O Espetáculo ao Vivo

(Lavinia Vianna da Rosa / 2M)

 O livro Frances **”A economia da cultura”** de Françoise Benhamou, traduzido para a português (capitulo 2, da pagina 53 a 69). Françoise Benhamou é uma economista e escritora francesa, especialista em economia da cultura e mídia. Esse texto ira abordar todos os tipos de espetáculos musicais, teatrais e culturais.

O publico da maioria dos espetáculos ao vivo é ainda mais elitista do que o das outras instituições culturais. A baixa demanda não prejudica, porém, a vitalidade de um setor diversificado: as operas, consumidoras vorazes de orçamento, competem com simples salas de concertos. Alguns espetáculos para publico quase restrito coexistem com outros mais populares, aferrados a uma lógica do gigantismo imitada das indústrias da comunicação.

Pode-se medir a produção de espetáculos ao vivo pelo numero de representações, de obras apresentadas ou de lugares ofertados. O custo por assento diminui com o aumento do numero de representações, sendo o custo fixo da preparação do espetáculo amortizado por um maior numero de assentos.

Dessa maneira, o espetáculo ao vivo transforma-se no estúdio de gravação e na vitrine publicitária da indústria fonográfica. ”A constituição de redes no meio musical e no espetáculo ao vivo define as qualidade reconhecidas pelas gravadoras, onde o talento não é o único critério essencial”.

Lei de Baumol conclui que a reprodução ao infinito do espetáculo (ensaios, desgaste físico dos artistas, fadiga e também a falta de rentabilidade do ofício-cenários, salários, figurinos, além da impossibilidade de praticar uma política de preços adequada à realidade, contribui para a longo prazo o setor gerar um déficit crônico.

A fragilidade econômica do setor, alimentada pela elevação dos custos e pela quase ausência de reservas de produtividades.Essa intervenção maciça, distribuída de forma muito desigual, não é suficiente para garantir ao setor um equilíbrio financeiro duradouro.

A utilização de um mesmo ator para representar vários papeis e a reutilização de cenários ou de figurinos, a diminuição do numero de ensaios, todos esses mecanismos equivalem substituição. Assim, muitas instituições teriam reduzido as representações de obras de autores vivos de maneira a diminuir os pagamentos direitos autorais.

Entre as tendências contrarias a lei de Baumol, a alta da produtividade nos setores modernos que permite aumentar os salários proporcionalmente a melhoras das qualificações, acarreta um crescimento da procura por espetáculos, o que acaba por remediar em parte as dificuldades que engendra. Todavia, Baumol e Bowen ressaltam que esse crescimento se deve a presença de consumidores cada vez mais sagazes e exigentes e geram custos marginais superiores as receitas a tal ponto que ‘’a toda probabilidade de que numero crescente de orquestras precisem aumentar a parte relativa das subvenções’’.

‘’ O sucesso constitui uma ameaça.’’: as campanhas musicais ajudaram a construir a reputação de artistas cuja contradição se tornou inevitável. A consequência é um elemento exagerado dos caches e dos custos.

A doação pode ser interpretada como uma alta do preço pago por determinados consumidores. Com efeito, o espetáculo ao vivo caracteriza-se por custos fixos altos, uma demanda pouco extensível e custos marginais muito elevados. Assim a curva de demanda situa-se permanente abaixo do custo médio; em consequência, não existe preço de mercado que permita cobrir os custos. Somente um sistema de discriminação pelos preços, que consiste- no caso em que a disposição a pagar varia de um individuo para outro- em fazer com que paguem um preço mais alto aqueles que estão dispostos a fazê-lo, permitiria uma parte do ganho do consumir ( isto é, perda de receitas geradas pela fixação do preço em nível inferior a satisfação obtida pelo consumidor). Todavia, não é possível por em prática o sistema com essas características, porque se ignoram as predisposições das pessoas a pagar.

Em épocas de inflação o publico dendê a gastar menos com espetáculos ao vivo por causa da elevação do preço do ingresso e menos dispostos a gastar com cultura, arte e teatros.

Lavinia.vianna18@gmail.com