elemento de expresión escénica y creadora de contenido, la publicación de podcast en una radio con el feminismo como tema central y la creación de FANCINES con imágenes, textos y otros elementos relacionados, por ejemplo, con la temática de las obras.

Todas estas producciones y obras se han llevado a cabo en exclusiva, con material creativo creado por parte de los participantes que intervienen de forma activa en todo el proceso productivo, desde el acondicionamiento del libreto, la composición de la música y también la puesta en escena.

En todas las producciones, a mayores y gracias a la cortesía del teatro, se ha podido compartir espacio con otros artistas, de alto nivel, como coreógrafos o diseñadores, así como también escritores, que partiendo de aquello que se le proponía por parte de los participantes tomaban parte en el proceso creativo.

En menor medida se han realizado pequeñas producciones a modo de “*slam*” en tiempos muertos del proceso creativo, pero con una escala mucho inferior a las otras producciones.

Para finalizar este apartado tenemos que mencionar la última obra que se ha producido con el membrete de La Nave, que es la obra En Bucle y que representa el final del objetivo que quería plasmar en este trabajo. Con ex participantes del proyecto, en general con gente que tiene ya un perfil más profesional, se ha creado un espectáculo, más centrado en el ámbito musical y textual, que en el escénico y que se espera que se estrene en esta temporada 2021 en el Teatro Calderón.

Como aprendizaje y uso de la resiliencia del proyecto, con la instalación de la crisis sanitaria y las consiguientes medidas de prevención se utiliza ambas vías, la telemática y la presencial, para desarrollar de forma correcta y sin que afecte al devenir de los acontecimientos

retrasando otras cosas como puede ser la puesta en común de todo aquello que se ha realizado.

La viabilidad del proyecto, su afincamiento en la estructura cultural social se puede ver en varios aspectos: aparición de nuevos proyectos que trabajan en las mismas líneas como es el caso de 11 FILAS, la creación de nuevas ramas dentro del proyecto de La Nave como La Nave Senior o La Nave de Ecuador.

El último ejemplo muestra la versatilidad del proyecto en otros ámbitos económicos y sociopolíticos, pues éste se desarrolla durante los meses de verano (o invierno según las latitudes) con perfiles profesionales y académicos más formados. Así pues, la gestión del proyecto, a diferencia de la de Valladolid, está en manos privadas y éstos buscan una rentabilidad a final del año. Este proyecto se ha realizado durante dos años seguidos y se ha visto interrumpido debido a la crisis sanitaria.

3.2. En qué consiste el modelo Nave

El modelo Nave, así será como lo denominemos de forma genérica, parte directamente del modo de trabajo y de funcionamiento interno del proyecto. Se ha explicado con anterioridad, de forma escueta, cómo funciona diariamente el proyecto por lo que no me voy a detener en tecnicismos más allá de aquellos que queremos destacar.

El primer ejemplo del que quiero mencionar su importancia a la hora de entender y explicar el modelo, es el caso del COVER. Este personaje, o puesto de trabajo, si se permite la licencia, lo ostentan todos los intervinientes del proyecto.

Este elemento, que se ha convertido en una parte intrínseca del proyecto y que funciona como un eje más de funcionamiento de todo el sistema, cobra su importancia cuando estamos en estados avanzados del proyecto, es decir, cuando empiezan los ensayos para la función de estreno. El COVER consiste en que en el caso de que una persona no pueda acudir a los ensayos, esta persona le diga a otra exactamente lo que tiene que hacer y en qué momento lo tiene que hacer.

Esto se puede llevar a cabo primero, porque en las producciones no hay papeles o protagonistas con más peso que otros, por lo que todos parten con la misma carga de trabajo; y segundo, porque al partir todos de la misma base y del trabajo, en el ámbito interpretativo, todos cuentan con la misma información. Se complementa con la intermodalidad del proyecto y permite que un bailarín pueda asumir estas capacidades del COVER en el caso

de que sea un tema escénico o viceversa. Esto es aplicable a todos los estratos intervinientes en el proceso de producción.

Hablando de éste elemento, he introduciendo el segundo elemento, hay que destacar del proyecto que tiene una formación dual y bilateral. Esto se produce durante todos los talleres donde son los propios participantes los que les enseña al resto sus habilidades o cómo poder mejorar aquellas que ya tienen, por ejemplo, si hablamos del campo de la edición o el diseño.

Esto nos lleva a que la formación de los intervinientes mejora considerablemente y que fuera del proyecto, dentro del mercado de las artes, su posición en la competencia mejora pues no solamente gana experiencia por actuar en el espacio donde actúan, sino que también por formar parte en el proceso productivo.

Su valor en el mercado mejora, pues en producciones de bajo costes o donde la retribución es escasa (generalmente hechas por estudiantes o jóvenes emprendedores) la facilidad de que participen en ellas con más de un puesto del reparto de tareas. Incluso, yendo más allá de eso, ya para grandes producciones o proyectos, su curriculum se ve ampliado debido a la experiencia y sus cualidades.

¿Cómo afectó ésto al mercado general de las artes escénicas y cuál es su impacto económico?

Como ya hemos dicho, uno de los principales problemas a la hora de producir una obra y poder obtener beneficios, sin entrar en la complejidad aumentada por la crisis sanitaria que está de actualidad, son los costes fijos de una producción. Estos costes fijos pueden ser mayores o menores dependiendo del tipo de producción que se hace, pues no es lo mismo una producción de una ópera que una obra de teatro clásico, por ejemplo.

Estos costes fijos de una producción de artes escénicas se pueden resumir en los siguientes costes: pagos de salarios de técnicos, directores u actores, alquiler de espacios de ensayo entre otros gastos.

A la hora de gestionar las finanzas de una producción o de una compañía, lo más difícil es equilibrar los ingresos obtenidos por la producción con los costes de ésta, ya que un gran desequilibrio provoca la reducción de los beneficios. Los costes de una producción se pueden dividir en dos tipos, como ya hemos comentado: en costes fijos y costes variables.

Los primeros son aquellos que son más complicados de paliar o de reducir y que también son inherentes a la actividad que se va realizar por lo que tienes que contar con ellos sí o sí.

Los segundos son aquellos que, como su nombre indica, son más fáciles de gestionar y de reducir pues no están tan directamente ligados a la actividad que se va realizar como son los costes fijos.

A la hora de hacer recortes o mejorar la productividad lo que se hace es reducir los costes variables para incrementar la rentabilidad. En nuestro caso puede ser por ejemplo la realización de varios “bolos” o actuaciones, llevar a cabo una gira o cualquier otra cosa que los costes marginales se reduzcan.

Nuestro modelo se instala directamente en la sección de los costes fijos de la producción, sobre todo en lo que concierne a las medianas y pequeñas compañías o empresas que se dediquen a la producción artística. Con la crisis social y económica creada por la crisis sanitaria de la COVID-19, la base de la que se partía antes de que se produjera, se ha volatilizado, no de forma progresiva como se pudo producir tras la crisis del año 2008, sino que, debido a las medidas de protección y prevención adoptadas en todo el país, se complicó la situación de forma acelerada y prácticamente de un día para otro. Entre estas medidas, las que más afectan a nuestro sector y por tanto a la producción artística se encuentran las siguientes:

- El cierre temporal por completo de las salas y teatros escénicos durante más de 3 meses en los inicios de la crisis sanitaria. Estos cierres con posterioridad se han producido de forma alterna y a nivel regional, más que nacional, debido a las medidas y la situación de cada Comunidad Autónoma.
- La reducción del aforo en las salas a un 50% o inferiores, dependiendo de la situación epidemiológica y para respetar las distancias de seguridad (esta última medida afecta de una manera diferente a las salas o teatros dependiendo de su dimensión y forma)
- La reducción del turismo artístico debido a las restricciones de movilidad entre provincias, comunidades e incluso las diferentes zonas de una misma ciudad.

Con esto el dinero que se puede recibir por la venta de entradas o los bolos que se realizan se reduce considerablemente. Este problema se agrava en mayor o menor medida en función de varias variantes: que sea un teatro privado o público, el tipo de contrato que se haya firmado con el teatro donde se puede establecer que pueden ir al cobro a caché, es decir, por un precio establecido, o lo que se denomina “*a taquilla*” es decir, que ellos perciben un porcentaje del dinero obtenido por la venta directa de entradas. Este porcentaje se pacta entre las diferentes partes.

En el caso de que sean salas o teatros privados, a diferencia de los públicos, sí se parte de un presupuesto variable, cambiante y se busca, a final de temporada, un cierto beneficio para reinvertir en el propio teatro u otras producciones. Mientras tanto, en uno de titularidad pública, la necesidad o el objetivo de obtener un beneficio se diluye o no es tan importante como en los casos de titularidad privada.

Debido a la crisis sanitaria y por las restricciones, en comparación con los públicos, se han cerrado muchos más teatros privados debido a que no pueden mantener un rango de ingresos suficientes comparados a los gastos a los que se enfrentan.

Este cierre se debe también en gran medida a que a la hora de tener una reducción de aforo el ingreso por las entradas vendidas, por muchas actuaciones que tenga un espectáculo, se reduce considerablemente ya que por las medidas y restricciones de los aforos se reducen entre el 50% y el 25% en los mejores casos.

Este hecho lleva a que la demanda de espectáculos se reduzca considerablemente en comparación con la demanda de la temporada anterior. Esto lleva a que las compañías vean reducidas sus posibilidades de obtener contratos u oportunidades de mostrar sus producciones y obtener ingresos por ello, pues en la actualidad el montante del mercado, ya de por sí llevado por los teatros y salas de titularidad pública, debido al cierre de las salas privadas, está dirigido y llevado por las salas de la administración pública.

Ante los pocos espectáculos que se puedan realizar en los teatros o salas de titularidad pública, los acuerdos en el caso de pago de cachés o de un porcentaje de las entradas se reduce considerablemente sin beneficiar en este caso a las compañías, pues los teatros necesitan cuanto más margen para seguir funcionando y llevando espectáculos a los escenarios.

Esto conlleva a que los ingresos, ya de por sí exiguos, se reduzcan en comparación con otros años y las compañías, o dejen de producir o no puedan pagar a sus empleados, ya que los costes cada vez son mayores, pero no hay unos ingresos que los acompañen.

El modelo Nave, como así lo hemos denominado, entra en juego aquí directamente como ya hemos explicado. Consiste en la reducción de la plantilla de las compañías, lo que conlleva ya de por sí una reducción de los costes fijos de la producción, en favor de tener menos trabajadores, pero mejor formados. Con esto quiero decir que el tener trabajadores multidisciplinares en la compañía no solo mejoraría los costes fijos reduciéndoles bastante,

sino que la productividad se vería aumentada pues habría más espacio que diera lugar a beneficios al cabo del tiempo.

En materia de salarios esto se traduce en un aumento de salarios para aquellos que se queden finalmente en la compañía, pero con la condición de que éstos tengan una mejor formación sobre la materia y una formación más técnica. Si nos fijamos en la tabla de salarios base de los que se parte según el convenio colectivo de personal de las artes escénicas, según el rango en el que se encuentre el salario aumenta según en la categoría que se esté, así pues para solucionar esto, ya que en lo que proponemos intervienen, de forma general, categorías inferiores con superiores, el sueldo, si los trabajadores son de una categoría inferior, les aumentará en proporción a su formación.

El gran beneficio de este modelo implementado en la vida real son varios: en el ámbito de las finanzas de la propia compañía en vez de tener dos sueldos distintos, con sus gastos respectivos de seguridad social, se tiene un solo sueldo algo más incrementado y con un solo gasto en seguridad social. Esto nos lleva a que, en materia de salarios, si se instala de forma generalizada en el tramado empresarial, estimo que se puede reducir hasta un 40% los costes salariales en la empresa.

En el sector del mercado del trabajo tenemos algunos elementos a destacar por encima del resto: en el primer caso aumentaría el paro en los primeros años pues mucha gente se vería perdiendo su trabajo en pro de otra gente con más formación en diferentes materias. En segundo lugar, el hecho de que se esté optando por una mejora en la formación y en el aprendizaje se está promoviendo el estudio y la formación entre los futuros trabajadores por lo que, tanto en el mercado nacional como en el internacional, los nuevos trabajadores tendrán más oportunidades para encontrar trabajos de calidad y con una mejoría en el sueldo que llevaría a largo plazo a una mejora en la calidad de vida.

4. ESTUDIO DE MERCADO.

Una vez establecido el modelo que se quiere implementar ante esta situación que se nos avecina debida a la crisis del Covid 19 es importante saber cual es el público objetivo al cual nos enfrentamos y que nos puede ser de utilidad.

Ya hemos visto cómo se ha comportado el público antes, durante y después de la crisis del año 2008 que causó estragos sociales. Debido al tipo de producto que nos enfrentamos, que son las artes escénicas, he considerado que la situación en este año 2020 y en el próximo año 2021, con la posibilidad de expandir estos resultados a los próximos años, el Covid 19 provocará un nuevo cambio en la forma de consumir este tipo de producto en la población y será relegado en la lista de prioridades de consumo debido a su dependencia sobre la renta.

En este trabajo se ha realizado un estudio de mercado en el cual se ha testado a un gran número de personas de diferentes zonas de España y también de diferentes edades para conocer de forma transversal cuales son los gustos e intenciones de los encuestados en relación a las artes escénicas tanto antes como a posteriori de la pandemia. La encuesta se encuentra añadida en el apartado de Anexos.

Está escrita de tal manera que pueda ser relanzada varias veces a lo largo de varios periodos de tiempo ya que las respuestas y opiniones pueden ir variando, ya que sabemos que las consecuencias económicas no suelen manifestarse de inmediato, por lo que se abre la puerta a futuros trabajos e investigaciones tanto por mi parte como por aquellos a los que le interese.

En nuestro trabajo, como ya hemos visto, nos centramos en el público joven como posible solución a la crisis de las artes escénicas como un público, que de forma normal y cotidiana, pueda acudir al teatro y suplir así la falta de público adulto o perteneciente a la tercera edad, ya que este tipo de público es el que conforma el principal grupo de riesgo de contagio y de mortalidad del virus, por lo que se supone que debido a las características de los teatros y a la situación dejarán de acudir por miedo o precaución aun estableciéndose las medidas de seguridad establecidas por Ley.

El marketing es importante en muchos de los ámbitos del emprendimiento, de la producción y de la creación de la empresa, llegando a convertirse en uno de los departamentos primordiales en toda estructura empresarial. El marketing va mucho más allá de la publicidad de un producto, sino que también puede cambiar la concepción que se tiene de la empresa respecto del público objetivo al que te diriges o la posibilidad de abrirte a nuevos segmentos

del mercado. En nuestro caso, en el sector del entretenimiento y la cultura, el marketing toma un cariz completamente distinto y con funciones muy diversas.

En primer lugar, hay que diferenciar las dos ramas principales del marketing: la rama estratégica, en la que se establece y se delimita el mercado al que se dirige o que se quiere dirigir, con la medida estrella de analizar la competencia y el consumidor, y también la rama operativa que depende directamente de la anterior y supone la aplicación de las acciones comerciales entorno al producto, precio, distribución y comunicación.

Pero para entender qué tipo de producto queremos vender, lo primero hay que definirlo. El producto que vendemos es un producto cultural que se define de la siguiente manera: el conjunto de elementos tangibles e intangibles, naturales o artificiales que se interrelacionan para cubrir unas necesidades. Este producto ha de tener unos beneficios y utilidades que se puedan adaptar a los gustos, preferencias ... de un público objetivo, pero sobre todo tenemos que saber cómo éste valora los elementos que lo conforman.

Hay infinidad de productos culturales, pero todos están formados por lo mismo: recursos, servicios o equipamientos, valores e imagen y la importancia capital en la calidad. En nuestro caso, que es un producto escénico, tenemos que ver varias cosas: pues los recursos de los que partimos a nivel general es que somos un país rico en producción cultural y con una larga tradición teatral; que los teatros y los espacios escénicos se han ido actualizando y mejorando para dar un mejor servicio y permitir que públicos de diferente tipo puedan acercarse a las salas de teatro, pero el problema, que es al que hacemos referencia de forma implícita en todo el trabajo es que la imagen que se desprende de los productos escénicos, en su gran mayoría, es un distanciamiento por parte de la población general y que solo es una forma de ocio de aquellos que tienen más dinero, estudios o conocimiento sobre el tema.

En relación al producto que queremos lanzar y que es necesario para poder gestionarlo de la forma más óptima, es entender el ciclo de vida de un producto cultural, que consta de varias partes: el lanzamiento, el crecimiento, la madurez y finalmente el estancamiento o declive de éste. Este proceso no es de un año o dos, sino que está comprendido, sobre todo, en términos teatrales y la forma en la que está establecido el mercado, de periodos de décadas para llegar desde el primer punto hasta el último.

Esto nos ayuda a saber que aquello que podamos promocionar o publicitar para dar a conocer es un trabajo largo y con necesidad de que se haga un calado en la sociedad para que pueda despegar de una parte del ciclo a otra, porque a veces su explotación en demasía puede

provocar que éste se extinga de forma prematura a lo que sería si se explotase de forma óptima.

Ante esto, tenemos que tener claro la primera parte del estudio de mercado que se va hacer en este trabajo. Como paso previo, tenemos que tener en cuenta la segmentación de nuestro público objetivo en el que queremos centrarnos.

Por eso, aunque tengamos datos variados sobre personas de diferentes edades, nos centraremos en los datos obtenidos por personas jóvenes sin dejar de lado los obtenidos por adultos o personas más mayores. A futuro sería interesante hacer una breve lectura de esos datos para ver si hay un cambio en el consumo de este tipo de producto y también si sería un público interesante para ampliar el estudio y les interesase el tipo de teatro que planteamos.

De momento el sector poblacional que he escogido para hacer el estudio está ubicado entre las franjas de edad de los 15 años hasta más de 30 años. He escogido este grupo de edad por varias razones relacionadas con su tipo de vida y las diferentes etapas de vida que transcurren en esos años:

- En primer lugar, entre los 15 y los 18 años, en este periodo de años, los jóvenes pasan de la adolescencia a ser jóvenes adultos con la vida resuelta o en vías de estarlo. Empiezan este periodo de edad con los últimos años de los estudios previos a la Universidad y por tanto son años de mucho estrés mental y social, pues “se juegan su futuro”. La actividad cultural se ve reducida drásticamente para centrar todos sus esfuerzos en estudiar y también suelen preferir otro tipo de actividades que oxigenen su cabeza como el ejercicio físico.
- En segundo lugar, en estos primeros años del sector de la población no tienen un dinero propio y por tanto una fuente de ingresos regular como puede ser un trabajo y de forma general dependen del dinero de sus progenitores por lo que la perspectiva de gasto de ese dinero se reduce a los vicios inherentes a esta edad, así como a otras fuentes de entretenimiento que les produzca mayor satisfacción y de una forma más rápida.
- Una vez que llegan a la enseñanza superior, es decir, a la Universidad o estudios similares en los que entran a partir de los 18 años, en este proceso empieza la independencia por parte del círculo familiar ya que en algunos casos se mudan de casa, comparten piso o se van a estudiar fuera. Aunque siguen dependiendo del

dinero de sus padres o progenitores, el montante es mayor y por tanto han de hacer un mayor ejercicio de gestión del patrimonio.

