



Facultat de Ciències Polítiques i Sociologia

Treball de fi de grau

Títol: Els músics professionals i la taquilla inversa "Quins són els incentius que fan que la realitzin?"

Autor/a: Sergi Masana Pellejero

Tutor: Jordi Tena-Sánchez

Data: 30/09/2020

Grau en: Sociologia

Índex

1. Introducció	Pàg. 2
2. Marc teòric	Pàg. 4
3. Model d'anàlisi	Pàg. 10
3.1. Selecció de les persones entrevistades	Pàg. 1
3.2. Model d'entrevista	Pàg. 13
4. Resultats	Pàg. 15
4.1. Com es du a terme una taquilla inversa	Pàg. 15
4.2. Perquè el músic realitzen una taquilla inversa	Pàg. 16
4.3. Quin tipus de músic realitza una taquilla inversa	Pàg. 18
4.4. Relació amb l'organitzador	Pàg. 19
4.5. Validació de les hipòtesis	Pàg. 20
5. Conclusions	Pàg. 22
6. Bibliografia	Pàg. 23
6.1. Annex	Pàg. 25

1. Introducció:

Les experiències de paga el que vulguis o PWYW (Pay what you want), són una estratègia de venda, on els consumidors decideixen el preu del producte o del servei que se'ls està oferint, inclosa l'opció de no pagar. Aquest tipus d'experiències, suposen una alternativa al pagament a un preu fixat per el productor. Les PWYW, violen alguns supòsits de la teoria de l'elecció racional i de la teoria dels consumidors estàndards,, donat que l'opció de no pagar hauria de ser la que maximitza la seva utilitat, provocant pèrdues en els venedors, ja que els compradors optarien per endur-se els productes sense cap cost. En aquest tipus de transaccions, hi intervenen factors més enllà de l'econòmic, socials, psicològics i morals (Gerpott, 2016).

S'han fet diversos estudis des de la vessant "Per què la gent paga per productes que pot aconseguir gratis?", centrats en veure quins són els factors que han fet que hi hagi casos en els que han tingut resultats molt satisfactoris (superant la retribució que haurien pogut obtenir amb un preu fixe), com en seria l'experiència del grup Radiohead, el qual va treure l'àlbum *In Rainbows* en format PWYW a les xarxes socials, l'experiència de les obres de teatre *Si existeix encara no ho he trobat*, *Monsieur Apene quiere hacer amigos* i *Àlies Gospodin* a la sala Beckett (Tena et al., 2020). En canvi, la literatura des de la visió de la persona que planteja una activitat de paga el que vulguis és més limitada, "**Per què es proposa una activitat on la gent pot no pagar i aconseguir el producte gratuïtament?**". Per a concretar ens centrarem en l'àmbit musical, on hi ha el que s'anomena "Taquilla inversa/aportació voluntària", en el qual cadascú paga el que creu convenient per l'actuació que ha vist. Aquest mètode ha anat arrelant cada cop més i a la ciutat de Barcelona ja hi ha una considerable activitat setmanal que s'efectua d'aquesta manera a llocs com la Sala Sinestesia o La Maceta.

A través de la recopilació d'informació es pretén conèixer per a quin motiu s'ha dut a terme aquesta pràctica, com s'han realitzat aquestes PWYW i veure quines són les motivacions per part dels artistes a aquest mètode de pagament. L'anàlisi d'aquests treball és eminentment qualitatiu, a través d'entrevistes a persones que han tingut nombroses experiències en la taquilla inversa.

El punt de partida d'aquest treball és "Per què un artista es decideix a fer un concert a taquilla inversa? Quines són les seves motivacions?", com he comentat aquest és un terreny més inexplorat, pel fet en que s'ha acostumat a estudiar les motivacions del consumidor, però no s'ha abordat en profunditat, la del venedor.

2. Marc teòric

L'extensió de la taquilla inversa a Espanya, es deriva d'un context de crisi cultural, on el 2014 el Govern del PP de Rajoy va establir l'IVA cultural en un 21%, aquest fet ha tingut conseqüències en els costos de la producció d'espectacles, reduint la remuneració que poden rebre els artistes (Serra, 2016). En aquest context de precarització del sector, es produeix un augment de les PWYW en la cultura: *La taquilla inversa forma part d'aquesta precarietat o realment representa una alternativa de sostenibilitat econòmic per al músic?*

La taquilla inversa representa particularitats respecte altres tipus de PWYW, ja que enlloc de trobar una relació entre 2 actors socials venedor/comprador, trobem 3 actors socials Programador o Organitzador/ Artistes/ Públic (malgrat pugui haver-hi ocasions les qual l'artista és també l'organitzador) (Serra, 2016). Això el que provoca és un repartiment de les tasques i del benefici del venedor, cal tenir en compte doncs, com es reparteix la promoció de l'esdeveniment, i com es reparteixen els beneficis.

L'èxit de les PWYW passa per l'assistència de públic i la seva col·laboració econòmica. És per això que hem de tenir en compte els estudis realitzats des de la visió del consumidor sobre les PWYW. Sabent quines són els tipus d'experiències que poden resultar més beneficioses respecte el preu fix, podem estudiar si els músics coneixen la manera més adient per fer una taquilla inversa, i per tant si són conscients de com funciona millor la taquilla inversa i obtenir un major benefici econòmic.