En estos años el entretenimiento en artes escénicas sigue manteniendo un lugar apartado en el horizonte del entrenamiento, sobre todo en los primeros años de carrera o universidad debido a que los jóvenes acuden con más frecuencia a fiestas, discotecas y es difícil encontrar un grupo de amigos con los que poder acudir.

Tanto en esta etapa como en la anterior, por el tipo de producto que son las artes escénicas, es necesario de otro sujeto interviniente para la iniciación en el ámbito teatral ya que es muy difícil que una persona, por propia voluntad acuda.

- Terminada la universidad a la edad de 23 – 24 años uno ya empieza a trabajar o continúa sus estudios en masters o doctorados, incluso empiezan a opositar, por lo que vuelve a ser una etapa de la vida del joven bastante turbulenta.

En este caso el acudir al teatro u otros espectáculos de artes escénicas suele convertirse en algo más habitual, dependiendo de la situación de cada persona. Esto va más ligado al alto nivel de estudios y a la madurez del joven que le permite apreciar mejor el mensaje o el significado de la obra en cuestión.

En relación al tema económico, dependencia respecto de sus progenitores o familiares se ve reducida, ya que empiezan a obtener sus propias ganancias. En el caso de que haya estado viviendo con los padres o familiar, suelen independizarse e irse a vivir solos o con compañeros de piso.

- En los siguientes años en adelante, aunque haya etapas de vida más complicadas o difíciles que otras, empiezan a gozar de una estabilidad y de menos tiempo libre, formándose así una rutina y reduciendo los posibles días que puedan tener para el ocio.

Es importante hacer una diferenciación, que se hará notar en el estudio y en la encuesta, en la formación de los posibles sujetos de estudio, ya que, si la persona o personas tienen una formación de tipo artístico de alguna manera o que por su trabajo, o el de algún familiar, se vean relacionados con el arte, tendrán desde etapas más tempranas una tendencia mayor al consumo de ese tipo de espectáculos escénicos, que por ejemplo, otros que no la hayan tenido, pues éstos que sí la han tenido, han podido desarrollar una sensibilidad especial en comparación con otros.

Cabe destacar que en el ámbito cultural, el mayor consumo por este rango de edad está en el ámbito de las artes musicales ya que es frecuente que acudan a festivales de música o conciertos.

También suelen consumir televisión y cine, al igual que videojuegos. Pero son estos sectores culturales de los cuales nos apartamos pero que tenemos en cuenta pues pueden servir como punto de conexión con las artes escénicas a modo de abrir los horizontes.

En resumen, son productos que pueden amortizar en un largo periodo de tiempo y que les produce una experiencia general y que les afecta en todos los sentidos. Son eventos multitudinarios, casi siempre, y son circunstancias que atraen a la mayoría de ellos pues en las edades más tempranas el hecho de tener la posibilidad de socializar es un aliciente muy importante a la hora de escoger. Se diferencia de los espectáculos escénicos que son más cortos en el tiempo y más estáticos a la hora de poder disfrutarlos por lo que la socialización se ve reducida.

Otro elemento a tener en cuenta a la hora de describir cómo se comporta el público joven, en este caso, ante las diferentes ofertas de ocio, hay que ver cómo se ha desarrollado el mercado de las industrias culturales en los últimos años y cómo ésto ha afectado a nuestra forma de vida. Con la digitalización y la mejora de las comunicaciones, cada vez tenemos más tiempo de ocio para disfrutar y más medios en los que gastar e invertir ese tiempo.

La irrupción de internet es un aliciente pues abre la veda para encontrar nichos de mercados sobre los intereses que tengamos sin necesidad de buscar de forma exhaustiva, ya que nos conecta con otra gente con nuestros mismos gustos y aficiones.

Esta nueva forma de consumir nos lleva a que el consumidor sea cada vez más impaciente y no quiera perder el tiempo de su ocio en buscar algo en lo que entretenerse.

Lo primero que se tiende a consumir es aquello que más repercusión hace o lo que más fama tiene (esto es la estrategia que siguen por ejemplo las plataformas de streaming a la hora de producir o publicitar sus productos).

Así pues, lo que se tiende es a reducir el tiempo de búsqueda y acudir a lo que primero sale en la pantalla, para evitar desperdiciar el tiempo que hay de ocio. Pero también, como el ser humano es un animal social y más en sus etapas más jóvenes como es nuestro grupo de estudio, se tiende a buscar aquello que más se consume por tus compañeros o gente de alrededor para poder compartir experiencias y sentirse que se forma parte de un grupo social.

En lo que a nosotros respecta, en nuestro ámbito (más en la actualidad con la crisis sanitaria y que en determinados casos no nos podemos mover de casa en un largo periodo) las artes escénicas han optado por incrementar su posicionamiento en las redes y más en el sector del streaming.

Grandes teatros, compañías y auditorios han colocado una gran parte de sus producciones de forma online o en servicios bajo demanda, de forma gratuita o con una contribución, para el disfrute de los usuarios, pudiendo llegar a un público más amplio ya que aumentan el campo de cobertura de público objetivo.

Esta nueva forma de distribución del producto lo analizaremos a lo largo del trabajo y observaremos cómo es la reacción del público ante esta posibilidad y si están preparados para esta forma de consumo.

4.1. Estudio socio-político y económico.

Una vez establecido el rango de edad en el que nos movemos para ubicar mejor el plan de comunicación de marketing para atraer más público al teatro, tenemos que establecer un contorno general sobre la situación del país para entender mejor el ambiente en el que nos movemos y también qué prácticas nos pueden servir más de ayuda en este ámbito. Así pues, cabe decir que España es un país donde las artes escénicas han tenido una gran importancia a lo largo de toda su historia y desde tiempos muy tempranos.

Al principio el teatro o las artes escénicas, aunque todavía no se debería denominar así, tenían un claro objetivo religioso y adoctrinante para la población, ya que en la antigüedad era una población iletrada y se usaba el teatro, al igual que las pinturas, para explicar las sagradas escrituras. Esto contrasta con la tradición religiosa tan arraigada que hay en España.

Con las corrientes en las artes escénicas hay que decir que, por la situación tan periférica del estado español respecto del resto de Europa, siempre ha llegado más tarde que al resto las diferentes corrientes artísticas por lo que podemos tener más o menos obras representativas de un estilo según la influencia de ésta. Al igual que con los escritores, España destaca por la grandeza de sus dramaturgos y cuenta en su historia literaria con muchos escritores de renombre.

La época dorada de la literatura dramática española coincide con el romanticismo y con principios de siglo. Los diferentes hechos históricos acaecidos en España han sido de un gran aliciente para la escritura, tanto para los escritores dentro del país como aquellos exiliados.

Todo esto ha desembocado en que España tenga, según la zona, en mayor o menor medida, una gran tradición artística y teatral, que se pone de manifiesto con los grandes teatros y escenarios que se esparcen por todo el territorio nacional. En la actualidad, como hemos podido ver a lo largo de este trabajo, hay zonas en España que destacan por encima del resto en relación a la producción escénica y que coinciden con las zonas de España donde hay más población en menor espacio y también donde se encuentran las economías locales más pujantes y desarrolladas del país.

Esto conlleva a que haya una gran diferencia en lo que respecta a la tradición teatral y escénica entre las ciudades. Si tenemos en cuenta estos elementos la política a llevar a cabo y el plan de comunicación que hay que hacer es completamente diferente según la ciudad en la que nos encontremos porque la situación social de la que partimos puede ser muy diferente.

Como ejemplo y para ilustrarlo vamos a decir que no es lo mismo el público de Madrid a la hora de seducirles para que acudan a un espectáculo u otro pues la competencia que hay con otros productos y competidores es mayor que por ejemplo en la ciudad de León, Vigo o Tarragona donde el problema no reside en la cantidad de competidores o de ofertas, sino en la escasez de éste y la poca variedad.

Pero todo estudio de mercado tiene que estar basado en una situación presente, más que pasada, aunque sin perderlo de vista y por tanto, es menester hacer una breve introducción de cómo se encuentra la situación sociopolítica y económica en la actualidad.

Es cierto que todavía, antes de la llegada del Coronavirus a España, seguíamos con los últimos coletazos de la crisis económica del año 2008 que afectó gravemente a España y al resto de países de Europa, llevando consigo una crisis social sin precedentes en la historia moderna, pero de una forma amortiguada, ya que el inicio fue una crisis bursátil en la cual sus consecuencias se sintieron de forma diferida a lo largo del tiempo, por lo que no fue algo momentáneo. Esto es visible en las diferentes gráficas económicas mostradas anteriormente.

Esto ha llevado a que haya una gran mejoría en lo que se refiere a la economía con los pasos de los años hasta la llegada de 2019 donde nos encontrábamos a niveles muy similares previos a la crisis del año 2008.

España se encuentra inmersa en un sistema confederado de países llamado la Unión Europea, donde cada país cede parte de su soberanía en determinados temas, generalmente de tráfico de mercancías y personas interno de la Unión Europea y económicos, a unos

órganos centrales que son los encargados de dictar una serie de directrices generales que después cada país ha de adoptar y adaptar.

Estas directrices, a parte de materias económicas, también hacen referencia a aspectos judiciales, legales, mercantiles y sociales, que funcionan de elemento de conexión entre los diferentes países. España se encuentra vinculado a este sistema confederado de países llamado Unión europea a dos niveles debido a que también forma parte de la Unión Económica Europea que conlleva que su moneda nacional sea el Euro.

Ya dentro del ámbito nacional, como ya hemos podido adelantar en otros puntos del trabajo, el país está dividido en 17 comunidades autónomas que son territorios que funcionan de una forma prácticamente independiente respecto del gobierno central. En nuestra Constitución, donde se dice que España es un país social, democrático y de derecho, establecen las competencias que corresponde de forma exclusiva al estado o a las comunidades autónomas, así como aquellas que comparten.

En los últimos años España ha tenido varios gobiernos de diferentes ideologías, más progresistas y conservadores, pero destacando sobre todo, la última década donde se ha podido ver que hay un clima político más inestable tanto a nivel estatal como a nivel autonómico.

En este ámbito, la cultura se ha visto afectada en el sentido de las diferentes medidas que se hayan podido tomar en materia de subvenciones o ayudas a la cultura o a instituciones culturales. Debido a esta inestabilidad en los últimos años, la inversión cultural ha funcionado como arma arrojadiza en determinados casos o ha sido totalmente olvidada dejándola obsoleta ante las situaciones actuales.

Como también hemos dicho antes, la cultura, en su sentido más general de la palabra, es una competencia que está compartida entre el estado y las comunidades autónomas, aunque los elementos principales y concretos de ésta son materia de las comunidades autónomas, esto se traduce en que, de facto, en la mayoría de los casos son las comunidades autónomas con subvenciones y ayudas las que gestionan la competencia cultural en este país.

Esto provoca que, junto con la diferencia entre los distintos territorios que existen de por sí por sus razones históricas, las diferentes políticas culturales provoquen una desigualdad en desarrollo cultural en este país.

En relación a esto último y como ya hemos mencionado más arriba, el estudio de mercado que estamos presentando en estas hojas no será un plan general que se pueda aplicar en todas

las ciudades de este país (aunque no se descarte que se pueda aplicar, pues los puntos de este plan son fácilmente extrapolables y adaptables a cada situación), ya que se va a centrar en pequeñas y medianas ciudades que tengan una escasa producción cultural anual y que por tanto carecen de una tradición sólida cultural, en especial en el sector que es objeto de estudio como son las artes escénicas con perspectiva de un público joven.

¿Por qué centrarse en ciudades pequeñas o medianas? La respuesta se concreta en estos puntos:

- Consideramos ciudades pequeñas o medianas a aquellas que tienen menos de 500.000 habitantes y que su área metropolitana es concéntrica y pequeña, es decir, donde la comunicación entre los diferentes puntos de las ciudades es sencilla y rápida. También se pueden decir que son ciudades medianas y pequeñas aquellas que son de ámbito rural o regional y que dependen de otras ciudades para poder suministrar servicios básicos. Un ejemplo de ciudades de este tamaño es: Vigo, Ourense, León, Palencia, Oviedo, Ciudad Real, Toledo, Jaén ...
- Estas ciudades que han de tener una muy baja producción cultural o tradición cultural. Esto es importante pues hay ciudades medianas o pequeñas, que debido a situaciones históricas u otros elementos externos sí tienen una gran producción cultural y una tradición sólida como es el caso de Valladolid en la Comunidad de Castilla y León o San Sebastián en el País Vasco u otras ciudades alrededor de todo el territorio español
- Estas ciudades con una escasa producción cultural suelen tener un presupuesto cultural exíguo o infrautilizado. Además, al ser ciudades más o menos pequeñas los trámites administrativos en los que se pueden incurrir a la hora de llevar a cabo las diferentes propuestas suelen ser más sencillos y su tramitación podría ser más rápida.
- Al tener un presupuesto infrautilizado o exíguo debido a la poca actividad cultural nos permite que la disponibilidad de fondos por parte de la administración pública para determinados gastos, como, por ejemplo, en el ámbito de impresión y publicidad, se tenga más margen de obra que en otras ciudades.
- Debido a que en estas ciudades no hay una producción escénica considerable hay un desapego por parte de la población a las actividades culturales que se realizan en la ciudad a lo largo del año. Este desapego por parte de la población se acompaña, de forma generalizada, por una paupérrima estrategia de comunicación y publicidad por

parte de las instituciones pertinentes para promocionar las pocas actividades culturales que se realicen.

En estas ciudades, como pasa en la gran mayoría de toda España, la producción y las propuestas culturales están destinadas a un público general en el que predominan los adultos o personas mayores, aunque también abundan propuestas para el público infantil o niños más jóvenes.

Estas propuestas culturales suelen estar conformadas por: óperas, teatro clásico o de teatro escrito por escritores reconocidos con propuestas escénicas sencillas y con falta de innovación, cantajuegos... Primero, esto ocurre, porque es más barato una producción de este tipo y también porque se aseguran que vaya un determinado tipo de público de forma segura. Lo que ha ocurrido con la crisis sanitaria provocada por el Covid-19 es que mucho de este público haya desaparecido por diferentes causas, entre ella el riesgo de acudir a las diferentes salas por el riesgo de contagio o de desplazarse hasta el teatro.

Ante la necesidad de que a los teatros acuda más gente y no se produzca un vacío generacional de público debido a la prematura desaparición de un público más fiel, es necesario atraer a un público joven a las salas y teatros para provocar un relevo generacional. Si como ya hemos comentado hay un desapego por parte del público a las actividades culturales, en el amplio sector de la población joven, este desapego es mucho mayor. A esto se le suma a que es un sector de la población a la cual no se le dirigen propuestas escénicas interesantes y que tampoco traten temas que les puedan parecer cercanos o de una forma poco atractiva.

Cabe aclarar que esta última información no solo ocurre en las ciudades que hemos mencionado, sino que también pasa en grandes ciudades con un alto porcentaje de producción cultural y la publicidad de los espectáculos es suficiente.

Pero el público joven al que hacemos referencia es un público complicado también, primero porque no suelen tener un presupuesto amplio para el ocio y el mercado al que acceden para divertirse es muy amplio. El mercado de referencia del ocio para gente joven se puede resumir en el siguiente cuadro:

| | Público infantil | Público joven | Público adulto | Público anciano | |
|---------------|------------------|---------------|----------------|-----------------|--|
| Ocio nocturno | | | | | |

| | | | | | |
|--------------------------|--|--|--|--|--|
| Moda | | | | | |
| Viajes | | | | | |
| Ocio cultural | | | | | |
| Tecnología o videojuegos | | | | | |
| Deportes | | | | | |

En este cuadro se puede observar una desmenuzación a groso modo de actividades de ocio a la que diferentes grupos poblacionales pueden acudir en vez de asistir a las artes o espectáculos escénicos o culturales. Se ha coloreado en específico las áreas que nos interesa destacar para nuestro trabajo y futura explicación.

| | Público infantil | Público joven | Público adulto | Público anciano |
|-----------------------|------------------|---------------|----------------|-----------------|
| Teatro | | | | |
| Ocio nocturno | | | | |
| Conciertos | | | | |
| Museos o exposiciones | | | | |
| Videojuegos | | | | |
| Danza | | | | |
| Deportes | | | | |

En este último cuadro se ha remarcado en rojo aquellos sectores del mercado del ocio que es interesante para nuestro estudio y aplicación de nuestro plan de marketing. Se ha querido esquematizar todas aquellas productos u opciones ante las que competimos, sobretodo en el caso del público joven. si bien en este cuadro podremos ver en diferentes tonos lo que se podría decir las preferencias de este público a la hora de gastar su dinero.

| | Público infantil | Público joven | Público adulto | Público anciano |
|---------------|------------------|---------------|----------------|-----------------|
| Teatro | | | | |
| Ocio nocturno | | | | |
| Conciertos | | | | |

| | | | | |
|-----------------------|--|--|--|--|
| Museos o exposiciones | | | | |
| Videojuegos | | | | |
| Danza | | | | |
| Deportes | | | | |

En los colores más oscuros se han marcado aquellas que son, de forma mayoritaria, las opciones preferidas por los jóvenes para disfrutar de su tiempo libre e invertir en su ocio. En los colores más claros, de tonos más oscuros a tonos más claros, tenemos otras opciones de ocio por orden de preferencia.

Es de destacar el poner la danza a la altura de las artes escénicas o el teatro, porque cada vez es mayor el número de jóvenes que se apuntan a clases de baile, sobre todo bailes de estilo urbano, que se debe al incremento del interés por las culturas callejeras, el rap, el reegaton u otros estilos musicales. Como última opción de entretenimiento entre el sector de población objeto de estudio se encuentra el acudir a exposiciones o museos como actividad lúdica.

Estas opciones pueden variar según muchos factores. Si hablamos del background de los jóvenes, pues el hecho de tener una educación más artística o relacionada con el arte puede llevar a que se tenga en alta estima actividades culturales como formas alternativas de ocio. Ante esta disyuntiva se plantea la posibilidad de que el hecho de tener una educación artística favorezca que los jóvenes, da igual de qué rama de las artes, tenga un más fácil acercamiento a las artes escénicas.

Esto se plantea porque, como ya hemos dicho en este trabajo, es un producto que funciona a base de experiencias y que se puede valorar en su conjunto una vez lo hayas probado y te haya gustado.

4.2. Encuestación

A través de esta premisa se parte en la encuesta que he realizado para saber cómo es la relación de los jóvenes con las artes escénicas y cómo valoran las artes escénicas tanto antes como después de la pandemia. Esta encuesta, las preguntas y casi todas las gráficas se encuentran en el anexo.

4.2.1. Metodología:

Para conocer la relación y el tipo de participación de los jóvenes en las artes escénicas, nos proponemos llevar a cabo una investigación cuantitativa a nivel nacional mediante la encuestación.

La metodología de investigación utilizada en este estudio de mercado se detalla en la siguiente ficha técnica:

| FICHA TÉCNICA | |
|--------------------|---|
| Universo | N= 2.422.641 |
| Ámbito | España |
| Tamaño | n= 341 |
| Error muestral | e= 5% |
| Tipo de muestreo | De conveniencia |
| Nivel de confianza | 95,5% |
| Trabajo de campo | Febrero de 2021 |
| Tipo de entrevista | Online a través del ordenador y de los smartphones. |

Para la determinación del tamaño de la muestra (n), se tuvo que delimitar previamente la población de estudio (N). Para ello, empezamos acotando la población formada por los habitantes de 15 años a 30 años como principal público objetivo, residentes en el territorio nacional. Entre los individuos que integran esta población, serán objeto de nuestro estudio sólo aquellos que consuman habitualmente artes escénicas.

Para llegar a definir la población de estudio (N), se han tenido que efectuar los cálculos pertinentes a tal efecto:

Población española de 15 a 30 años: 7.865.718 habitantes²⁴

²⁴ Datos obtenidos a través del INE, 2021.

Porcentaje de personas que asisten a eventos de artes escénicas: 30,8%²⁵

$$N=7.865.718 \times 30,8\% = 2.422.641$$

Para la determinación del tamaño de la muestra (n), emplearemos un muestreo aleatorio simple y no estratificado, puesto que no disponemos de medidas de variabilidad en materia de consumo de artes escénicas dentro de la propia población de estudio.

Como la población de estudio (N) es superior a 100.000, se dice que estamos ante una población infinita y, por tanto, emplearemos esta fórmula:

$$n = \frac{K^2 pq}{e^2} = \frac{2^2 \times 0,308 \times 0,692}{0,05^2} = 341$$

n = tamaño de la muestra (número de encuestados).

e = error muestral admitido (el nivel de error muestral con el que el investigador desea trabajar. Normalmente ha de oscilar entre el 1% al 10% para que el estudio sea representativo estadísticamente). En este estudio hemos optado por un error del 5%.

K = constante que depende del nivel de confianza con el que se desea trabajar. Por ejemplo, si queremos investigar con un nivel de confianza del 95,5%, entonces K tendrá un valor igual a 2.

p = proporción de individuos que presentan la característica en estudio. Este dato lo podemos obtener de estudios previos (información secundaria), estudios piloto o, en su defecto, considerar que $p = 0,5$ cuando no hayamos podido encontrar información al respecto. En este caso en particular, hemos determinado que “p” tiene un valor igual a 30,8%.

q = 1-p = proporción de individuos que no presentan la característica en estudio.

Una vez realizado el trabajo de campo, se obtuvieron 201 respuestas efectivas, cifra ligeramente inferior a las 341 encuestas necesarias para que el estudio sea representativo estadísticamente para un nivel de error del 5%. Sin embargo, si recalculamos este nivel de error con las 201 encuestas recibidas, dicho error no alcanza ni siquiera un 7%, por lo que consideramos que la investigación realizada es representativa de su población de estudio.

En el anexo se podrá encontrar adjunto la encuesta mencionada.

²⁵ Datos CulturaBase, 2018/2019

4.2.2. Resultado de la encuesta.

En la primera pregunta de la encuesta se pregunta sobre la educación o formación que se tiene y si está relacionada o no con las artes, pues el tener esta formación se parte de un conocimiento técnico que te permite disfrutar o entender mejor el espectáculo y sus referencias.

Según las respuestas, el 63% de los encuestados no tiene estudios o formación relacionada con las artes escénicas, frente a un 37% que sí que lo tiene, por lo que partimos de una situación en la cual no hay una gran masa de jóvenes con base artística para crear una conexión sólida.

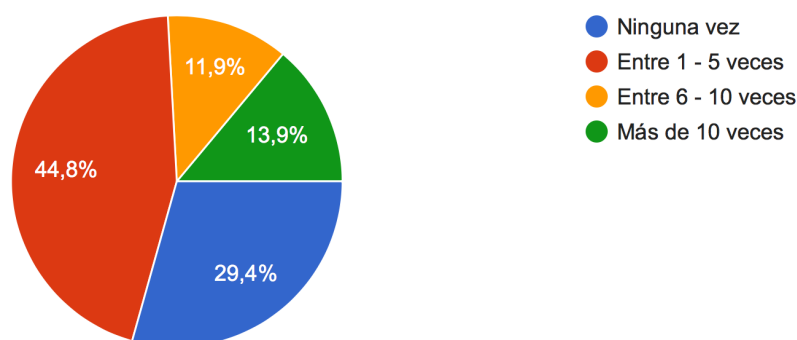
Como un bien basado en las experiencias, es de obligado conocimiento saber cuáles son las rutinas que han tenido en los últimos años los jóvenes, sobre todo antes de la crisis sanitaria, ya que por decisiones y medidas en este periodo del año 2020 y 2021 es complicado que se haya asistido por el cierre y la reducción de espectáculos.

Así pues, en la temporada teatral del año 2018-19 la gráfica de asistencia queda de la siguiente manera:

Pregunta N°3

¿Y en el curso 2018-2019?

201 respuestas

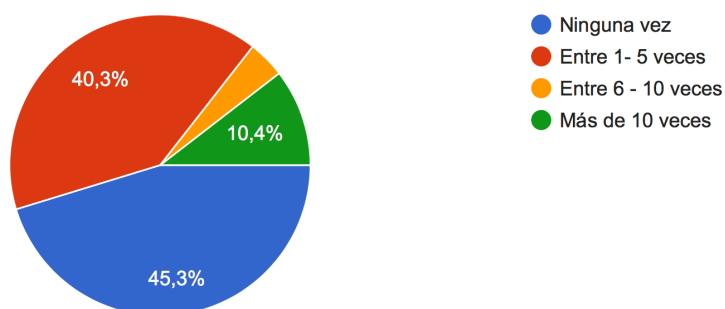


Mientras que en la temporada previa a la pandemia que a diferencia de la temporada anterior está conformada por más o menos (depende del teatro y de la comunidad) 6 meses:

Pregunta N° 2

En el curso 2019-2020, ¿Cuántas veces has ido al teatro?

201 respuestas



Por lo que se puede ver ha habido un incremento considerable, del 16%, de personas que no han acudido al teatro en la última temporada. Este incremento se entiende con la reducción del porcentaje de personas que han ido entre 1y 5 veces al teatro que se estima en un 4% del público encuestado.

Lo que cabe destacar sobre todo es en aquellas personas que han acudido entre 10 y más obras de teatro en el año, en el cual no se ha producido un descenso tan notable, si lo comparamos con las otras magnitudes, por lo que se sustenta la teoría de que el tener una costumbre de ir al teatro, esa misma costumbre, con el paso del tiempo, se mantiene y se usa como una opción de ocio como cualquier otra.

Si queremos hacer una valoración a más largo plazo, según las respuestas de los encuestados respecto a que si han ido más o no con el paso del tiempo se ve que no hay unanimidad concreta y que depende mucho de factores vitales.

¿En qué puesto se encuentra el ocio cultural, el ir al teatro, a la hora de buscar diversión y ocio?

Según la gran mayoría acudir al teatro se encuentra en un punto medio, mientras que para un 15% está en los primeros puestos.

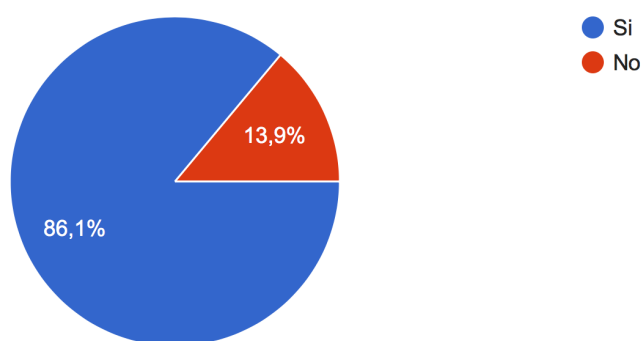
Que el 61% de los encuestados tenga en alta estima el teatro (lo encuentra entre sus primeras opciones o en un puesto intermedio) como una buena forma de ocio contrasta, en el buen

sentido, con la idea de que una gran mayoría considera acudir al teatro como una buena forma de desconectar al final del día, así lo muestra la siguiente gráfica:

Pregunta N°6

¿ Consideras el teatro una buena forma de desconectar al final del día?

201 respuestas



Viendo el conjunto de estos primeros gráficos podemos ver que partimos de una situación muy variable donde el público objetivo al que va dirigido nuestro plan de marketing y de comunicación no tiene una relación muy cercana con las artes escénicas.

Ante la pregunta de cómo valoran, de forma general, las artes escénicas los jóvenes o el público más joven, se responde a través del precio que se está dispuesto a pagar por un servicio o producto, ya que por la propia naturaleza del producto del que estamos hablando es la forma de contabilizar el grado de satisfacción que obtienen al acudir al teatro.

El precio, desde el punto de vista de la empresa, varía en concepción respecto a la del consumidor, ya que el precio, más que gasto para la empresa o productor, es una herramienta útil para valorar los beneficios que se pueden obtener por parte de la experiencia o el producto, así como cualificar o cuantificar los valores percibidos o que se quieren expresar. Por eso es tan importante las políticas de precios en las diferentes compañías, empresas o productoras pues, ante el tipo de producto que estamos, el precio se convierte en lo primero en que se fija una parte del consumidor y es lo que le lleva a hacerse una idea de la calidad o del tipo de experiencia que se obtiene del producto.

En las artes escénicas, el hecho de que los precios, de forma generalizada, sin contar con promociones especiales, sea alto, sobre todo en grandes ciudades con una oferta cultural muy

variada y que los estilos más conocidos y predominantes sean los más clásicos, provoca que la idea que se tiene de las artes escénicas es de un valor de alta cultura, que conlleva un desapego con la población media.

Ante el precio surgen varias preguntas como qué elementos se usan para poner el precio, métodos para cualificar el producto, cómo se determina el valor o si hay que atender a lo que el público valora como importante. Para responder a estas preguntas hay que saber cuales son los objetivos o la razón de poner precios a las cosas, si bien de todos aquellos objetivos nos interesa a nuestro parecer los siguientes:

- Maximizar el número de visitantes.
- Utilizar el precio como incentivo para que acuda un determinado sector de la población.
- La recuperación de los costes y cómo incrementar este montante (sobre todo en la época actual con la reducción de aforo y las diferentes medidas establecidas por la crisis sanitaria).

Esto nos lleva a buscar diferentes estrategias con el precio para conseguir los diferentes objetivos que se nos presentan ante esta situación. Por el contenido de las medidas, el sector de mercado que estamos estudiando e investigando, de las tres posibles estrategias la que nos interesa es la estrategia según demanda que se caracteriza por: contar con el valor percibido por el consumidor y basarse de forma directa o indirectamente en la relación calidad precio.

Las acciones concretas que se podrían llevar a cabo se van a desarrollar con posterioridad, pero cabe adelantar que ante un sistema más público que privado, como ya hemos podido ver en los primeros apartados, se parte de unos precios públicos preestablecidos y acordados por la administración pública cultural, así pues, la pieza clave de todo el plan será la de crear o establecer una serie de promociones para crear un cambio de parecer del público al que nos dirigimos.

Con ello es importante, para crear una variedad de promociones distintas y que se incluya a un gran número de perfiles distintos, contar con alianzas con otras instituciones o empresas para mejorar la calidad y los servicios del producto ofertado y también contar con medidas relacionadas con precios paquete, que en las artes escénicas se podría traducir en la creación de bonos de teatro con diferentes precios y servicios.

Así, según la encuesta donde hemos preguntado cuánto están dispuestos a pagar, tanto antes como después de la crisis sanitaria, se puede observar que el valor que se le da a las artes

escénicas es relativamente bajo. También se observa en aquellos que están dispuestos a pagar por un abono de temporada que representa una fidelidad al teatro al que se lo compran.

De las respuestas, lo que se saca en claro, es que la gran mayoría estaría dispuesta a pagar un máximo de 25 euros de media por los espectáculos escénicos. El número de gente desciende si se pregunta por la situación actual, y aumenta en un 7% el número de personas que como máximo se gastaría de media 10 euros por un espectáculo.

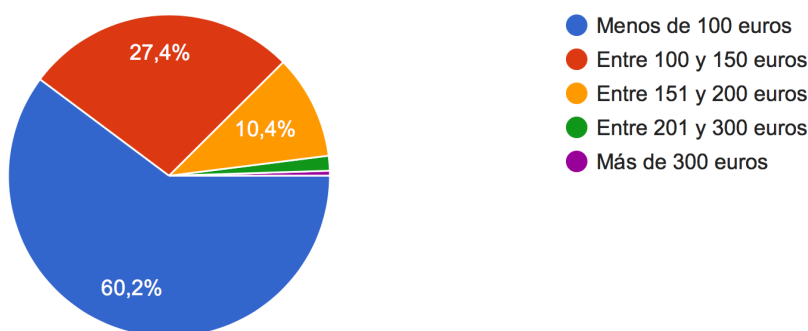
En ninguno de los dos casos se observa que las opciones que hemos incluido, que se colocan por encima de los 70 euros de media por el espectáculo, no han obtenido ninguna respuesta, siendo la opción de un máximo de 50 euros reducirse en un 5% entre pregunta y pregunta.

El caso más notable se encuentra en lo que se estaría dispuesto a pagar por un abono, que por su propia descripción incluye varios espectáculos de la temporada y que por su compra se entiende que hay un descuento considerable si se comprasen esas entradas de forma individual, por lo que sería una inversión a largo plazo. Ante esta pregunta la gráfica queda de la siguiente manera:

Pregunta N°21

¿ Cuánto estarías dispuest@ a pagar por un abono de teatro?

201 respuestas



Claramente la opción de pagar menos 100 euros por el abono es la opción mayoritaria, siguiéndole la de un máximo de 150 y 200 euros, con una clara diferencia entre ellos.

Esto demuestra, por tanto, la poca valoración que tiene el público joven de las artes escénicas y que lo consideran, pese a estar en un buen puesto como opción de ocio, como una opción barata y que no les genera una gran satisfacción como por ejemplo les puede generar otra opción como el ocio nocturno.

Cabe aclarar que la respuesta a lo que estarían dispuestos a pagar por un espectáculo de media, varía en función del tipo de espectáculo, así lo han manifestado un 60% de los encuestados. Pero ante esto hay que hacer un estudio de comparativa de magnitudes como por ejemplo la opción principal de ocio de los jóvenes durante el fin de semana que es el ocio nocturno.

- Partiendo de que la gran mayoría estaría dispuesta a pagar por una obra de teatro 25 euros de media, es el valor del que vamos a partir para hacer la comparativa de magnitudes. También hay que tener en cuenta que la duración que puede tener un espectáculo escénico ronda las 2 horas de media, por lo que el tiempo invertido en acudir al espectáculo también es importante tenerlo en cuenta.

El tiempo es otra magnitud, al igual que el precio, que es determinante sobre todo ante la naturaleza del producto que estamos analizando, ya que la relación entre esta magnitud y el precio están íntimamente relacionados. Ejemplo de esto es el precio de una entrada de un festival de música, por ejemplo, y el tiempo que dura, pues si son magnitudes proporcionales entre sí, genera la situación del consumidor de pensar que “compensa” el precio. Lo mismo sucede con otros eventos de larga duración como viajes, partidos de algún deporte o conciertos.

- El precio de una consumición en un establecimiento de ocio nocturno varía dependiendo del tipo de sitio que sea, la ciudad donde se encuentre o de otros servicios que se incluye por acudir a ese local. Por eso se toma como referencia un local de ocio o discoteca medio en una ciudad media como puede ser Valladolid, Palencia, León... Todo ello sin contar que es una noche normal y que no hay que pagar un precio de entrada para el local, lo que sería otro aliciente de estudio y que se puede incluir más adelante.
- Si partimos de esto, una bebida mixta de media puede costar alrededor de los 5-6 euros. Con los 25 euros de máximo por una entrada, se puede ver que con ese precio se puede consumir entre 4 y 5 bebidas en el local.
- Con la posibilidad de que se te cobre entrada para entrar en el local, sin irse a los casos en los cuales las entradas tienen un precio alto, el precio medio de una entrada ronda los 20 o 30 euros, que también conlleva en algunos casos alguna consumición incluida. Con estos datos vemos que se podría consumir, contando con la entrada y una consumición incluida un máximo de 2 consumiciones con ese presupuesto.

- En relación al tiempo que dura, como ya hemos dicho, en comparación, el tiempo de un espectáculo es claramente inferior al tiempo que se gasta en un plan de ocio nocturno por lo que, para un mismo presupuesto o precio, el tiempo es bastante más y la satisfacción que se obtiene se extiende en un plazo mayor de tiempo.

Este ejemplo puesto aquí arriba, en la actualidad puede quedar un poco desfasado, aunque no en su totalidad ya que lo que expongo a continuación no está tan generalizado, pero puede llegar a hacerlo y conlleva, así, un cambio en el ocio de los jóvenes. Con las restricciones por la crisis sanitaria y el cierre de los locales de ocio nocturno los jóvenes, en grupos de gran tamaño, están empezando a alquilar casas en el campo, montaña o playa para poder salir y estar con sus amigos sin estar pendientes o preocupados de las restricciones y las medidas establecidas por el gobierno.

Estos planes son de un precio superior al indicado anteriormente por lo que considero que el valor que los grupos poblacionales más jóvenes les da al ocio nocturno o alternar con amigos con música, es bastante mayor que acudir a un teatro. En este caso el coste, aunque variando según el número de personas integrantes del grupo, de una noche incluye: la parte proporcional del alquiler de la casa (que rondaría los 50 euros más o menos), la compra del avituallamiento y la bebida, el transporte (en lo que nos fijaríamos en este caso es en el coste de la gasolina) y otros gastos que se deriven del plan acordado.

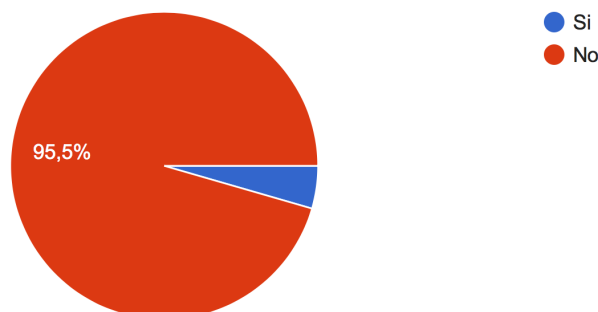
Entonces si comparamos los precios que están dispuestos a pagar por ir al teatro o un espectáculo escénico con lo que pagan en esta nueva tendencia, por el mismo precio llegaría a cubrir entre un 20% y 40% del coste general.

Siguiendo con el abono, que cómo ya dijimos es el mejor ejemplo de fidelización del público, queremos ver cómo los jóvenes ,a parte de tener una concepción baja y de poco valor respecto de las artes escénicas, si se han comprado o fidelizado con la oferta cultural de su ciudad o teatro cercano.

Pregunta N°22

¿ Lo has comprado en otras ocasiones?