Els factors que han influït al pagament en una experiència de paga el que vulguis, els podem dividir en 4 apartats:

Característiques del venedor: Segons el volum d'empresa, les PWYW funcionen millor en negocis que els consumidors perceben com a menys beneficiosos sent les més petites les que tenen avantatge en aquest tipus d'activitat. A l'àmbit de la música hi situaríem els bars i

les sales de petit format. També influeix que les empreses tinguin un contingut pro-social o ètic, com en l'experiència de Rainbows del grup Radiohead, on es donaven una part dels guanys a causes benèfiques (Gneezy et al., 2012).

Característiques del disseny de l'activitat:

El preu extern de referència, dóna una orientació sobre el preu de mercat del producte i el cost del producte, aquest factor, es correlaciona positivament amb els pagaments dels clients (Pöyri, 2015).

L'anonimat del comprador: Un estudi realitzat a la sala Beckett, mostra indicis que aquesta variable interacciona de diferent manera depenent del nombre d'audiència (malgrat no ser significativa en l'anàlisi estadístic), ja que la gent que assisteix en grups, consensuen entre ells quant pagar (Tena et al., 2020).

Els Framing effects, la manera com es presenta l'activitat pot tenir efectes en el pagament (León et al., 2012). Quan l'activitat es planteja com una lliure elecció dels individus en valorar el que creguin per una feina, es maximitzen els pagaments, i en canvi quan es planteja des d'una òptica de caritat, la gent tendeix a pagar menys. A l'hora de comunicar, cal tenir en compte a quin públic va dirigit, per triar en quins moments explicar el procés i els costos de l'experiència i perquè es realitza, des d'un llenguatge positiu i emfatitzant la capacitat de decisió dels individus (Serra, 2016)

El timing: Pagar abans o després de consumir el bé. El fet de pagar a posteriori s'ha correlacionat positivament. Aquesta variable està relacionada de manera positiva amb la satisfacció obtinguda al consumir el bé (Gerpott, 2016: 578).

Característiques del producte:

Els productes amb un valor de mercat més baix (en un context de preu fix) funcionen millor en les PWYW. Els productes més costosos, tot-hi tenir un major valor absolut en els pagaments, tenen una correlació negativa "preu/cost" (Gerpott, 2016).

En la taquilla inversa les produccions low cost (nombre de músics reduït o que siguin de la zona geogràfica), amb un públic i pressupost reduït són les que millor encaixen a fer que siguin rentables (Jet i Ribot, 2016).

Característiques del comprador:

La satisfacció, s'ha considerat un dels factors més rellevants en l'èxit de les PWYW, tendeix a correlacionar-se positivament amb el pagament (Borck et al., 2016; Gautier i Van der Klaauw, 2012; Kim et al., 2009, 2014; Riener, 2008; Schmidt et al., 2015).

El preu intern de referència, representa el record que es té del preu pagat en altres ocasions per a un producte semblant. Aquest es relaciona directament amb el que paguen els subjectes (Gerpott, 2016: 576). Quan el preu intern de referència dels compradors es profitós per al venedor, fer un PWYW es una opció a considerar (Tena, 2020).

Els que tenen una consciència marcada en el preu "*price consciousness*", solen fer pagaments inferiors. Els estudis realitzats, han denotat un "efecte crida de free-riders" (Gautier i Van der Klaaw, 2012) al ser una experiència que es pot viure sense pagar, es pot fer popular entre la gent que vol pagar el mínim i per tant no col·laborar. Aquest representa un dels riscos principals per a la taquilla inversa davant d'un preu fix des de la teoria de l'elecció racional.

La percepció de l'experiència, es basa en com es valora el tipus de pagament per part del públic *"In general, there is evidence that having to decide the price to pay may be unpleasant and require a large cognitive effort for customers"* (Schmidt et al. Pàg. 5, 2015).

En ocasions, aquest tipus de pagament pot generar molèsties, relacionades amb l'anonimat o no anominat, que genera lògiques de pressió cap al comprador, fent que l'aportació sigui més baixa.

En estudis realitzats, s'han considerat la renda, els ingressos, l'edat i el gènere, però no hi ha hagut un consens en que hi hagi una correlació clara d'aquestes variables sociodemogràfiques (Gerpott, 2016).

Des de la perspectiva del venedors, la majoria de les experiències resulten profitoses, ja que tot i poder obtenir un percentatge de guanys menors, aquest tipus de campanyes poden atraure a un nombre major de públic (ver Kim et al., 2009). En el cas concret de la taquilla inversa en un concert, un major nombre de públic, no serà més costós per a l'artista, sinó que en seria més beneficiós en intangibles com podria ser la difusió de la seva música i generant fidelitat amb el públic.

Per a alguns artistes, aquest format representa una forma de posar en valor la cultura en la construcció d'una cultura democràtica (Jet i Ribot, 2016). S'identifica com una forma de fer arribar la cultura a tothom, i repartir els costos en els tres actors que la formen, el públic, l'artista i el programador, alhora que es parla de generar interaccions socials entre aquests tres, i per tant fent que l'accés lliure no condicioni els ingressos que pugui tenir l'artista (Serra, 2016).