201 respuestas

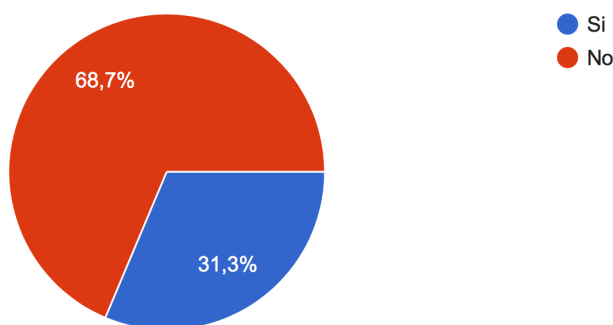


Por lo que se ve, claramente, el 95% de los jóvenes no han comprado nunca un abono. Pero ante esta situación de crisis sanitaria ¿Cómo reaccionaria el público encuestado?

Pregunta N° 20

Ante la situación sanitaria en la que nos encontramos actualmente ¿ Harías la inversión de comprar un abono de temporada si te dieran la opción?

201 respuestas



Sí se ve un cambio bastante grande respecto a la otra pregunta, entonces podemos ver que ha habido un cambio de mentalidad en la población y ven, además de una buena oferta de ocio, como una buena opción, invertir su dinero destinado al ocio. Aunque sí son buenos los datos, aún es poco el hecho de que solo sería el 30% de la población.

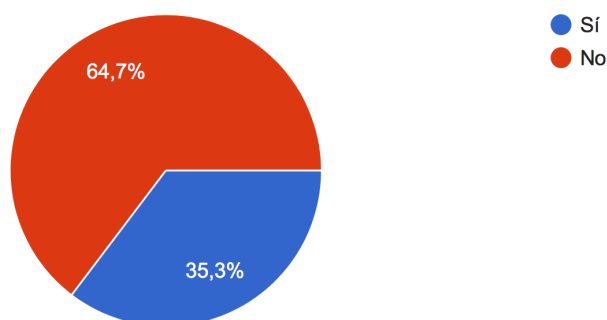
Todo esto no hace más que confirmar la depreciación en valor de los jóvenes que tienen respecto del teatro.

Sabiendo que el valor que se le dá es bajo, tenemos que saber el presupuesto del que se parte para hacer el gasto en el ocio. A la hora de obtener fondos y la cantidad de éstos, depende mucho según la situación familiar y social, por lo que los datos que vamos a mostrar ahora son de forma generalista, aunque dividido, dentro de lo posible, por sectores o clusters. Así en la encuesta hemos obtenido estos datos:

Pregunta N° 35

¿ Recibes mensualmente dinero a modo de paga?

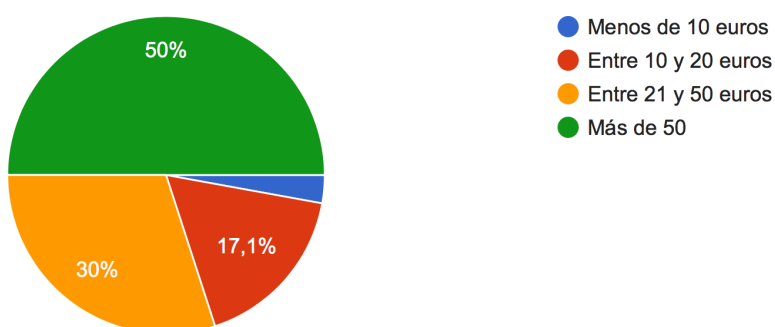
201 respuestas



Pregunta N°36

Si es así ¿ Cuánto suele ser?

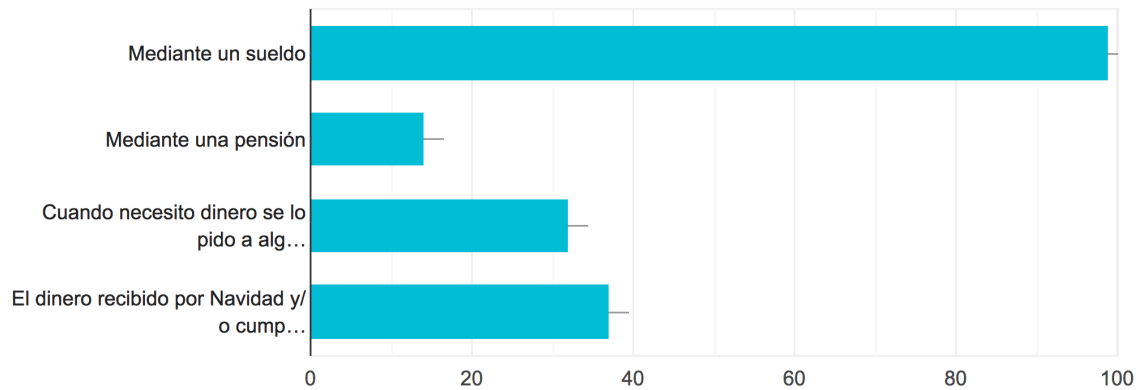
70 respuestas



Pregunta N° 37

Si no recibes paga, ¿ Cómo recibes el dinero para tus gastos propios?

150 respuestas

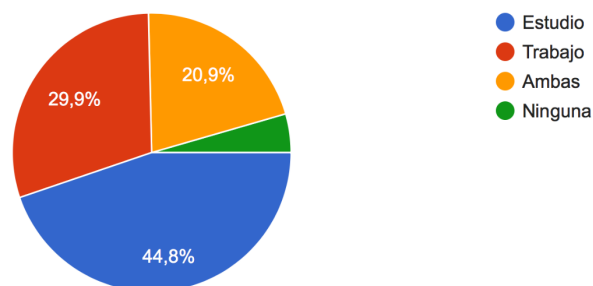


Lo que vemos es que de los encuestados casi no reciben paga, sino que su principal fuente de ingresos el sueldo y también el dinero que se percibe en ocasiones especiales como Navidad o cumpleaños. De aquellos que sí perciben paga, vemos que el valor montante son cantidades superiores a los 50 euros por lo que no va a la zaga de aquellos que reciben un sueldo. Encarando con los resultados de la ocupación de los encuestados vemos lo siguiente:

Pregunta N°34

¿ Estudias o trabajas?

201 respuestas



Que una gran mayoría solo estudia, por lo que podemos ver que no tiene otra forma de ingreso que la paga o el dinero que reciben de otras personas cercanas a ellas. Pero asciende al 49 % aquellas personas que sí trabajan o hacen dos cosas a la vez, lo que nos lleva a ver la razón de que el sueldo sea una de las formas principales de obtención de fondos para el ocio.

También nos revela este gráfico, que, a la hora de hablar de tiempo libre, los encuestados en su gran mayoría no tienen tanto tiempo libre para disfrutar del ocio, sobretodo ese 20% que hace ambas cosas o aquellos que trabajan, aunque esto depende de la jornada y los horarios.

Otro indicador importante a tener en cuenta y que puede ser clave para entender la relación de los jóvenes con las artes escénicas, es el ocio como elemento sumatorio de la experiencia obtenida.

El hecho de que se prefiera el ocio nocturno o la restauración como actividad de ocio principal en la vida social de los jóvenes, se debe a que en su gran mayoría son actividades multitudinarias que te permiten socializar con otros individuos y acudir en grupo, sin importar el tamaño de éste. El acudir con más o con menos gente no repercute en gran medida en el precio dispuesto a pagar por el servicio o por el producto, como sí puede suceder a la hora de acudir a las artes escénicas.

Dentro de ese indicador de ocio, el valor de la movilidad es importante a tener en cuenta, pues durante la representación de un espectáculo o el estar sentado en un recinto teatral la movilidad durante el espectáculo se ve reducida considerablemente y tampoco se puede alternar o comentar pues son actividades que requieren silencio por parte de los asistentes.

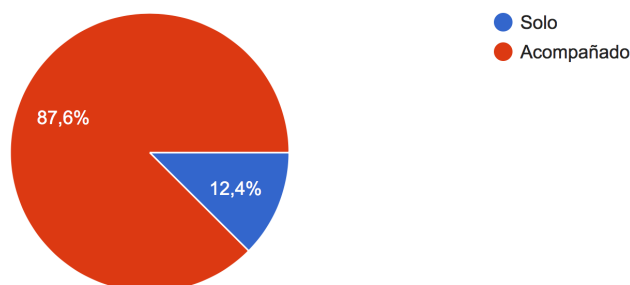
Así, elementos que producen que las experiencias obtenidas en las otras actividades mejoren o tengan un mayor valor, son las que producen el detrimento del valor de las experiencias obtenidas por las artes escénicas.

Ante esta disyuntiva es necesario saber cuál es la actitud en la actualidad de los jóvenes sobre la socialización durante los espectáculos escénicos y cómo reaccionan ante ello. En estas gráficas se observa su patrón de comportamiento:

Pregunta N° 13

¿ Suelas ir al teatro solo o acompañado?

201 respuestas

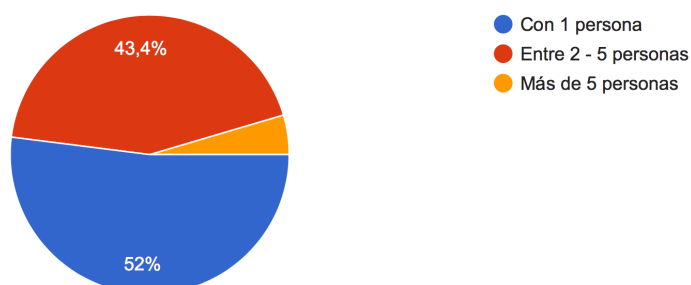


Como vemos la opción de ir acompañado es la opción mayoritaria respecto la de ir solo, con una grandísima diferencia de un 70% de los encuestados. De este 87% de personas que han acudido al teatro en compañía o que suelen ir acompañados se dividen en esta tendencia:

Pregunta N°14

Si has elegido la última opción, ¿ Con cuántas sueles ir?

175 respuestas



La mitad de ellos van con una persona a mayores, por lo que el plan de acudir al teatro se podría considerar como un plan de pareja, más que un plan de amigos o con un sentido más social. El resto de los encuestado aumenta ese número y el 43% sí lo entiende como un plan social ya que suelen acudir en grupos superiores a dos personas llegando a poder ser 5 o más en el plan.

Al ir en grupo o de forma solitaria hay que estudiar y saber cuál es la motivación para acudir a los diferentes espectáculos que se ofertan durante los fines de semana o de días de diario. Así lo establece la encuesta realizada:

Pregunta N°12

Cuando has ido al teatro, ¿Cómo has acudido?

201 respuestas



Aquí vemos que la iniciativa individual es la razón mayoritaria para acudir al teatro, seguido muy de cerca el acudir porque te han invitado (la compañía, un conocido...). Pero si seguimos analizando la gráfica vemos que la familia no es un elemento clave para interceder y que haga que se acuda más al teatro, si bien, como la tercera opción más votada, el colegio sí tiene un papel importante a la hora de crear lo que se podría denominar “una adicción al teatro”.

Los amigos o compañeros también tienen un papel importante pues, siendo una actividad a la que se va acompañado, que un amigo te insista en acudir o porque actúa éste, es un incentivo a tener en cuenta, sobretodo a la hora de crear una oferta interesante.

Para continuar con nuestra explicación y desarrollo de nuestra encuesta, para conocer de dónde partimos; para saber a donde queremos ir, hay que tener en cuenta una cosa fundamental: el producto escénico no es un producto compacto, sino todo lo contrario.

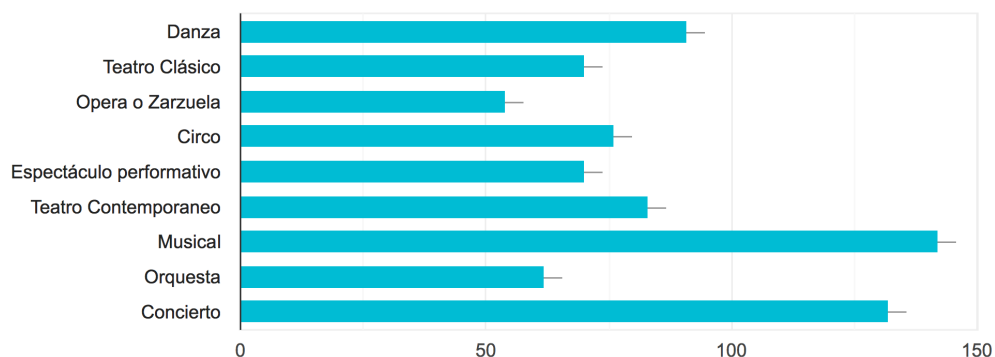
Es un producto diverso y con diferentes caras. Esto se debe a que una obra de teatro puede ser de diferentes estilos teatrales, de diferentes temáticas, diferentes tradiciones artísticas, diferentes puestas en escena. Esto puede funcionar como un elemento atrayente del que se puede partir a la hora de hablar de la diversidad de producto y cómo éste se puede amoldar al público al que se dirige.

En nuestro caso queremos saber que es aquello que les interesa a los jóvenes para poder crear una oferta adecuada para sus gustos y ritmos de vida. En las siguientes preguntas de las encuestas vemos que es aquello que más interesa o les parece atractivo:

Pregunta N° 7

¿ Qué tipo de espectáculo te gustaría ir a ver?

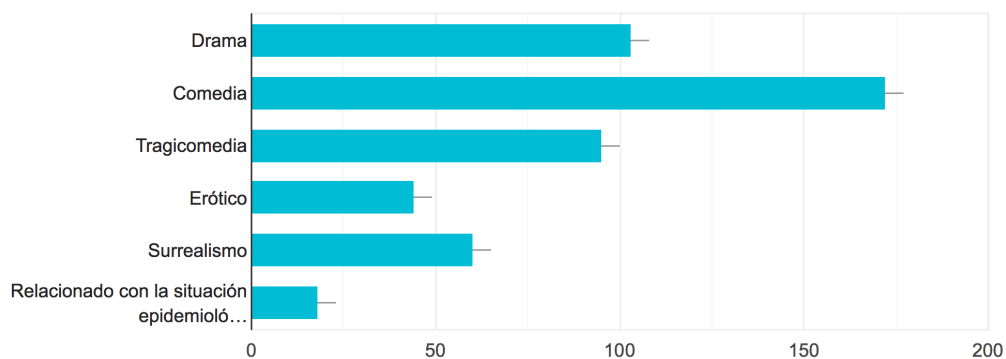
201 respuestas



Pregunta N° 8

¿ Qué tipo de temática te gustaría ver en escena?

201 respuestas



Vemos en estas dos primeras gráficas que lo que más atrae o lo que más les gustaría ver son espectáculos escénicos musicales como son los Musicales, conciertos y danza. Esto nos dice que premian o valoran más aquellos espectáculos sensitivos por encima de otros más visuales como son los escénicos textuales puros.

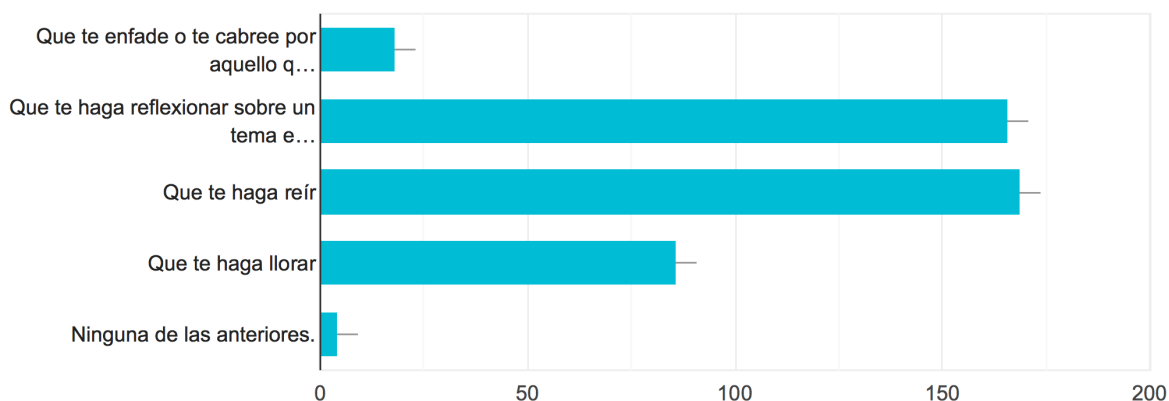
Éstos se encuentran en el segundo puesto de espectáculos que les gustaría ver teniendo en cabeza los espectáculos de teatro contemporáneo y los espectáculos circenses. En último puesto se encuentra la ópera o zarzuela. que nos lleva a entender que la juventud rechaza aquello que es más clásico o que por ende tenga una dificultad añadida para entender.

En temáticas prima la comedia y el drama como temas clásicos de la obra, aunque es el primero el que se impone sobre el resto. Se ha propuesto el tema de la crisis sanitaria por dos razones: por saber cuál es la relación del público ante este tema y por si cabría la opción de crear un espectáculo para redimirse o superar aquellos sentimientos provocados por la situación. Ante esto se ve que el público todavía no está preparado para ello.

Pregunta N° 9

¿Cómo te gustaría que te hagan sentir la obra?

201 respuestas

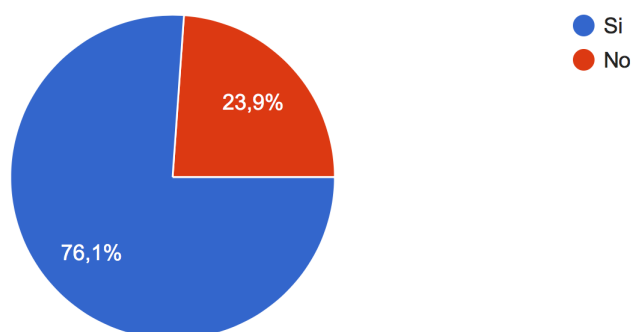


Ante cómo se quiere reaccionar en relación a lo que se ve o el espectáculo en sí, los sentimientos que se anteponen al resto es la risa y la reflexión sobre un tema en concreto o sobre la historia que trata la obra de teatro. Ante esto último, que se encuentra en segundo puesto en la encuesta, se ha preguntado lo siguiente:

Pregunta N° 10

¿ Te gustaría que se tratase temas político-sociales en las obras?

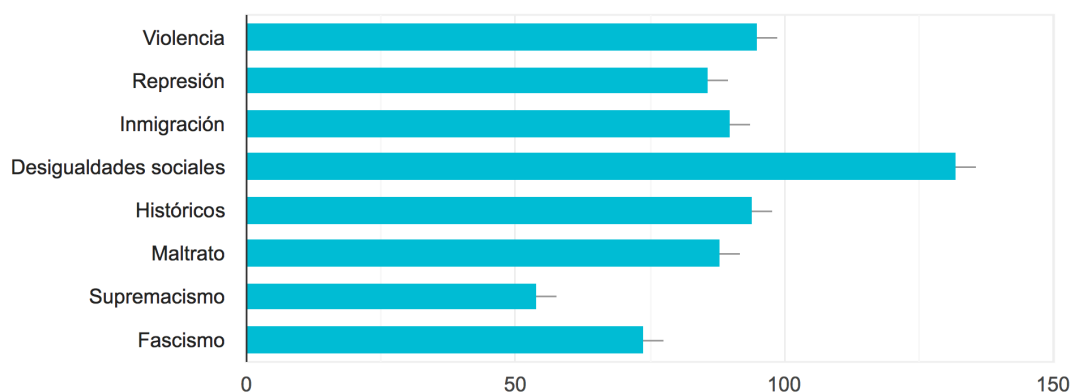
201 respuestas



Pregunta N° 11

¿ Cómo cuales? Si la respuesta anterior fuese afirmativa.

153 respuestas



Hay una gran mayoría que, sí prefiere temas sociopolíticos en los espectáculos sobre los que reflexionar, entre ellos destacan por encima de resto, las desigualdades sociales, la violencia, la historia, la inmigración y el maltrato. Esto se puede deber a que principalmente son los temas que se tratan en los medios de comunicación y que rodean y determinan nuestras conversaciones sociales cuando estamos con la familia, amigos o incluso en el ámbito escolar.

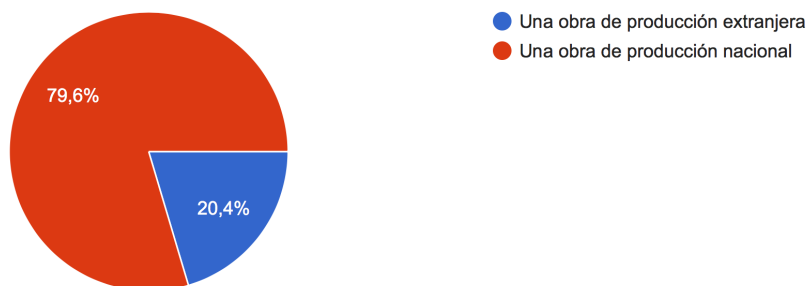
Más allá de los espectáculos escénicos estos temas han cobrado su relevancia en otros productos de ocio como son las películas, series u otros productos audiovisuales que colman

las plataformas de streaming y nuestra televisión. Esto se puede deber a que de una forma o de otra, el público en general y en particular, según el tema, pueden encontrar un elemento sobre el que enfatizar más con lo que se está viendo y sentirse identificado con ello.

Pregunta N° 15

¿ Qué te llama más la atención ?

201 respuestas

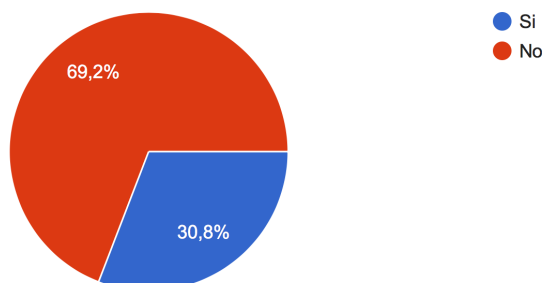


Pregunta N° 23

¿ Irías a ver una obra en Gallego, Catalán o Vasco por encima de una en castellano?

Independientemente de que sea uno de los idiomas de tu zona de residencia.

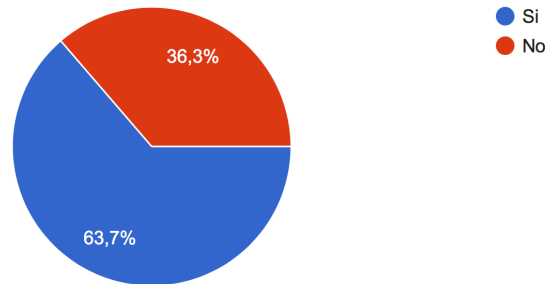
201 respuestas



Pregunta N° 24

¿ Verías una obra que no fuese en tu idioma materno?

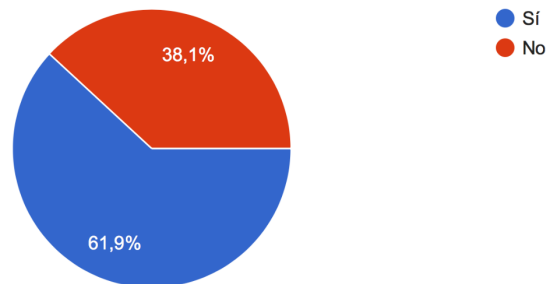
201 respuestas



Pregunta N° 25

Si no fuese así ¿ La verías con subtítulos?

139 respuestas



En relación con otro elemento intrínseco del producto que vendemos es quién lo produce, de quién es el texto u obra del que se parte en el espectáculo o mismo el idioma en el que se hace. Estos elementos pueden funcionar como elemento atrayente o disuasorio a la hora de acudir a un espectáculo o elegir otro, por eso, es importante saber cuál es la posición del público al cual nos dirigimos.

Vemos que una gran mayoría prefiere producciones nacionales o en idioma castellano por encima de otras obras u espectáculos extranjeros o de producción foránea. En cambio, ante la pregunta de si verían una obra que no fuera en su idioma materno o no fuera en castellano, siempre que de por medio haya subtítulos, el número de gente encuestada que lo prefiere es mucho mayor que aquellos que no.

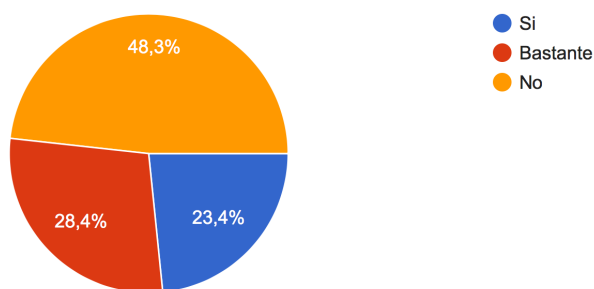
Esto se puede ver favorecido por la educación bilingüista que se imparte en los colegios, tanto hablo de las lenguas co oficiales del estado como lenguas extranjeras como el inglés y el francés, y ver muchos productos audiovisuales en otros idiomas con subtítulos que conlleva a que no se vea con extrañeza realizar un ocio de esa manera en el teatro, por ejemplo.

Otro punto a tratar que es importante a hora de establecer un buen plan de comunicación es la valoración en general de toda la oferta cultural y de posibles competidores a los que nos enfrentemos. Vemos que de forma general se parte de una buena base al ver el teatro como una buena forma de ocio sobre todo para desconectar de todo el día o entre todos los planes goza de una buena posición.

Pero el ocio de una persona joven y por tanto de nuestro público objetivo, es un concepto muy amplio y que depende de otros organismos como el Ayuntamiento de la ciudad, pueblo o villa donde se reside. Este ocio, a lo largo del año, se reparte entre espectáculos o fiestas diarias como las fiestas patronales o estacionales que se desarrollan en las localidades. Les preguntamos a éste si les parece suficiente y cómo se mejoraría, ya que el saber cuáles son las necesidades es un punto clave para poder colmarlas.

Pregunta N° 28

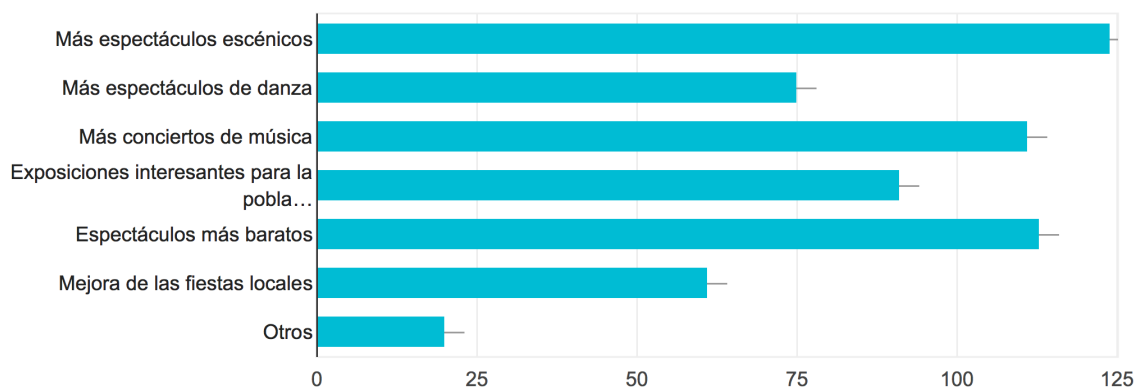
¿ Consideras suficiente la oferta cultural en tu ciudad?
201 respuestas



Pregunta N° 29

Según tu opinión ¿ Qué es aquello que mejorarías en la oferta cultural?

201 respuestas



Podemos ver que una gran mayoría no considera buena o suficiente esta oferta cultural de su ciudad que se puede deber a varios factores: desconocimiento de las actividades que haya diariamente, que lo valoren de forma negativa (hemos podido ver que la cultura tiene un valor escaso por parte de la población joven) o que se hayan llevado políticas municipales de recortes en este sector.

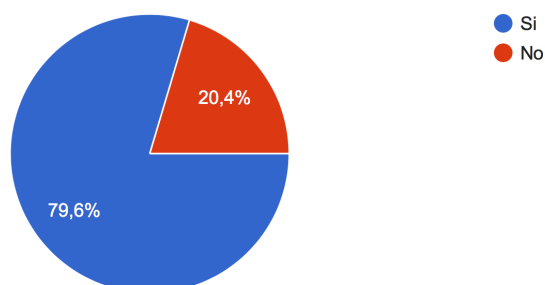
Ante la pregunta de qué es lo que mejorarían, preguntada de forma general a todos, todos coinciden en que haya más espectáculos escénicos seguidos de espectáculos musicales, pero sobre todo, lo que buscan y desean, es que sean espectáculos más baratos de los que son, lo que redunda en lo que llevamos comentado un tiempo que es el escaso valor que se le da a la experiencia cultural.

¿Si correlacionamos toda la oferta de ocio entre ella para enriquecer ésta? La opinión al respecto en la siguiente gráfica:

Pregunta N° 16

Si tuvieras ofertas de artes escénicas coordinadas con otras opciones de ocio como, por ejemplo, discotecas, bares, salas de conciertos, museos ¿ Acudirías más al teatro?

201 respuestas



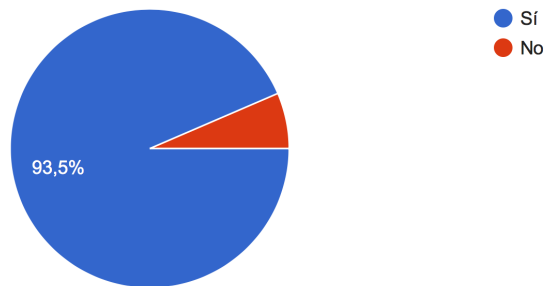
Vemos efectivamente que una gran mayoría, el 80% de los encuestados, si tuvieran ofertas de ocios relacionados entre ellas, sí acudirían más al teatro, por ejemplo. Favorece estos diferentes planes sobre todo a un elemento crucial del ocio que es la socialización con otros y también permite compartimentar el ocio a lo largo de la tarde - noche pudiendo combinar grupos sociales y diferentes burbujas.

La pregunta del millón y que se debe a la crisis sanitaria en la que nos encontramos y la razón por la que se llevan a cabo medidas, algunas de alcance impopular, pero que tiene el fin final de evitar más contagios y empeorar la situación, es si la población o los encuestados consideran si el teatro o acudir a ellos es una actividad segura o no. Ante esta pregunta la gran mayoría responde con una vehemente afirmación y por lo tanto no tienen miedo acudir a estos lugares para disfrutar de su ocio.

Pregunta N° 26

¿ Consideras ir al teatro una actividad segura?

201 respuestas



El resto de información obtenida por la encuesta se podrá ver en el punto del anexo de este trabajo.

5. DIAGNÓSTICO Y PROPUESTAS DE MEJORA.

5.1. Análisis DAFO.

En este punto vamos hacer un resumen de todo aquello que hemos expuesto en el apartado anterior y de otros problemas a los que nos enfrentamos para ver aquello que se ha de paliar y mejorar o cuál es el horizonte al cual tenemos que mirar para obtener los resultados que esperamos. Este ejercicio es un ejercicio de autocritica para poder sobreponernos a los posibles inconvenientes.

En tanto en cuanto a las debilidades a las que nos enfrentamos las podemos esquematizar en los siguientes puntos:

- Una escasa valoración de la población joven de los productos y espectáculos escénicos
- Cada vez es más común tomar medidas políticas reduccionistas en materia cultural por parte de los gobiernos locales que provoca el aumento de la indiferencia por parte de la población y el desmantelamiento de las redes interculturales de la ciudad.
- La falta de una posición de liderazgo e importancia en las opciones de ocio de este grupo poblacional.
- La sensación de distancia respecto de los jóvenes por considerarlo algo aburrido o de difícil entendimiento que conlleva a estratificación de la idea de la alta cultura en el ámbito escénico.
- La escasa inversión en acciones que lleven al conocimiento de los espectáculos que se van realizar o la creación de una imagen adecuada y atrayente por parte de los diferentes espacios escénicos en las diferentes redes sociales.
- Una escasa producción cultural dirigida de forma directa al público objeto del estudio que nos lleva a una escasa oferta en comparación con otras ofertas de ocio.
- Desde ámbitos escolares la escasa o nula enseñanza o educación en artes escénicas centrándose en otros aspectos literarios o llevando a espectáculos de poco interés general.
- Pésima experiencia previa por parte del público joven derivada de sus experiencias escolares que incide directamente en uno de los pilares básicos de nuestro producto.

En cuanto a las amenazas tenemos los siguientes problemas:

- El aumento de la oferta en el ámbito del ocio desde otras vertientes diferentes a las tradicionales

- El ocio nocturno como contrapunto en muchos de los aspectos al ocio escénico por los servicios o las condiciones que estas ofrecen
- La reducción del poder adquisitivo en varios rangos poblacionales debido a la crisis económica que se ha instalado causando a la crisis sanitaria.
- El aumento de las restricciones o el mantenimiento de éstas a largo plazo por lo cual, el número de personas que pueden acudir se reduce y aumentan los impedimentos o dificultades para acudir tanto en solitario como en grupo.
- El aumento de la tendencia del consumo rápido e instantáneo que predomina debido a las plataformas de streaming.
- La muerte, debido a la crisis sanitaria, o la pérdida de interés del grupo poblacional que más acude al teatro por lo que el número de abonados y asíduos se reduce considerablemente.
- Debido a la situación sanitaria la posibilidad de que a largo plazo se extiendan las medidas de forma generalizada en los teatros, lo que nos lleva a ver reducida la posibilidad de que acudan un gran número de personas y la limitación de butacas por el aforo que lleva a que no haya un incentivo para acudir.

Mientras que las fortalezas y las oportunidades son las siguientes:

- Se cuenta en todo el territorio español con una gran red de teatros y salas escénicas de diferentes tamaños contando prácticamente con uno por cada unidad de población de cierto tamaño.
- Gracias a la gran tradición de producción escénica en España se cuenta con grandes creadores y plataformas de producción que pueden favorecer crear el producto que se proponen.
- Gracias a la encuesta vemos que hay una cierta predisposición de la población que estudiamos a acudir y disfrutar de las artes escénicas
- La reducción y supresión de gran parte del ocio nocturno y otras formas de ocio nos crea una vía para ampliar el mercado.
- El mayor uso de las tecnologías como método de comunicación con el consiguiente uso de las redes sociales para llegar a más público y distribuir información de formas diversas para hacer los productos más atractivos al público.
- Un conocimiento amplio en cultura general impartido desde la educación obligatoria y la educación superior, como el nivel general de estudios de la población española

gracias a la incidencia por parte de las Administraciones del Estado en fomentar la educación general.

- La creación de espectáculos de diferente índole con puestas en escena innovadoras que permitan su adaptación a multitud de recipientes artísticos fomentando, también, su atractivo.
- Las estructuras culturales de las propias ciudades como apoyo a la dinamización del sector y la creación de nuevos hábitos.
- Las infraestructuras de las ciudades con una reducción del tráfico rodado en la zona centro favoreciendo los parkings disuasorios y la peatonalización de las zonas urbanas mejorando el tránsito y el acceso.

5.2. Propuestas de mejora.

5.2.1. Descripción de las propuestas en el ámbito de la comunicación.

La primera propuesta se centra en varios ámbitos de la comunicación, desde dos sectores diferentes: la parte de la institución o sala de teatro y también por parte de la autoridad municipal o de la Comunidad Autónoma. En este primer sentido tenemos que hacer mención a las principales redes sociales más afamadas en la actualidad en nuestro país.

Estas redes sociales son: FACEBOOK, INSTAGRAM Y TWITTER. Estas son las más utilizadas, pero bien es cierto que al igual que todo producto o red de comunicación con el paso del tiempo se ha ido adaptando al público que más la utiliza.

Así pues, podemos decir que el uso de FACEBOOK es más predominante en una población más mayor que en el resto de las redes sociales siendo la mayoría un público por encima de los 35-40 años.

En cambio, TWITTER se colocaría en un rango más intermedio entre las tres, pues es indistintamente usado por los diferentes grupos poblacionales. Finalmente tenemos INSTAGRAM donde el uso mayoritario es de un público más joven que en el resto de las redes sociales.

También a tener en cuenta es el uso que se le da a cada red social o el animus con el que se descarga es diferente según la red. Bien así, INSTAGRAM es una red social centrada en la fotografía y en lo visual, no como en TWITTER donde es una red de contacto y expresión de ideas. Esto es importante ya que hay que tenerlo en cuenta para establecer qué imagen o la información se quiere transmitir en la red social.

En la gran mayoría de los casos, las salas escénicas o de teatro o no cuentan con las tres redes sociales o, en caso de contarlas, se usan de forma deficiente o poco adecuada.

Para nuestro caso y por público al que nos dirigimos tenemos que centrarnos principalmente en la red social INSTAGRAM ya que es de la más usadas y a la hora de transmitir una “imagen de marca” en el sentido más literal de la frase, sería la más adecuada para atraer al público joven y para ello es necesario colocar o vender el producto para que este parezca interesante. De hecho, el ser más conocido o tener cierta fama en la red social depende de las interacciones de tus seguidores y de los usuarios que aumenta o disminuye en función del contenido que subas, todo ello centrado en la estética.

Son contados los teatros que, teniendo cuenta, sí saben usarla y la dotan de contenido de calidad, como por ejemplo videos o imágenes de los ensayos o de los camerinos. Esto se puede usar en principio para reducir esa distancia con los jóvenes y destruir ese misticismo en el que se ve envueltas las artes escénicas.

Ejemplo de esto tenemos El Teatro Real el cual usa su cuenta como modo de anuncio de sus producciones y espectáculos y también los productos audiovisuales que se hayan producido a modo de publicidad o “teaser”. En el otro extremo tenemos otras cuentas como el del Teatro Principal de Ourense donde se puede ver un contenido mucho más soso y descuidado en el que no se ve de forma clara esa imagen de marca que se quiere transmitir. Sin irse muy lejos, el principal teatro de la ciudad de Valladolid no cuenta con INSTAGRAM, pero en cambio, se suple su actividad en redes con una fuerte presencia en FACEBOOK Y TWITTER donde exponen todas sus novedades. En este último caso también la ciudad cuenta con una fuerte presencia cultural en los medios y hay diferentes opciones a través de las cuales te puedes informar del ocio de la ciudad donde entran también las artes escénicas.