A l'hora de repartir el recaptat, entre el músic el gerent, cal que es fixi un mínim i un màxim que vol cobrar l'artista, i acordar uns trams entre els quals es reparteixen els riscos de diferents maneres:

El públic posa	El programador	L'artista	Té més risc...
de 0 a 150	Posa 250	Rep 250+TI	Programador
de 150 a 250	Posa entre 250 i 150	Rep 400	Programador>artista
de 250 a 400	Posa entre 150 i 0	Rep 400	Artista>programador
de 400 a 500	No posa ni rep	Rep entre 400 i 500 (TI)	Artista
de 500 a 600	Rep el 30% de TI500.	Rep TI + el 70% de TI - 500.	Programador>artista
600<	Rep el 50% de TI500.	Rep TI + el 50% de TI - 500.	Artista>programador

(Jet i Ribot. Pàg. 12, 2016)

A través d'aquest sistema de repartiment dels riscos, els actors tenen més incentius a col·laborar en la promoció, pel fet que si la recaptació augmenta, es redueixen els costos dels dos actors.

La taquilla inversa, pot donar lloc a la venda d'un producte que no és el propi concert, propiciant que el seu públic afí pugui acostar-se a una situació favorable per a comprar productes que no estan vinculats directament a la PWYW (discos o promocionar futures actuacions). Aquesta idea d'oferir un producte exclusiu, pot produir un augment de públic.

La relació entre l'esfera cultural i l'econòmica, sovint a portat a debats, partint de si s'estant duent a terme contraposicions entre la integritat individual del creador i les lògiques d'estandarització del mercat, posant la rendibilitat del producte per davant de la voluntat de l'artista (Oliveras, 2018). En aquest aspecte la taquilla inversa dóna la oportunitat d'oferir continguts, que si no fos per aquest tipus de format no podrien ser viables, per l'absència

d'algú que vulgui assumir el risc de contractar-los, en aquest punt la taquilla inversa genera una oportunitat de poder oferir productes, que no han tingut mitjà per mercantilitzar-se.

La taquilla inversa fa que tothom pugui assistir a l'activitat, dota d'accés a la cultura al conjunt de la població, alhora que pot promoure un augment del públic. Genera un altre tipus de relació que transcendeix venedor/comprador, ja que estableix un compromís mutu entre el músic i el públic, creant una idea de cultura com a bé comú, en la qual, es passa d'una relació de consum estàndard a una forma de cooperació/solidaritat (Oliveras, 2018). Per tant el format té l'al·licient de canviar el paper del públic, essent partícip dels codis de creació cultural, i un feedback a través de la seva satisfacció (relacionada amb l'aportació de cadascú). Això pot beneficiar a mitjà/llarg termini, reforçant la solidesa del projecte artístic, i contribuint a generar una consciència de que la cultura és lliure, però no gratuïta (Serra, 2016).

En moltes ocasions sorprèn que taquilla inversa es realitzi malgrat les crítiques rebudes per alguns artistes, ja que pot representar unes lògiques que defensen la precarietat, es treballa sense estar donat d'alta a la seguretat social i sense saber el que cobrarà. *“Sobre el treball en cultura, sovint es diu que és un treball lúdic, que treballem en el que ens agrada, i això serveix d'excusa per a justificar tant l'autoexplotació com l'explotació per part de tercers”* (Generalitat de Catalunya, pàg. 117, 2018). Depenent de com es reparteixi el risc econòmic, el format du a que el músic prengui més riscos dels que prendria amb un catxet fixe.

El que pot anar amagat darrere les lògiques de la taquilla inversa, on s'exposa la visió de l'art que el músic ha volgut mostrar, és que si no ho fa en aquest format no ho pot fer en cap, ja que ningú vol arriscar per a la seva proposta, això que els músics que no arriben al gran públic, siguin els que s'estableixen en aquesta modalitat de concerts. Aleshores, la taquilla inversa es torna en una forma de resiliència per a poder donar viabilitat al projecte artístic.

3. Model d'anàlisi

En els termes inicials de la recerca, aquest treball es plantejava com una mirada de les PWYW des de la perspectiva dels venedors en la taquilla inversa, tenint en compte que d'una banda hi ha els músics i de l'altre la persona o persones que gestionen l'espai on es realitza aquesta, ja sigui una sala de concerts, un bar o d'altres. La dificultat per a trobar persones que organitzessin aquest tipus d'activitats, ha provocat que m'hagi centrat en "*Per què el músic realitza una taquilla inversa? Quines motivacions té?*". És en aquest punt, on veiem els casos que són potencialment de més profit econòmic d'una taquilla inversa respecte un preu fix: Espectacles de baix cost, un espai d'aforament reduït, un tracte per a que el programador assumeixi part del risc, aprofitar per promocionar un altre show o vendre un disc...). En aquest context de dos actors socials ocupant la figura del venedor, cal preguntar-nos si l'organitzador i el músic no tenen interessos oposats, ja que, el primer pot vendre altres productes a una barra, i els diners que s'inverteixin en la taquilla inversa són diners que poden no anar a la barra i viceversa. Això pot dur a que la persona que gestiona l'espai no faci l'èmfasi que hauria de fer per a que hi hagi la màxima aportació del públic a la taquilla inversa, sinó que la gent consumeixi a la barra.

La taquilla inversa pot ser un viu reflex de la precarietat del sector, cal tenir molt en compte que molts músics que segueixen en actiu van viure un model molt diferent i menys precari que l'actual, on se'ls hi pagava un catxet o es donava d'alta a la seguretat social. Es per això que també es posarà el focus, en si l'edat de l'artista, pot ser un condicionant per a realitzar un concert a taquilla inversa.