El uso de redes sociales por parte del teatro esta sujeta a si la titularidad de éste es de dominio público o privado, pues pueden estar sujetos a limitaciones o restricciones de contenido o de uso de éstas. En el caso de que sea de dominio público el uso de las redes sociales es controlado y gestionado de forma indirecta por la concejalía correspondiente. Mientras que en el caso de ser de titularidad privada sí se goza de esa libertad de contenido y a la hora de modificar la imagen o el contenido que se publica no está atado a las directrices interpuestas por un organismo superior.

En el caso de España, como ya hemos visto en la primera parte del trabajo en mayor medida los espacios escénicos son de titularidad pública por lo que en relación a las redes sociales

tenemos que proponer un plan más dinamizado y dinámico de comunicación por redes sociales en el que las publicaciones sean lo suficientemente atractivas y visuales para atraer el público.

El buen uso de las diferentes redes sociales, tanto si se usan por el propio teatro como, en el caso de Valladolid con el Meetyou, o de forma independiente por parte de los festivales o proyectos que se llevan a cabo por el propio teatro facilita, debido a que se podría decir que se han ido sectorizando las redes sociales a un tipo de público, a hacer mayor hincapié en el público objetivo al que quieres dirigirte.

Más allá de un canal de comunicación, las redes sociales tienen otro beneficio y que es la publicidad indirecta que se lleva a cabo, ya que tus seguidores o afines si les gusta tus publicaciones o el contenido, a través de sus propias redes sociales van a compartir esa información y van a dar a conocer ese contenido a los seguidores de éste y así sucesivamente, por lo que aumenta la audiencia a la que te puedes dirigir.

Siguiendo con el ámbito de la comunicación, ya no desde la parte de los teatros o espacios escénicos, sino desde las autoridades públicas como los Ayuntamientos, Concejalías, Diputaciones y Juntas, vamos a enumerar algunas medidas que se pueden llevar a cabo en estas ciudades dichas anteriormente y que han funcionado en otras, así como otras medidas nuevas.

En primer lugar, crear una revista, folleto o cuartilla mensual en la que de forma pormenorizada se describan y se enumeren las diferentes ofertas culturales de la ciudad para dar a conocer el potencial de ofertas que no sean tan conocidas por el gran público. Estos folletos se deberían repartir tanto por todas las instituciones públicas como centros culturales de la ciudad, en primer lugar, pues son lo más interesados en dar a conocer aquello que ofrecen o que ofrece la ciudad, pero también sería interesante en segundo lugar distribuirlo también en cafeterías, bares o restaurantes con un alto índice de asistencia para ampliar las oportunidades de dar a conocer aquello que se ofrece.

Este tipo de revistas y de folletos se publican por parte del Ayuntamiento y otras editoriales en la ciudad de Valladolid con el nombre de VADEOCIO y es un elemento muy útil para lo que acabamos de decir, ya que incluye la oferta cultural de la ciudad por segmentos incluyendo servicios y ofertas de los locales de ocio y restauración. Esto último nos ayuda a apoyar otra de las medidas para incentivar el acudir al teatro.

En segundo lugar llevar a cabo una acción con las calles como protagonistas donde a parte de los típicos carteles publicitarios que se colocan en las farolas o postes de luz con la oferta cultural o proyectos de relevancia, colocar durante todo el año o en menor medida por trimestres, en las calles más principales de la ciudad MUPIES o carteles con todas las obras que se van a llevar a cabo en ese periodo de tiempo (un año o trimestralmente) en los teatros municipales o públicos de la ciudad.

El hecho de que esto se encuentre a pie de calle y durante un periodo largo de tiempo permite que haya un impacto visual mayor y de gran calidad pues el hecho de estar viendo el mismo cartel mucho tiempo, más si son de colores vivos o diseños atractivos pues atraen más a la mirada, crean el efecto que se produce con otros anuncios y crean la necesidad de tener que consumir ese producto, en este caso una obra de teatro. También funcionaría como herramienta para interiorizar el teatro como una oferta de ocio o por lo menos incluirlo como una posibilidad más de ocio.

Este tipo de publicidad y de acciones suelen ser muy caras por el hecho de hacer uso del suelo público, por lo que hay que pedir permiso y pagar unas cuotas, dependiendo del tiempo y del espacio que se ocupe. Además del dinero que cuesta la licencia, también es costoso la impresión de los carteles en determinados materiales para evitar su deterioro. Por eso esta medida sería ideal para los casos mencionados antes como son las ciudades pequeñas y medianas donde hay un presupuesto cultural infrautilizado y que por tanto se pueden permitir el gasto en este tipo de intervenciones, y las trabas municipales serán inferiores a las que pueden poner otros Ayuntamientos más grandes.

A tener en cuenta, para que sea más atractiva esta publicidad y comunicación para los jóvenes, se ha de explotar varias cosas: en primer lugar hay que tener en cuenta aquellos temas que interesan más a nuestra población y para ello hemos podido ver cuales son las opciones más valoradas en la encuesta, en segundo lugar aprovecharse ya de compañías o productoras que han empezado a especializarse en este tipo de teatro encaminada a los jóvenes y en tercer lugar aprovecharse de la cantidad de referentes que empiezan a tener esta generación gracias a las producciones audiovisuales y las redes sociales para que éstos formen parte de las obras y de la producción, pues no deja de ser un reclamo publicitario para este público.

En relación a la primera parte de lo enumerado tenemos que hablar de obras de teatro que siendo obras clásicas o contemporáneas siempre se pueden actualizar o adecuar al público que lo viene a ver. Para ello es necesario cambiar, mejorar o adecuar la programación cultural

de los teatros y la cartelera. Es obvio que no se puede hacer de forma automática, sino que ha de ser progresiva.

Una forma de llevarlo a cabo es concentrar estas obras en un festival (como hizo en su día el MEETYOU) en un periodo de tiempo concreto como un mes o una semana, si no se quiere cambiar el plantel o la cartelera en demasía. Bien sería hacer esta concentración de espectáculos con una temática determinada en dos veces por temporada, es decir, antes y después de navidades, por ejemplo.

Esto también se puede producir, para acudir a un público mayor, el programar en la cartelera a lo largo del año obras que sean más conocidas o fáciles de digerir, es decir, obras más “mainstream” como pueden ser musicales conocidos, obras de autores afamados o similares.

En relación con el tema de las compañías de teatro podemos poner de ejemplo a compañías como la JOVEN COMPAÑÍA, LA NAVE (aquí en Valladolid), RON LA LA ... entre otras compañías de renombre en el país. Estas compañías se han especializado en un público más joven, aunque no dejan de lado otros públicos a los que también pueden llegar con sus obras.

Estas compañías se caracterizan por actualizar o modernizar obras clásicas o historias clásicas que se alejan del día a día de la vida de los jóvenes dándole toques de comedia y humor ácido para darle un toque coloquial y desenfadado.

Finalmente, en este sentido, utilizando la amenaza de las plataformas de streaming y del aumento de las producciones audiovisuales, que es uno de los modos de consumo cultural más comunes por parte de los jóvenes, usar las estrellas o actores que forman parte de estos para incluirlos en las producciones escénicas. Esto se ha realizado, por ejemplo, con algunas producciones de los productores LOS JAVIS con obras como “*La Llamada*” donde incluía en el reparto artistas o actores salidos de otros programas de relevancia o series importantes del panorama nacional.

Esto se convertiría en un arma de doble filo porque a través de sus propias redes sociales los artistas publicitarían las artes escénicas y esas producciones y por tanto es un nuevo incentivo para los jóvenes para acudir al teatro, ampliando así la cobertura en medios.

5.2.2. Descripción de las propuestas en el ámbito institucional.

También desde la sección de las instituciones, en ese caso más las educativos que la de otros sectores, tienen su papel a la hora de mejorar esa relación entre los jóvenes y las artes escénicas. **¿Por qué la comunidad educativa es importante?**

El producto de las artes escénicas se basa en las experiencias y por tanto que una persona consuma más o menos depende de la calidad de éstas y de la asiduidad a la que acuda al teatro, como ya hemos comentado anteriormente. En este caso para que los jóvenes desde temprana edad tengan en buena estima las artes escénicas y les den ganas de acudir al teatro es necesario que haya una correlación y unión entre el sector cultural y educacional de la ciudad o de la comunidad.

Esto se puede llevar a cabo a través de varios planes: en primer lugar, incentivar o remarcar el estudio de obras de teatro que se vayan a estrenar o llevar a cabo en el teatro local, porque el hecho de que un alumno estudie y entienda una obra, más allá de tener o no que leerla, puede favorecer a sus ganas de poder verla en escena representada, pues se lleva a cabo un aprendizaje más visual. Este incentivo se puede hacer en los diferentes cursos escolares a través de las asignaturas de Literatura castellana o literatura universal.

Sin dejar de lado los centros escolares, es hora de decir que desde la comunidad educativa revisen sus propuestas de artes escénicas para organizar las excursiones, pues la creación de buenas experiencias a temprana edad para despertar la ilusión sobre ello es muy importante.

Como es un producto a veces infravalorado o de difícil entendimiento estaría bien que, a mayores, desde el propio centro educativo, antes de acudir a esa obra o espectáculo, enfatizar en la complejidad de la producción o del trabajo del actor, pues conlleva eso a que una vez que ves el espectáculo estés atento a los detalles y las dificultades técnicas que puede haber.

Como hemos visto, ya para terminar en parte, en la encuesta de forma mayoritaria la gente acudiría al teatro si esta oferta de artes escénicas estuviera unida con otras ofertas de ocio como bares, restaurantes, museos o discotecas. A diferencia de las otras medidas, ésta se puede implementar en todo tipo de ambientes culturales y ciudades, pues quien más o quien menos las ciudades tienen una red cultural interna establecida.

Esta medida ha sido implementada en la ciudad de Valladolid como reclamo al público en el festival MEETYOU donde al escoger entradas para ver obras de teatro, a parte de que el precio de las entradas eran inferiores, se establecían descuentos en los bares y locales que hacían de sponsors al festival. La razón de ello era crear grupos en esos locales para comentar el espectáculo y tener la posibilidad de interactuar también con los artistas que conformaban la obra.

En medidas concretas se podría resumir de la siguiente manera: que con la entrada de teatro que posees si acudes a esos locales, después puedas tener una reducción en el precio de entre 1 o 2 consumiciones o que con esas consumiciones tenga unas tapas gratis.

En el caso de que se lleguen a acuerdos desde el teatro con locales de ocio nocturno, se puede establecer que, con la presentación de varias entradas (de diferentes espectáculos, por lo que conlleva que se haya tenido que ir varios fines de semana a diferentes espectáculos) se pueda acceder a una reducción del precio de las consumiciones por un tiempo determinado o directamente tengas la opción de tener una barra libre de 1 hora, por ejemplo.

Esto permite que se creen canales estables de movimiento de gente la cual se aseguran cierto número de consumidores que a parte de ellos atraerán a más gente con ellos para disfrutar del local o locales. Así no solo el teatro se asegura que la gente acuda al teatro y rellenar las localidades que se puedan quedar vacías, sino que tanto desde el punto de vista de los clientes de esos locales como otros nuevos conozcan más de la oferta cultural de la ciudad.

Esto nos lleva a un crecimiento de la economía de la ciudad creando una economía circular en ambos sentidos.

Desde el punto de vista de los museos y los diferentes servicios que ofrecen en sus instalaciones se pueden usar éstos como lugar o espacio de realización de talleres o entrevistas con artistas o productores de teatro lo que enfatiza el lugar como centro de creación cultural y permite el conocimiento de las instalaciones y dar a conocer la colección que éstos poseen. Bien también dentro del programa de exposiciones, al igual que se hacen con otras producciones de cine o de opera clásicas, se pueden llevar a cabo exposiciones sobre elementos interesantes e internos de las obras que se lleven a cabo en los diferentes teatros.

Si juntamos esta última propuesta con la propuesta que hemos hecho sobre la educación en artes escénicas en las escuelas desde temprana edad puede dar lugar a un eje de ruta interesante para acudir tanto antes como después de acudir a la obra de teatro y complementar así la enseñanza general, porque no solo acudes a ver esa exposición, sino que con ella te llevas toda la experiencia de acudir al museo y poder ver otro tipo de exposiciones que se encuentre en las instalaciones.

Aunque no todo debe recaer en las enseñanzas primarias u obligatorias, sino que desde las enseñanzas superiores como los grados medios o las carreras universitarias también se pueden establecer algunas pautas para inocular la necesidad de acudir al teatro como otra forma más de ocio.

En las universidades hay un sistema que establece que a, través de actividades extraescolares o acudiendo a charlas, entre otras cosas, recibes créditos que te permiten liberarte de asignaturas elegidas en la carrera. Entre esas actividades está la realización de deportes o acudir a eventos religiosos, por lo que no es necesario que haya una correlación entre la materia de la actividad y la carrera que se curse.

En ese sentido propongo que el acudir al teatro o a varias funciones a lo largo del año, presentado la entrada del espectáculo, te contabilice de la misma forma para obtener esos créditos necesarios para liberarte de una asignatura.

Los créditos universitarios se obtienen por horas que se hayan invertido en las diferentes actividades, ya que los créditos equivalen a unas horas impartidas de clase (depende de la universidad o de la carrera la equivalencia), esto nos lleva a que como las obras de teatro de media equivalen a 2 horas de espectáculo y es una cantidad inferior al valor de los créditos, cabe la necesidad de ir al teatro muchas veces para obtener los créditos necesarios.

Para evitar el sobrecoste en el que se puede incurrir por la compra de entradas, idea que se puede concebir debido al bajo valor que se tiene de este tipo de ocio, se pueden establecer por parte de los teatros e instituciones públicas descuentos superiores a los ya establecidos si se presentan los carnets universitarios que poseen muchas universidades.

Con estas medidas se tienen en cuenta todas aquellas franjas de edad de las cuales hemos hablado y todas esas medidas inciden de una manera o de otra en los defectos o deficiencias de las que se parten, sobretodo lo que hemos intentado es incidir en el factor de sociabilidad que se pierde en gran medida en el ocio relacionado con las artes escénicas.

Muchas de estas medidas que aquí explico, son medidas que ya se han puesto sobre la mesa en diferentes propuestas de reforma del sector, análisis económicos, anuarios ... En concreto cabe destacar la revisión del año 2011 del PGT (Plan General de Teatro) donde se enfatiza la necesidad de un trabajo conjunto entre administraciones a través de: garantizar una formación profesional de calidad, reglada y reconocida, la formación de un público teatral desde las instituciones educativas y la presencialidad de las artes escénicas, poniéndolas en valor, en otros medios de comunicación.

6. CONCLUSIONES

A modo de resumen final expondré de forma abreviada una serie de conclusiones que se desgranarán del trabajo realizado a lo largo de todo el texto.

1. Se ve de forma clara que la crisis a la que se enfrenta las AAEE debido a la crisis sanitaria del SARCOV-2 no tiene ningún precedente en el sector en los últimos años. Esto se puede ver en las cifras que muestran el número de parados relacionados al sector, el número de espacios escénicos que cierran... entre otros valores. Nos encontramos ante una situación peor que en la que nos encontrábamos tras la crisis económica del año 2008 donde encontramos los peores resultados entre los años 2012 y 2013.
2. La crisis sanitaria trae consigo una crisis económica y siendo las AAEE un producto que depende directamente de la renta de las familias y de las personas, si ya se encuentra en un puesto bajo a la hora de dedicarle parte de la renta, tras la crisis el descenso en las prioridades será todavía mayor.
3. Partimos, antes de esta crisis, de un sector donde los trabajos son precarios y predomina la pluriempleabilidad de los activos laborales del sector. La baja formación o la sobre formación son dos de los elementos principales de desequilibrio en el mercado laboral, donde no se encuentra un trabajo pagado o valorado como debería ser por la formación que se obtiene.
4. Antes de la crisis de 2008 la titularidad de los medios de producción, en especial de los espacios escénicos, estaban más o menos mejor repartida entre manos privadas y públicas. Después de la crisis, éstos medios, en manos públicas, aumentaron considerablemente en comparación con las privadas.
5. Tras la crisis del SARCOV 2 se espera que los medios de producción y espacios escénicos en manos privada continúen reduciéndose e incluso se haya acelerado este proceso.
6. El público que acude al teatro y otros espectáculos escénicos está envejecido y es necesario, de forma urgente, todavía más apremiante tras esta crisis sanitaria, una renovación del público que acude a este tipo de espectáculos.
7. El público joven en gran medida no encuentra en las AAEE y en el teatro una opción de ocio viable para abastecer sus necesidades lúdicas lo que conlleva un desarraigo fortísimo y difícil de solventar.

8. La enseñanza de este tipo de arte en las escuelas o su acercamiento en edades tempranas por las instituciones educativas es deficiente e ineficaz que enfatiza en ese distanciamiento por parte de los jóvenes y su desarraigo.
9. Nos encontramos ante un sistema institucional arraigado en el pasado y con una necesidad imperiosa de modernización en el ámbito de la comunicación y el marketing adecuando a la era digital y al surgimiento de nuevos canales de comunicación. Sobre todo, esto último, relacionado con el nuevo público al que se quiere acudir para mejorar el futuro del sector.
10. La visión tan lejana del público joven de las AAEE se debe principalmente a la temática o tipo de espectáculo que se representa en su gran mayoría que les hace pensar que no encaja en su forma de pensar o de tipo de producto que consumen. El precio también es un punto importante pues, dependiendo del espectáculo en todo caso, los precios tienden a ser muy superiores a lo que estarían dispuestos a pagar por acudir un espectáculo.
11. Las principales medidas a tener en consideración para llamar al público joven pasan por llevar a cabo una política de precios más exhaustiva con la reconsideración de los precios base de los que se parte por parte de la administración pública y mejorar la comunicación y venta de los espectáculos a través de los canales de comunicación en uso por parte de este público joven.
12. Tras los años que lleva La Nave en funcionamiento se aprecia la sostenibilidad y viabilidad del proyecto a largo plazo. Con el apoyo de las instituciones públicas y de otros actores intervinientes en el mercado, como hasta ahora, se ha convertido en una pieza de incalculable valor en el entramado cultural de la ciudad.
13. Debido a su estructura interna, La Nave, tiene muchas facilidades para poder implantarse en otros lugares de España e incluso del mundo. Adaptándose a diferentes regímenes económicos culturales como es el caso del proyecto piloto de Ecuador.
14. La creación de proyectos como La Nave ha revitalizado el mercado cultural en el ámbito de los jóvenes dando un escaparate para artistas jóvenes fomentando la asociación de talentos y también para acercar el teatro y las artes escénicas a este público.
15. Tener una estructura transversal y multidisciplinar permite modificar éste de forma sencilla y eficaz a la hora de responder a las dificultades que se presenten o aprovechar las oportunidades que se presenten.