A partir del model d'anàlisi, s'han plantejat les següents hipòtesis:

H1: Hi ha un tipus ideal de músic que té més predisposició a fer taquilla inversa: “*El músic jove que presenta un projecte nou que no té èxit comercial*”. Aquest la realitza perquè la seva prioritat, es tocar en públic més que el benefici econòmic.

H2: L'edat del músic, té una correlació negativa amb la taquilla inversa. Ja que a més edat més necessitat d'estabilitat econòmica.

H3: Per una part important dels músics que realitzen la taquilla inversa, la seva prioritat no és el benefici econòmic directe, sinó la promoció d'un futur projecte.

Per a les nostres hipòtesis, s'han realitzat entrevistes a músics professionals que han tingut experiències relacionades amb la taquilla inversa, i posteriorment s'han analitzat els seus resultats.

3. 1. Selecció de les persones entrevistades

L'entrevistada nº1 és una dona de 39 anys, Saxofonista professional Argentina resident a Barcelona, coordina la Jam Session de Jazz de la sala Sinestesia des del 2017, així com altres concerts a la ciutat i a la pròpia sala. Ha estat seleccionada perquè té molta activitat en termes de concerts a la ciutat de Barcelona, duent a terme un concert a taquilla inversa cada setmana.

L'entrevistada nº2 és una dona de 32 anys, Trompetista professional de Mallorca, resident a Barcelona, ha realitzat concerts amb Big Band's de Jazz, grups de versions i grups de temes propis de mestissatge. Ha estat seleccionada per la multitud de projectes diversos en els quals ha participat, essent útil per a veure si el tipus de projecte musical interactua amb el fet de realitzar una taquilla inversa.

L'entrevistat nº3 és un home de 29 anys, Baixista professional de Súria al Bages, ha realitzat nombrosos concerts amb un grup de Versions, també amb grups de música tradicional, cobles, així com formacions de Rock, Jazz i Música Cubana i amb experiència docent. Ha estat seleccionat, pel fet que ha realitzat taquilles inverses en etapes en les quals es dedicava professionalment a la música i en les que era Amateur.

L'entrevistat nº4 és un home de 29 anys, Bateria professional de Vilanova i la Geltrú al Garraf, actualment estudia un Màster de música Llatina Rotterdam, i a realitzat concerts a nivell internacional amb diferents bandes. Ha estat seleccionat, per la varietat de projectes que ha participat en tot tipus de taquilles.

L'entrevistat nº5 és un home de 51 anys, Guitarrista professional de Ribes de Freser al Ripollès, ha treballat de músic des de jove, i ha realitzat concerts amb grups de diferents estils de música i formats de taquilla, així com una carrera docent àmplia. Ha estat seleccionat, principalment per a comprovar com influeix l'edat al tipus de taquilla que realitzen els músics.

3.2. Model d'entrevista

Presentació, moltes gràcies per haver accedit a atendre'm, aquesta entrevista es realitza amb un objectiu acadèmic, com a part del meu treball final de grau de sociologia: *Quines són les motivacions dels músics alhora de realitzar un concert en el format de taquilla inversa*. Recordar que en l'elaboració del treball es mantindrà l'anonimat de les persones que hi han participat.

1. M'agradaria que en primer lloc, fessis una breu presentació, edat, la teva formació i la teva experiència com a músic a nivell general (Estils, grups propis, sideman...)
2. Quan vas sentir a parlar per primera vegada dels concerts a taquilla inversa?
3. Quines experiències has tingut vinculades a la taquilla inversa? Han estat beneficioses?
4. Per què un músic es decideix a fer un concert en el format de taquilla inversa? Quines motivacions té? Hi ha algun tipus d'al·licient diferent respecte un concert amb una entrada fixe?
5. Aquest tipus de concerts estan més relacionats amb un tipus de músic? (Professionals, estudiants, músic amateur)
6. Aquest tipus de format pertany a una generació de músics més joves, o el realitzen músics de diferents edats?
7. Quines característiques ha de tenir un concert a taquilla inversa per a sortir rentable? Com s'hauria de realitzar?
8. Amb quin tipus de grups has realitzat concerts a taquilla inversa (estil musical, nº de músics, temes propis...)

9. Si el concert no surt rentable a nivell econòmic, quin tipus d'interès té el músic per a tocar allà (beneficis indirectes: promoció disc, rodatge show nou, fidelitzar públic...)

A l'hora de realitzar una taquilla inversa, tenim d'una banda el programador de l'esdeveniment, el músic i també el públic

10. Creus que la taquilla inversa pot establir una situació de relació amb el públic diferent a la que podria produir-se amb un concert a una entrada fixe, o amb un catxet? (pot provocar un augment d'afluència?)

11. Quin benefici treu l'organitzador d'un concert a taquilla inversa respecte a un altre tipus de format?

12. T'has trobat en que en la realització d'un concert a taquilla inversa els organitzadors i els músics tinguessin interessos oposats (per a obtenir més beneficis, exemplificar si cal)?

13. La taquilla inversa part de la solució de la precarietat que viuen els músics a l'Estat Espanyol?

14. Aquest tipus de format pertany a una generació de músics més joves, o el realitzen músics de diferents edats?

T'agradaria afegir algun comentari més?

Moltes gràcies pel teu temps.