16. Ante esta crisis, la reducción de carga de trabajo en las compañías, la cancelación y retraso en futuras actuaciones, reducción de aforo en las salas... las compañías ven reducido sus beneficios y ampliados sus costes.
17. Esta situación nos lleva a la necesidad de una reestructuración interna de las compañías en particular y del sector en general. En este caso la idea propuesta del modelo Nave emerge como una opción plausible.
18. Aprovechar la precariedad laboral y de la sobre formación de muchos de los intervinientes en el mercado, enfatizar estos hechos y reducir el personal laboral de las compañías en pro de buscar trabajadores mejor formados en diferentes áreas del sector.
19. A la hora de hablar de los intervinientes activos en el mercado de las AAEE hay que decir que las medidas de que han de tomar de forma general son austeras y reduccionistas para reducir los costes y ampliar el margen de beneficio.
20. El beneficio que se obtenga de una forma o de otra ha de reinvertirse en la propia producción y e infraestructuras técnicas enfatizando la tecnificación y digitalización de los servicios.

7. BIBLIOGRAFÍA.

Webgrafia

- El Economista. (2020). El "sorpasso" económico de Madrid a Cataluña gana fuerza y se amplía la distancia entre ambas regiones. 2020, de El Economista Sitio web: <https://www.eleconomista.es/economia/noticias/10948774/12/20/El-sorpasso-economico-de-Madrid-a-Cataluna-gana-fuerza-y-se-amplia-la-distancia-todavia-mas.html>
- Fundación Municipal de Cultura. (2015). La Nave del Teatro Calderón. 2019, de Teatro Calderón Sitio web: <https://tcalderon.com/la-nave/>

Bibliografía

- Cimarro, Jesús. (2015) “Prólogo”, Colomer, Jaume. *Estudio sobre situación de las Artes Escénicas en España*, Ministerio de Cultura, España. 8-9.
- Colomer, Jaume “Análisis de datos del periodo 2003 – 2014” (2014) *Estudio sobre la situación de las artes escénicas en España*, Ministerio de Cultura, España.16.
- Colomer, Jaume, “Estudio sobre las Artes Escénicas en España”, Ministerio de Cultura, España. 37.
- Constitución Española, 1978.
- Fernández Torres, Alberto. “Análisis de la evolución del sector de las artes escénicas en los últimos años y tendencias de futuro” (2010) Discurso inaugural Mercartes Sevilla, España.
- Fundación SGAE, Anuario de las artes escénicas, musicales y audiovisuales, España, (2008-2020)
- Gómez, Mafalda. (2019) “Economía de las artes escénicas y musicales”, Master Universitario en Economía de la Cultura y Gestión Cultural (2019-2020), Grupo de Investigación Reconocido en Economía de la Cultura, Universidad de Valladolid, Departamento de Economía Aplicada, Valladolid, España.
- Instituto Nacional de Estadística (INE)
- Ministerio de Cultura, Anuario de estadística culturales (2011), España, 299.
- Ministerio de Cultura, Anuario de estadísticas culturales (2015), España, 311.
- Ministerio de Cultura, Anuario de estadísticas culturales (2020), España.
- Ministerio de Cultura, CulturaBase, (2008-2020), España.

- Muro, Robert. *“Informe sobre las de las Artes Escénicas en España, su financiación y situación laboral”*, Academia de las Artes Escénicas de España, 2018, pag.42
- Throsby, David. (1992). Artists as workers. *Cultural Economics*, 11, 201-208.

8. ANEXO.

Índice de gráficas y tablas.

Gráficas

- Gráfica 1: Evolución de los espacios escénicos entre 2003-2014.
- Gráfica 2: Compañías de teatro por CCAA año 2014.
- Gráfica 3: Compañías de teatro por CCAA año 2018.
- Gráfica 4: Representaciones de obras teatrales años 2003-2013.
- Gráfica 5: Número de espectadores de AAEE entre los años 2008-2013.

Tablas:

- Tabla 1: Evolución de espacios escénicos entre 2012-2018.
- Tabla 2: Evolución del porcentaje, sobre el total, de espacios escénicos según el número de localidades.
- Tabla 3: Evolución del número de compañías de artes escénicas por CCAA entre 2008-2014.
- Tabla 4: Representaciones de obras de teatro años 2014-2018.
- Tabla 5: Evolución de las representaciones de obras de teatro por CCAA entre los años 2004-2018.
- Tabla 6: Número de espectadores entre los años 2014-2018.
- Tabla 7: Recaudación anual de espectadores teatrales entre 2008-2018
- Tabla 8: Evolución de las AAEE entre los años 2000 y 2017.
- Tabla 9: Comparativa de magnitudes 2018-2019.

Preguntas y respuestas de la encuestación.

Pregunta 1: ¿Tienes estudios relacionados con el arte y la cultura?

| | |
|----|----|
| Si | No |
|----|----|

Pregunta 2: En el curso 2019-2020 ¿Cuántas veces has ido al teatro?

| | | | |
|-------------|-----------------|------------------|-----------------|
| Ninguna vez | Entre 1-5 veces | Entre 6-10 veces | Más de 10 veces |
|-------------|-----------------|------------------|-----------------|

Pregunta 3: ¿Y en el curso 2018-2019?

| | | | |
|-------------|-----------------|------------------|-----------------|
| Ninguna vez | Entre 1-5 veces | Entre 6-10 veces | Más de 10 veces |
|-------------|-----------------|------------------|-----------------|

Pregunta 4: Con el paso de los años ¿Has ido más o menos al teatro?

| | |
|-----|-------|
| Más | Menos |
|-----|-------|

Pregunta 5: De tus prioridades de ocio, ¿En qué puesto se encuentra acudir al teatro?

| | | |
|-------------------------|-------------|--------------------------|
| En los primeros puestos | En el medio | Al final de mis opciones |
|-------------------------|-------------|--------------------------|

Pregunta 6: ¿Consideras el teatro una buena forma de desconectar al final del día?

| | |
|----|----|
| Si | No |
|----|----|

Pregunta 7: ¿Qué tipo de espectáculo te gustaría ir a ver?

| |
|--------------------------|
| Danza |
| Teatro Clásico |
| Opera o Zarzuela |
| Circo |
| Espectáculo performativo |
| Teatro contemporáneo |
| Musical |
| Orquesta |
| Concierto |

Pregunta 8: ¿Qué tipo de temática te gustaría ver en escena?

| |
|--------------|
| Drama |
| Comedia |
| Tragicomedia |
| Erótico |
| Surrealismo |

| |
|---|
| Relacionado con la situación epidemiológica actual. |
|---|

Pregunta 9: ¿Cómo te gustaría que te hagan sentir la obra?

| |
|--|
| Que te enfade o te cabree por aquello que se ha dicho o se ha visto. |
|--|

| |
|--|
| Que te haga reflexionar sobre un tema en concreto. |
|--|

| |
|-------------------|
| Que te haga reír. |
|-------------------|

| |
|---------------------|
| Que te haga llorar. |
|---------------------|

| |
|----------------------------|
| Ninguna de las anteriores. |
|----------------------------|

Pregunta 10: ¿Te gustaría que se tratasen temas políticos-sociales en las obras

| |
|----|
| Si |
|----|

| |
|----|
| No |
|----|

Pregunta 11: ¿Cómo cuales? Si la respuesta anterior fuese afirmativa.

| |
|-----------|
| Violencia |
|-----------|

| |
|-----------|
| Represión |
|-----------|

| |
|-------------|
| Inmigración |
|-------------|

| |
|------------------------|
| Desigualdades sociales |
|------------------------|

| |
|------------|
| Históricos |
|------------|

| |
|----------|
| Maltrato |
|----------|

| |
|--------------|
| Supremacismo |
|--------------|

| |
|----------|
| Fascismo |
|----------|

Pregunta 12: Cuando has ido al teatro, ¿Cómo has acudido?

| |
|--------------------|
| Por una invitación |
|--------------------|

| |
|--|
| Porque alguien del equipo es conocido, familiar o amigo tuyo |
|--|

| |
|----------------|
| Con el colegio |
|----------------|

| |
|---|
| Con la intervención de algún progenitor |
|---|

| |
|-----------------------|
| Por iniciativa propia |
|-----------------------|

| |
|-----------------|
| Por algún amigo |
|-----------------|

Pregunta 13: ¿Sueles ir al teatro solo o acompañado?

| | |
|------|------------|
| Solo | Acompañado |
|------|------------|

Pregunta 14: Si has elegido la última opción, ¿Con cuántas sueles ir?

| | | |
|---------------|--------------------|-------------------|
| Con 1 persona | Entre 2-5 personas | Más de 5 personas |
|---------------|--------------------|-------------------|

Pregunta 15: ¿Qué te llama más la atención?

| | |
|-----------------------------------|----------------------------------|
| Una obra de producción extranjera | Una obra de producción nacional. |
|-----------------------------------|----------------------------------|

Pregunta 16: Si tuvieras ofertas de artes escénicas coordinadas con otras opciones de ocio como, por ejemplo, discotecas, bares, salas de conciertos, museos... ¿Acudirías más al teatro?

| | |
|----|----|
| Si | No |
|----|----|

Pregunta 17: ¿Cuánto estabas dispuesto a pagar, antes de la crisis sanitaria, de media por una entrada de teatro?

| |
|---------------------|
| Entre 5 y 10 euros |
| Entre 11 y 25 euros |
| Entre 26 y 50 euros |
| Entre 51 y 70 euros |
| Entre 71 y 90 euros |
| Más de 90 euros |

Pregunta 18: ¿Cuánto estas dispuesto ahora?

| |
|---------------------|
| Entre 5 y 10 euros |
| Entre 11 y 25 euros |
| Entre 26 y 50 euros |
| Entre 51 y 70 euros |
| Entre 71 y 90 euros |

| |
|-----------------|
| Más de 90 euros |
|-----------------|

Pregunta 19: ¿Ha dependido tu respuesta según el tipo de espectáculo?

| | |
|----|----|
| Si | No |
|----|----|

Pregunta 20: Ante la situación sanitaria en la que nos encontramos actualmente ¿Harías la inversión de comprar un abono de temporada si te dieran la opción?

| | |
|----|----|
| Si | No |
|----|----|

Pregunta 21: ¿Cuánto estarías dispuest@ a pagar por un abono de teatro?

| |
|-----------------------|
| Menos de 100 euros |
| Entre 100 y 150 euros |
| Entre 151 y 200 euros |
| Entre 201 y 300 euros |
| Más de 300 euros |

Pregunta 22: ¿Lo has comprado en otras ocasiones?

| | |
|----|----|
| Si | No |
|----|----|

Pregunta 23: ¿Irirías a ver una obra en Gallego, Catalán o Vasco por encima de una en castellano? Independientemente de que sea uno de los idiomas de tu zona de residencia.

| | |
|----|----|
| Si | No |
|----|----|

Pregunta 24: ¿Verías una obra que no fuese en tu idioma materno?

| | |
|----|----|
| Si | No |
|----|----|

Pregunta 25: Si no fuese así ¿La verías con subtítulos?

| | |
|----|----|
| Si | No |
|----|----|

Pregunta 26: ¿Consideras ir al teatro una actividad segura?

| | |
|----|----|
| Si | No |
|----|----|

Pregunta 27: ¿Considerarías el teatro de forma online como una buena oferta de ocio?

| | |
|----|----|
| Si | No |
|----|----|

Pregunta 28: ¿Consideras suficiente la oferta cultural en tu ciudad?

| | | |
|----|----------|----|
| Si | Bastante | No |
|----|----------|----|

Pregunta 29: Según tu opinión ¿Qué es aquello que mejorarías en la oferta cultural?

| |
|---|
| Más espectáculos escénicos |
| Más espectáculos de danza |
| Más conciertos de música |
| Exposiciones interesantes para la población |
| Espectáculos más baratos |
| Mejora de las fiestas locales |
| Otros |

Pregunta 30: ¿Los horarios de espectáculos del teatro te parecen adecuados? Es decir, a las horas a las cuales están programados.

| | |
|----|----|
| Si | No |
|----|----|

Pregunta 31: ¿En qué grupo de edad te encuentras?

| |
|-----------------------|
| Entre los 15 -18 años |
| Entre los 19-23 años |
| Entre los 24-30 años |
| Más de 30 años |

Pregunta 32: ¿Género?

| | | |
|--------|-------|--|
| Hombre | Mujer | No me identifico con ninguno de ellos en su totalidad. |
|--------|-------|--|

Pregunta 33: ¿Cuál es tu zona de residencia?

| |
|--------------------------------|
| En la zona centro de la ciudad |
| En un barrio periférico |
| En una urbanización |
| En un pueblo a las afueras |

Pregunta 34: ¿Estudias o trabajas?

| | | |
|---------|---------|-------|
| Estudio | Trabajo | Ambas |
|---------|---------|-------|

Pregunta 35: ¿Recibes mensualmente dinero a modo de paga?

| | |
|----|----|
| Si | No |
|----|----|

Pregunta 36: Si es así, ¿Cuánto suele ser?

| |
|---------------------|
| Menos de 10 euros |
| Entre 10 y 20 euros |
| Entre 21 y 50 euros |
| Más de 50. |

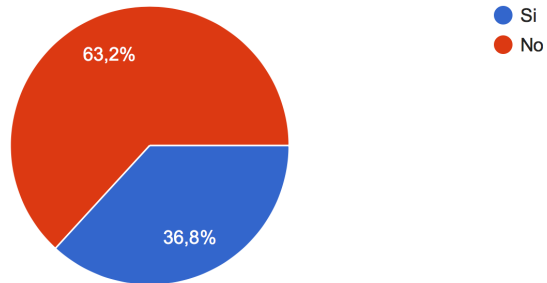
Pregunta 37: Si no recibes paga, ¿Cómo recibes el dinero para tus gastos propios?

| |
|--|
| Mediante un sueldo |
| Mediante una pensión |
| Cuando necesito dinero se lo pido a alguien la cantidad exacta |
| El dinero recibido por Navidad y/o cumpleaños |

Resultado de la encuestación.

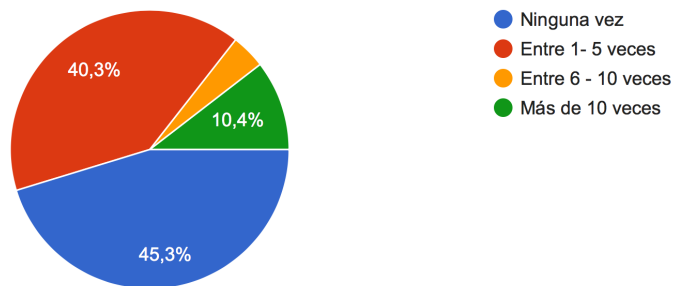
¿ Tienes estudios relacionados con el arte y la cultura?

201 respuestas



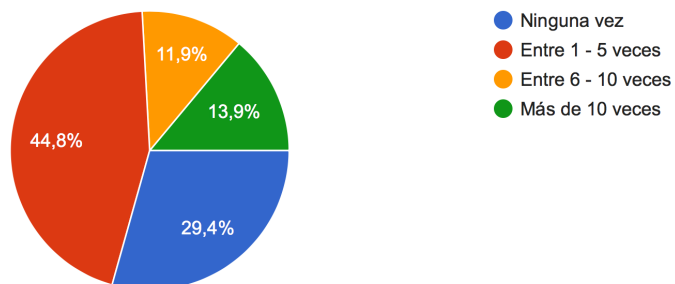
En el curso 2019-2020, ¿Cuántas veces has ido al teatro?

201 respuestas



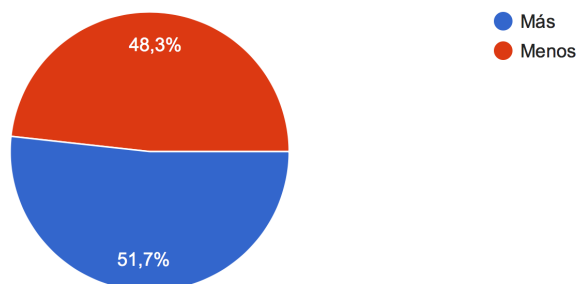
¿ Y en el curso 2018-2019?

201 respuestas



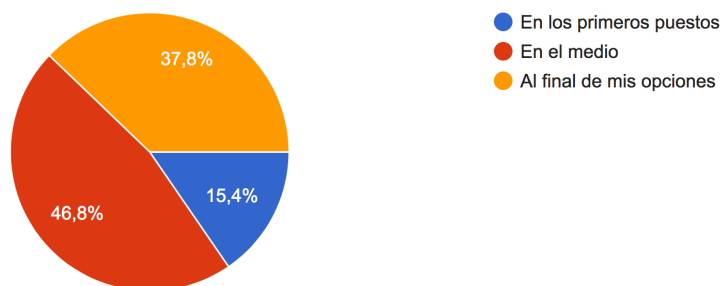
Con el paso de los años, ¿Has ido más o menos al teatro?

201 respuestas



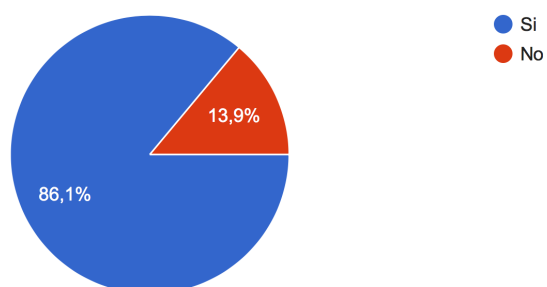
De tus prioridades de ocio, ¿En qué puesto se encuentra acudir al teatro?

201 respuestas



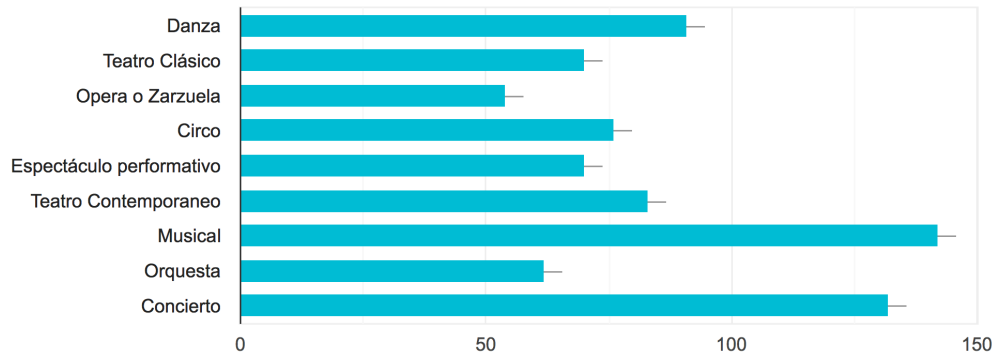
¿Consideras el teatro una buena forma de desconectar al final del día?

201 respuestas



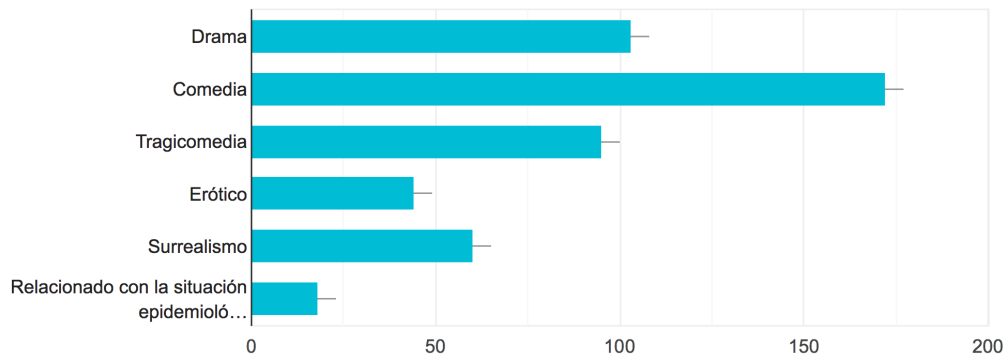
¿ Qué tipo de espectáculo te gustaría ir a ver?