4. Resultats

4.1. Com es du a terme una taquilla inversa

Hem pogut observar, com els concerts en el format de taquilla inversa tenen una particularitat que els fa diferents d'altres PWYW, la presència de tres actors socials Gerent/Músic/Públic (Serra, 2016). La presència d'un gerent i de l'artista porta a un repartiment de les tasques associades a la figura del "venedor". Per a la majoria dels músics entrevistats la taquilla inversa representa una càrrega extra de treball respecte altres tipus d'experiència. Entrevistada n°2: *"El músic cada vegada ha de fer més coses, no basta amb que faci la música, vagi i toqui, saps?, s'ha de vendre, ha de cercar els concerts, s'ha de promocionar, escriure la música, trobar lloc per assajar, en canvi amb un gran grup vas allà, toques i te'n vas."* En el cas de l'entrevistada n°1, es parla que es que no es a excepcional el fet d'haver de fer promoció, i portar a la pròpia xarxa de coneguts, això ens pot indicar, que el fet d'haver realitzat taquilles inverses setmanalment, ha normalitzat aquest fet, que per a músics que solen cobrar un catxet fixe no ho és.

La manera en la qual es realitza la taquilla inversa, té clars signes de desorganització i d'informalitat, aquests podrien desafavorir el que es recapta. S'han observat els següents exemples: Deixar una funda d'instrument per als diners, no anunciar el nom dels artistes que venen, que la responsabilitat de la promoció recaigui en l'artista: que no hi hagi un control clar ni de l'accés ni del lloc on es dipositen els diners de la taquilla o el fet de contractar un grup de 15 músics per a fer una taquilla inversa, aquestes lògiques, porten a veure la taquilla inversa no com una alternativa laboral per al músic, sinó una forma de precarietat per al músic.

Pel que fa al repartiment de la recaptació, hem pogut veure com la fórmula que realitzen molts es que la part contractant assegurí un catxet mínim, de manera que es comparteix una

part dels riscos entre els músic i la sala, aquest model està exemplificat al marc teòric (Jet i Ribot, 2016). L'altre que més s'ha repetit en els músics professionals es que la recaptació de la taquilla inversa sigui íntegrament per als músics, assumint ells el risc que l'activitat pugui anar malament. A mode d'anècdota un dels entrevistats ha comentat una ocasió en la qual, els músics tenien un catxet i la taquilla inversa era per a la sala, en aquest model, s'estaria assumint el risc de l'activitat per part de la pròpia sala.

4.2. Perquè el músic realitza una taquilla inversa

En la majoria de casos, hem comprovat com el fet de realitzar una taquilla inversa, va en el sentit de poder tocar, que en triar l'opció de taquilla més beneficiosa per al músic (amb excepcions com les que comenta l'entrevistat nº4). Els músics no escullen fer una taquilla inversa o un altre format, trien entre fer-la o no treballar, per tant la principal motivació que tenen es la de poder tocar en públic, fer la seva feina. Entrevistat nº5: *“La gent ho fa perquè vol tocar, i posa sobre la graella la seva dignitat professional pel fet de tocar, com està la cosa avui dia, t'agafes a un ferro roent, per quedar-me a casa me'n vaig a tocar”*.

En alguns casos, els artistes veuen en la taquilla inversa una oportunitat per poder promocionar els seus projectes (promoció d'un nou disc o espectacle), en el cas que el lloc on es realitza el concert, sigui un referent del circuit on volen tocar de manera habitual.

Entrevistada nº2: *“Jo crec que està molt bé lo de sa taquilla inversa per si tens un projecte i si necessites fer un tour, una gira, per a rodar allò, perquè acabes de treure un disco o perquè l'has de gravar en breus, està molt bé per rodar per sales, tens un espai, no es lo mateix un assaig que un concert, enlloc de fer un concert a una sala amb una entrada a preu fixe, si tens la oportunitat de fer-ne dos encara que sigui a taquilla inversa, jo preferesc fer-ne dos(...) per l'experiència sobre l'escenari. “*

Un dels aspectes que s'havien considerat com a rellevants al marc teòric, era que els artistes donessin importància a que amb la taquilla inversa el públic pot accedir lliurement a la cultura (Serra, 2016), en aquest aspecte cap dels entrevistats ho ha considerat un motiu per a realitzar un concert en aquest format. Tampoc han considerat que el format PWYW, sigui una motivació pel fet de crear una relació més propera i de cooperació amb el públic (Oliveras, 2018), els músics consideren més rellevant, poder tenir una bona remuneració, i altres atribueixen aquest fet a la dimensió del lloc on es fa l'actuació, tenint en compte que aquest tipus de PWYW es fa habitualment en formats reduïts.

La taquilla inversa no ha estat considerada per a ningú, com una alternativa a nivell laboral, amb la qual poder viure, això parteix del fet que es treballa sense cotitzar, alhora que no saber el que es guanyarà, no dota de possibilitats d'estabilitat econòmica.

Entrevistada nº1: *“La verdad es que ningún trabajo de más, bueno, cuando te pagan un fijo ya tienes asegurado algo en el caso de la taquilla inversa no... Pero siempre se saca algo como para solventar los gastos ¿no? De transporte al menos, si quieres comer algo o si tienes hambre, un bocata, algo muy simple.”*

Entrevistada nº2: *“Hi hauria d'haver una normativa sobre com fer-ho, tenir un sou base, 50 per músic i després la taquilla inversa. Lo que feia jo allà a es carrer, però que això estigui regulat, per poder cobrir el transport, els assajos, les partitures, el sopar. Mos haurien de donar d'alta, igual que es fa amb tothom que dona una feina digne.”*

Entrevistat nº3: *“Les condicions són bastant precàries pel que fa a la contractació i ens veiem obligats a acceptar unes condicions que no crec que siguin les òptimes, perquè que tu vagis a fer una feina o una actuació sense saber el que vas a cobrar o sense pactar un mínim, suposo que tothom se'n pot donar compte que les condicions no són les òptimes.”*

Entrevistat nº4: *“No hauria d’existir la taquilla inversa sense mínim, es un robo, es deixar-te enganyar. No es taquilla inversa! Volen dir-li taquilla inversa però no ho és. (...) Es una manera d’ajudar gratuïtament. Les sales han vist un filon que flipes amb això.”*

Entrevistat nº5: *“La gent fa taquilla inversa perquè no hi ha més tu tia, perquè el propietari del bar et diu, o ho agafes o ho deixes, crec que bàsicament és això(...). A mi si em diuen, tens 2 bolos en un dia, en un et pagarem el que et pertoca i en l’altre bolo serà a taquilla inversa, me’n aniré al que em pagui el que hem demanat.”*

Més enllà de la percepció, que tenen sobre aquest tipus de taquilla, veiem que tret d’excepcions (veure entrevistat nº4), els músics prefereixen un catxet fixe, o una entrada fixe, amb l’al·licient que aquests dos models doten d’una seguretat, en tant ja saben la remuneració que tindran abans d’actuar.

4.3. Quin tipus de músic realitza una taquilla inversa

Abans de realitzar les entrevistes, havíem construït un tipus ideal de músic que realitza taquilla inversa: *“El músic jove que presenta un projecte nou que no té èxit comercial”.*

A través de les entrevistes, s’ha pogut comprovar que aquest format de pagament, no és exclusiu de cap estil , ja que hi han participat, des de grups de versions de Rock, fins a Big band’s de Jazz, passant per formacions de pop i de reggae. En aquesta línia, podem dir que si que s’ha considerat rellevant per a alguns dels entrevistats, el fet que sigui un projecte que presenta un disc o un espectacle nou, així com que no hagi actuat en aquella zona. En aquests casos més que el benefici econòmic, l’important es la promoció per a un futur.

Pel que fa a l’edat, considerem la reflexió d’un dels entrevistats, Entrevistat nº4: *“Hi ha músics joves que ja han crescut amb això, i el que per nosaltres ha estat una cosa de fa 5 anys hi ha músics que ara ja es una cosa habitual a la seva vida, que nosaltres ha canviat, que si això va aparèixer fa 5 anys, pels músics que tenien 19 anys ja es el seu dia a dia.*

També quan ets jove, a vegades toca fer-ho gratis, quan comences tothom ha passat per això, és el que hi ha, si et diuen que en comptes de tocar gratis potser t'enduràs 50 euros a sobre els hi fas tota la feina, si cobres fas promoció.”

La taquilla inversa no és només un model per a gent que comença, cal tenir en compte que això es desmenteix en el fet que tots els entrevistats són professionals, i tots ells han tocat en aquest format, així com l'entrevistada n°1 en fa de manera setmanal.

Tres dels entrevistats emfatitzen que la manca d'educació del públic, porta a no saber diferenciar un producte amateur d'un de professional i que no hi ha diferència entre els circuits amateurs i professionals. Entrevistat n°4: *“No es diferencia entre circuits, no hi ha una diferència entre el músic professional, el semiprofessional o l'amateur, i la gent no sap o vull creure que es fa el tonto i no sap diferenciar la qualitat (el públic) i les sales no ho volen saber, i acaben baixant els preus de tothom”*. En aquest sentit les lògiques que podria seguir algú que comença o que té un projecte nou, acaben afectant a les condicions laborals del conjunt dels músics. Per tant la taquilla inversa, ha passat a estar generalitzada per al conjunt dels músics que viuen de realitzar concerts en petit format, que en viuen parcialment, o que simplement tenen un projecte que consideren emergent.

4.4. Relació amb l'organitzador

Els negocis que treballen en aquest format, acostumen a ser bars i sales de concerts. Aquest tipus de PWYW es realitzen perquè els gerents no volen o no poden pagar el Catxet que tocaria cobrar als artistes que vénen. D'aquesta manera, es reparteix el risc que l'activitat pugui no ser beneficiosa. En aquest sentit tres dels entrevistats, han assenyalat com la taquilla inversa els posa en una situació de vulnerabilitat laboral, mentre un altre, creu que compartir els riscos amb l'organitzador, o assumir-los en el seu conjunt, pot arribar a ser beneficiós. Com ja s'ha comentat, en aquest tipus de PWYW, al músic li correspon una

càrrega més gran de treball que en una altre (ho consideren així 4 dels 5 entrevistats), això és degut a que en el músic recau la responsabilitat de que vingui el màxim de públic possible. Durant les entrevistes, s'ha anat descartant la possibilitat que els músics i el gerent tinguessin interessos oposats, basats en que el que obté la taquilla inversa, podria no obtenir-se a la barra consumint begudes, en aquest caldria veure si com succeeix amb la recaptació de la taquilla inversa, podrien tenir una relació amb la satisfacció respecte a l'actuació, i que aquesta faci que la gent consumeixi més.