201 respuestas



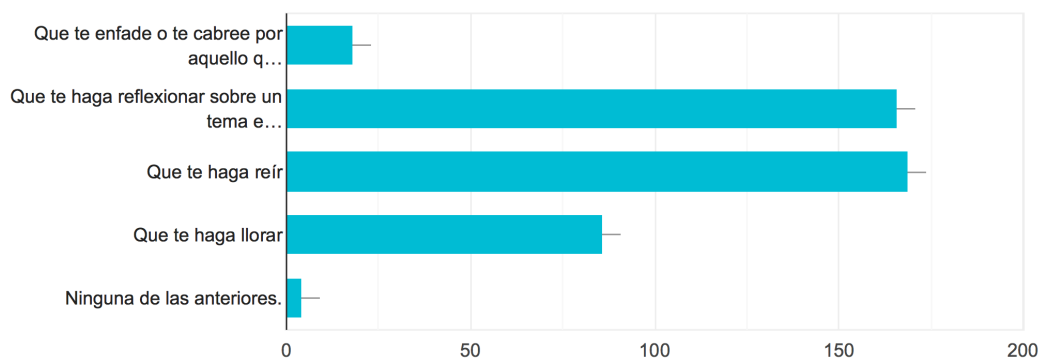
¿ Qué tipo de temática te gustaría ver en escena?

201 respuestas



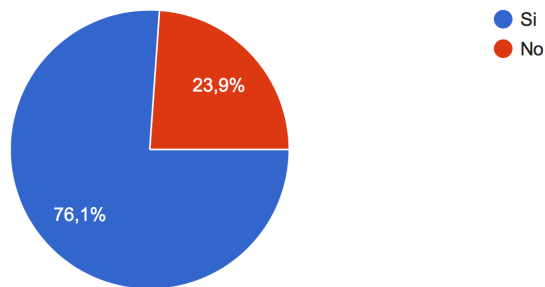
¿Cómo te gustaría que te hagan sentir la obra?

201 respuestas



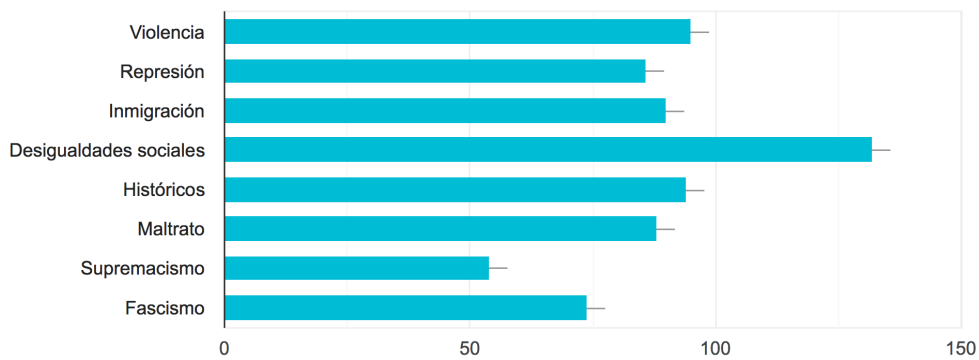
¿ Te gustaría que se tratase temas político-sociales en las obras?

201 respuestas



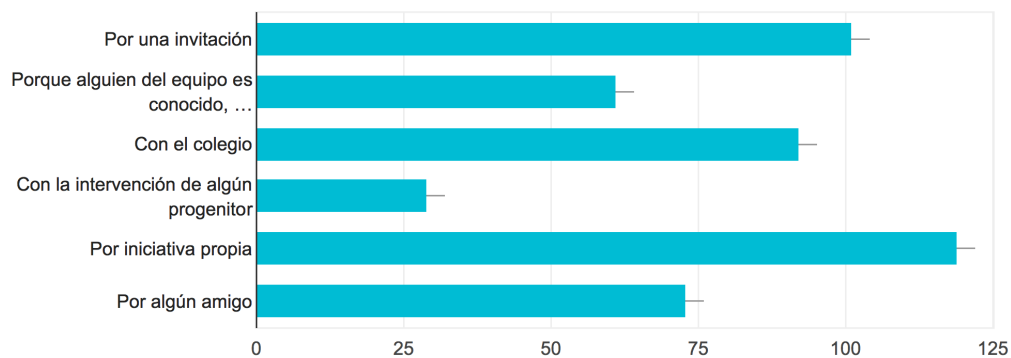
¿ Cómo cuales? Si la respuesta anterior fuese afirmativa.

153 respuestas



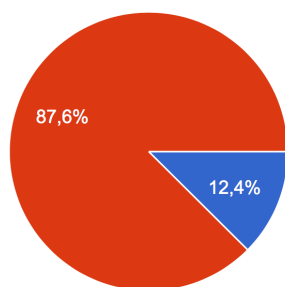
Cuando has ido al teatro, ¿Cómo has acudido?

201 respuestas



¿ Sueles ir al teatro solo o acompañado?

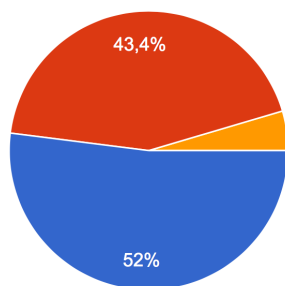
201 respuestas



- Solo
- Acompañado

Si has elegido la última opción, ¿ Con cuántas sueles ir?

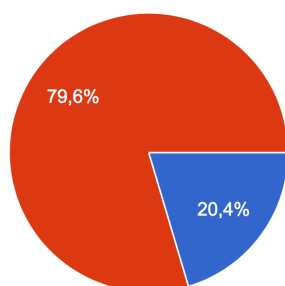
175 respuestas



- Con 1 persona
- Entre 2 - 5 personas
- Más de 5 personas

¿ Qué te llama más la atención ?

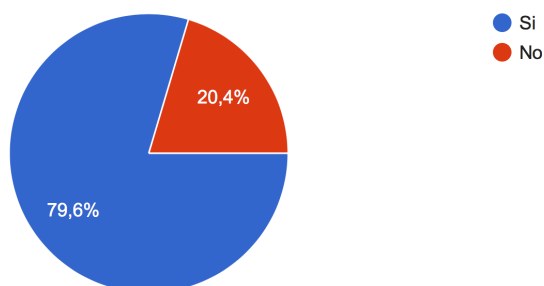
201 respuestas



- Una obra de producción extranjera
- Una obra de producción nacional

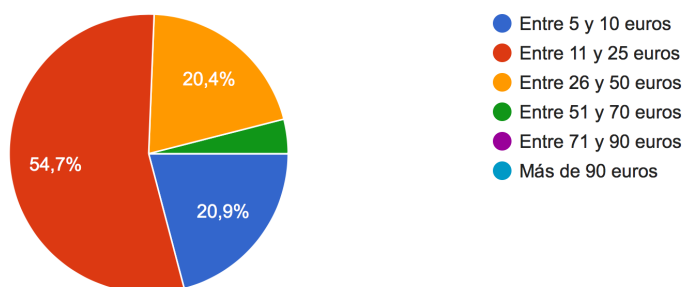
Si tuvieras ofertas de artes escénicas coordinadas con otras opciones de ocio como, por ejemplo, discotecas, bares, salas de conciertos, museos ¿ Acudirías más al teatro?

201 respuestas



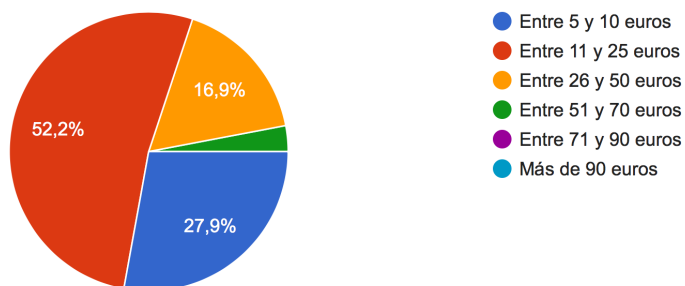
¿ Cuánto estabas dispuesto a pagar, antes de la crisis sanitaria, de media por una entrada al teatro?

201 respuestas



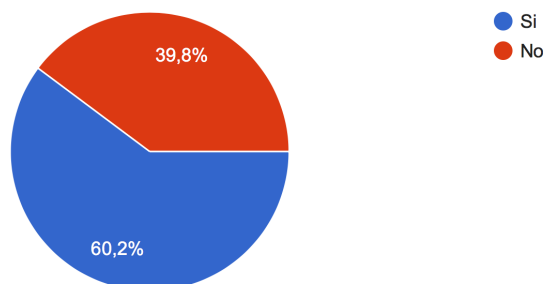
¿ Cuánto estas dispuesto ahora?

201 respuestas



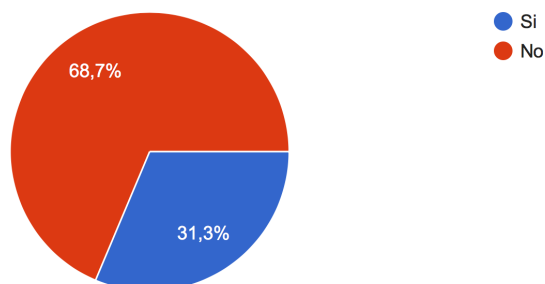
¿ Ha dependido tu respuesta según el tipo de espectáculo?

201 respuestas



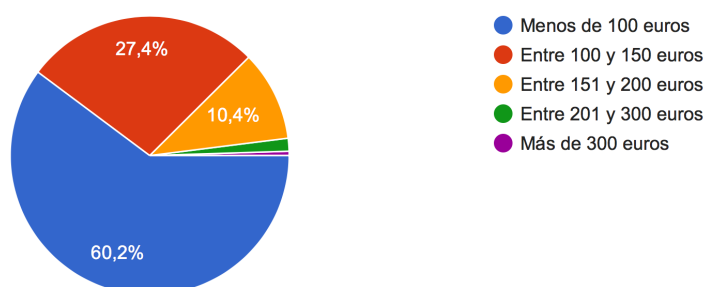
Ante la situación sanitaria en la que nos encontramos actualmente ¿ Harías la inversión de comprar un abono de temporada si te dieran la opción?

201 respuestas



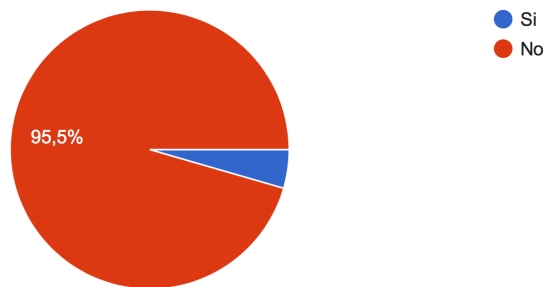
¿ Cuánto estarías dispuest@ a pagar por un abono de teatro?

201 respuestas



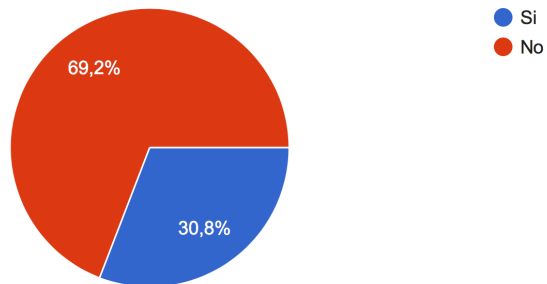
¿ Lo has comprado en otras ocasiones?

201 respuestas



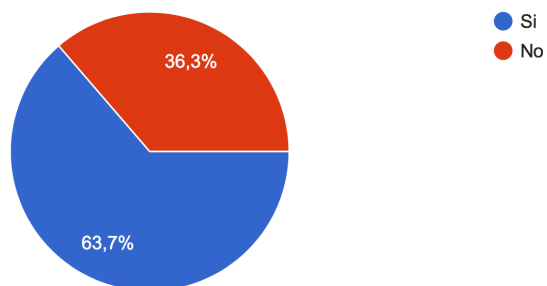
¿ Irías a ver una obra en Gallego, Catalán o Vasco por encima de una en castellano?
Independientemente de que sea uno de los idiomas de tu zona de residencia.

201 respuestas



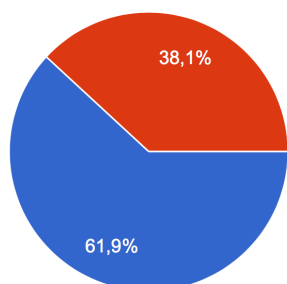
¿ Verías una obra que no fuese en tu idioma materno?

201 respuestas



Si no fuese así ¿ La verías con subtítulos?

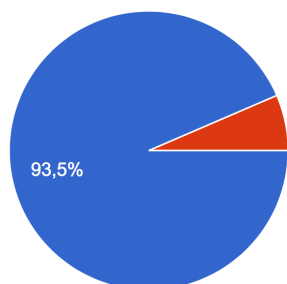
139 respuestas



● Sí
● No

¿ Consideras ir al teatro una actividad segura?

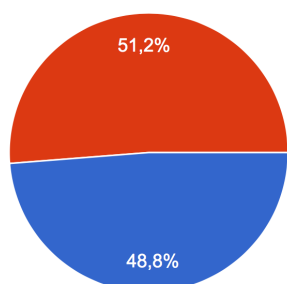
201 respuestas



● Sí
● No

¿ Considerarías el teatro de forma online como una buena oferta de ocio?

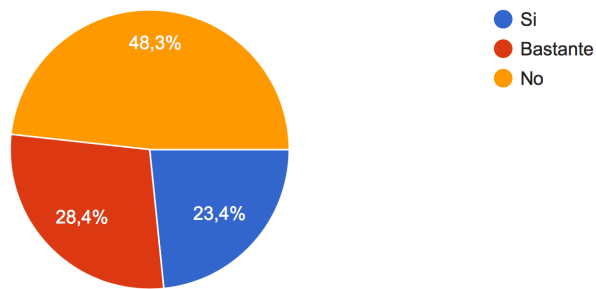
201 respuestas



● Sí
● No

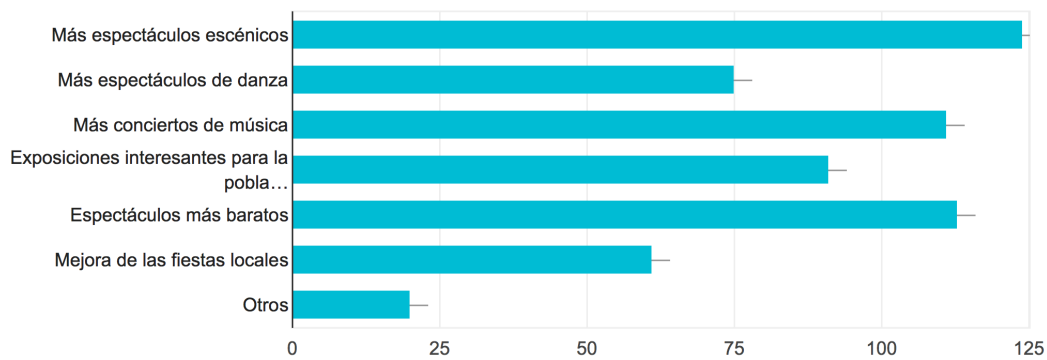
¿ Consideras suficiente la oferta cultural en tu ciudad?

201 respuestas



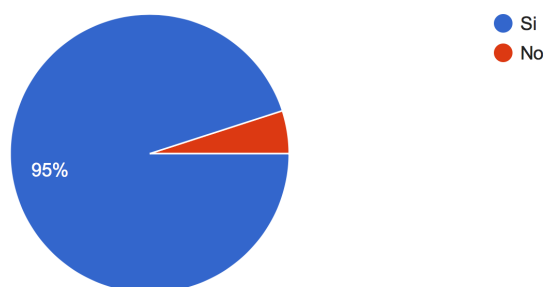
Según tu opinión ¿ Qué es aquello que mejorarías en la oferta cultural?

201 respuestas



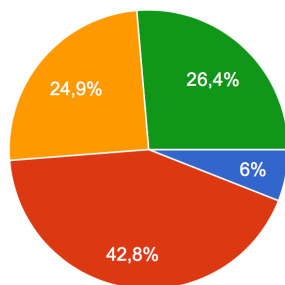
¿ Los horarios de espectáculos del teatro te parecen adecuados? Es decir, a la horas a las cuales están programados.

201 respuestas



¿ En que grupo de edad te encuentras?

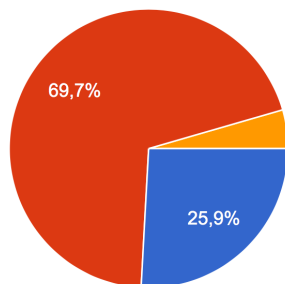
201 respuestas



- Entre los 15 - 18 años
- Entre los 19 - 23 años
- Entre los 24 - 30 años
- Más de 30

¿ Género?

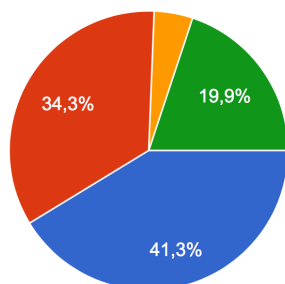
201 respuestas



- Hombre
- Mujer
- No me identifico con ninguno de ellos en su totalidad.

¿Cuál es tu zona de residencia?

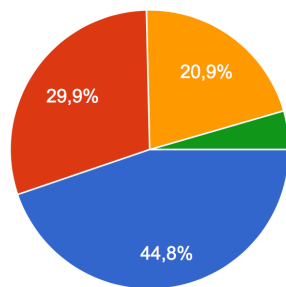
201 respuestas



- En la zona centro de la ciudad
- En un barrio periférico
- En una urbanización
- En un pueblo a las afueras

¿ Estudias o trabajas?

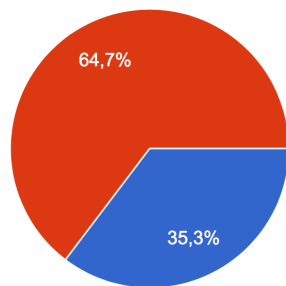
201 respuestas



- Estudio
- Trabajo
- Ambas
- Ninguna

¿ Recibes mensualmente dinero a modo de paga?

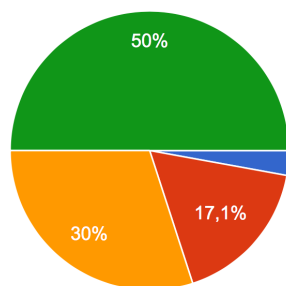
201 respuestas



- Sí
- No

Si es así ¿ Cuánto suele ser?

70 respuestas



- Menos de 10 euros
- Entre 10 y 20 euros
- Entre 21 y 50 euros
- Más de 50

Si no recibes paga, ¿ Cómo recibes el dinero para tus gastos propios?

150 respuestas