4.5. Validació de les hipòtesis

H1: Hi ha un tipus ideal de músic que té més predisposició a fer taquilla inversa: “*El músic jove que presenta un projecte nou que no té èxit comercial*”. Aquest la realitza perquè la seva prioritat, es tocar en públic més que el benefici econòmic.

H2: L'edat del músic, té una correlació negativa amb la taquilla inversa. Ja que a més edat més necessitat d'estabilitat econòmica.

H3: Per una part important dels músics que realitzen la taquilla inversa, la seva prioritat no és el benefici econòmic directe, sinó la promoció d'un futur projecte.

Pel que fa a la **Hipòtesis 1**, no s'ha confirmat, i amb la següent tipologia: “*Els músics que han vist des dels seus inicis la taquilla inversa, la veuen com a quelcom habitual i acceptable, a mesura que avancem generacionalment, el fet de realitzar concerts a taquilla inversa, depèn de la necessitat econòmica, i de la novetat del projecte que es vol mostrar*”.

Això ens mostra que hem de reconsiderar aspectes de la **Hipòtesis 2**, cal matisar que els joves hagin vist aquest model des de la seva entrada al mercat, pot generar una sensació de normalitat en les condicions laborals que es viuen. I que la necessitat econòmica dels adults, també pot ser un factor per acceptar unes condicions que no tria el músic.

Pel que fa a la **hipòtesis 3**, no la podem validar, ja que veiem que en primer lloc hi entren mecanismes de coerció, basats en que la finalitat del músic es tocar en públic , és només en alguns casos que el propi músic ho veu com una oportunitat de promoció.

5. Conclusions

Per als músics professionals, hi ha dues finalitats que regeixen les seves accions, mostrar el seu treball en públic, i poder obtenir un benefici econòmic que els permeti viure i poder seguir fent música, amb aquests objectius, els artistes busquen concerts, prioritzant complir-los els dos. La taquilla inversa representa una elecció racional que clarament possibilita la primera, el músic o l'agrupació troba un lloc on actuar, ja sigui un bar o una sala on poder tocar per als demés, ara bé, ha quedat demostrat que en moltes ocasions, no dota del benefici econòmic suficient per poder seguir exercint el seu treball (es treballa sense estar donat d'alta a la seguretat social, no se sap que es cobrarà, en molts casos no hi ha un catxet mínim), i per tant es realitza per una coerció social per part del gerent *"si no toques tu ja ho farà un altre"*, per a qui no fa concerts per al gran públic, la primera finalitat fa que es treballi en unes condicions laborals precàries, i que es prenguin camins que a la llarga no són sostenibles econòmicament. En aquest aspecte, una forma de consum com la taquilla inversa, que té un lliure accés amb un pagament del producte a elecció del públic, porta a unes relacions de producció, en les que el músic assumeix un risc econòmic que en altres formats no assumia, ja sigui en una part (taquilla inversa amb un mínim), o en la seva totalitat (taquilla inversa sense mínim). Caldria veure si en la reiteració d'aquest tipus de concerts en el temps, la taquilla inversa acaba per trencar les lògiques de l'elecció racional, ja que pot fer que no sigui l'opció que més beneficia una de les finalitats dels músics professionals, poder-se mantenir econòmicament a través de les seves actuacions.

6. Bibliografia:

- Estat de la cultura i de les arts 06_18 (2018). Generalitat de Catalunya. Disponible a:

<<https://conca.gencat.cat/web/.content/arxius/publicacions/informe_anual_2018/INFORME_2018-CAT-web.pdf>>

- Gautier PA and Van der Klaauw B (2012) Selection in a field experiment with voluntary participation. *Journal of Applied Econometrics* 27 (1): 63-84.

- Gerpott TJ (2016) A review of the empirical literature on Pay-What-You-Want price setting. *Management & Marketing* 11 (4): 566-596.

- Gneezy A, Gneezy U, Nelson LD and Brown A (2010) Shared social responsibility. *Science* 329: 325-327.

- Gneezy A, Gneezy U, Riener G and Nelson L (2012) Pay what you want, identity and self-signalling in markets. *Proceedings of the National Academy of Sciences* 109 (19): 7236-7240.

- León FJ, Noguera JA and Tena-Sánchez J (2012) How much would you like to pay? *Social Science Information* 51 (3): 389-417.

- Manual taquilla inversa (2016). Jo Jet i Maria Ribot. Disponible a:

<<<https://www.jojetimariaribot.cat/wp-content/uploads/2016/11/manualtaquillainversajojetimariaribot.pdf>>>

- Pöyry E (2015) Pay-what-you-want pricing research: Review and propositions. In: Ahearne M and Hughes DE (eds): *2015 AMA Marketing Summer Educators' Conference "Improving Business Practice Through Marketing Insight"*, August 14- 16, Chicago, 26: L-23-L-31.
- Schmidt KM, Spann M and Zeithammer R (2015) Pay what you want as a marketing strategy in monopolistic and competitive markets. *Management Science* 61: 1217-1236.
- Tena-Sánchez, J., León-Medina, F. J., & Noguera, J. A. (2020) Empathic Cultural Consumers: Pay What You Want in The Theater. *Journal of Consumer Affairs*.
- Una altra economia per a la cultura (2018). Jordi Oliveras. Nativa. Disponible a:
<<<https://nativa.cat/2018/11/una-altra-economia-per-a-la-cultura/> >>
- Serra JM. (2016) Taquilla inversa. Precarietat o apoderament. El manual de la taquilla inversa.

6.1. Annex

Anàlisi entrevista 1:

L'entrevista va ser realitzada el 3 de maig del 2020 telemàticament per Skype, per mitjà de la transcripció d'aquesta s'han utilitzat fragments considerats rellevants per a les preguntes de la recerca.

Com es duen a terme les taquilles inverses que ha realitzat:

Com s'explica la PWYW (Framing effects)	<i>“Presentamos a los músicos, tocamos los primeros 3 temas a modo de miniconcierto y ahí yo siempre intento comentarle al público que vamos a taquilla inversa, no cobramos entrada, y que por favor consideren dejar una donación que va al 100% para los músicos”</i>
Es paga abans o després del concert?	Després del concert
Es una oferta temporal o perdura en el temps?	És una oferta que es du a terme des del 04/03/2017, intercalant-se amb altres activitats a preu fix
Es dóna un preu extern de referència?	<i>“La idea es siempre sugerir un precio, en este caso sugeríamos mínimo 5 euros si les ha gustado”</i>
Es una activitat amb un caràcter	No

pro-social?	
Model de negoci	Sala de concerts petita, gestionada per una sola persona.
L'experiència està prèviament anunciada?	Sí, es fan tant cartells individuals del concerts com un general de les activitats mensuals. També es difon via Whatsapp en el cercle més proper a la sala.
Es ven un producte complementari a l'activitat?	En el seu cas no, tot i que en altres activitats a la sala sí
Es paga de manera anònima?	Una caixa a la barra, on hom aporta quan vol.
Com es reparteix l'ingrès	<i>“Si hay mucho ingreso no se reparte con la sala, y a veces si hay poco ingreso si que ella nos da algo, lo que pueda, lo que tenga, eso depende también de los músicos que toquemos yo por ejemplo siempre me he negado a recibir dinero de ella si ella tampoco ganó dinero, nada, básicamente, un juego limpio.”</i>
Recaptació habitual per músic	<i>“10 a 15 euros por noche. Yo diría que sí, poner una entrada o depende del tipo de público que tengas también, yo creo que cada uno debe conocer el público y también la... el público que tenga el lugar que lleva, hay lugares donde no tienen un público fijo, y otros que sí, entonces esa gente igual se va a tomar algo, ven una banda en directo y bueno deja algo, o si puedes llevar a tu propio público, amigos, familiares, conocidos, y que dejen algo, aunque sean 5 euros”</i>

<p>Tasques a realitzar</p>	<p><i>“Es entendible que si la sala te está poniendo instrumentos, sonido, te da tragos gratis, también quiere que el grupo se lleve gente a que consuma al lugar, en el caso de Sinestesia eso es clave que todos los grupos que vayan ahí se lleven su gente para que consuma”</i></p> <p><i>“”La verdad es que ningún trabajo de más, bueno, cuando te pagan un fijo ya tienes asegurado algo en el caso de la taquilla inversa no... Pero siempre se saca algo como para solventar los gastos ¿no? De transporte al menos, si quieres comer algo o si tienes hambre, un bocata, algo muy simple, esto está cubierto siempre, o sea que, la verdad es que ningún gasto y tampoco gasto de energía ni de tiempo, la verdad es que es bastante fácil hacerlo.”</i></p>
----------------------------	---

Moti us per als quals es realitza la taquilla inversa:

<p>Elecció pròpia o de l'organitzador</p>	<p><i>“En este caso la verdad es que ella nos deja elegir si queremos cobrar o hacer taquilla inversa y nosotros le dijimos hacer taquilla inversa, o sea que fue nuestra decisión, no la de la dueña del bar en este caso.”</i></p> <p><i>“se publica una entrada tal concierto vale 10 euros, al final de la noche uno de los músicos tiene que obligatoriamente facturar por ese dinero, se que no todos los bares de Barcelona lo hacen, pero justo en el que estoy tiene mucha presión de ese tipo, o sea que si o si lo tenemos que hacer así, para que no tenga una multa en el futuro.”</i></p> <p>L'entrevistada relata com el local ha rebut multes de la guàrdia urbana per realitzar concerts cobrant entrada i no donar d'alta els músics, si es fa taquilla inversa no li reclamen que aquests estiguin donats d'alta.</p>
<p>Relació músic/públic</p>	
<p>Tenir un espai on poder tocar aquella música</p>	<p><i>“Básicamente en nuestro caso lo seguimos haciendo por mantener el espacio... Y mantener que nos han cedido, y manetener este tipo de música en un día fijo y que sea un referente, todos los domingos tenemos esta</i></p>

	<p><i>banda que toca este tipo de Música y está abierto para otros músicos que pueden venir a tocar, básicamente por eso, eso es un gran beneficio igual para nosotros, tenemos un lugar donde practicamos nuestros temas ensayamos, estamos activos, otra gente nos conoce, nos llaman a tocar a conciertos, pagos, o sea es nuestra carta de presentación en un punto.”. El format de Jam session, un concert d’obertura de 4 o 5 cançons, els hi permet poder experimentar amb repertori nou, el qual els hi serveix com a prova per a altres actuacions.</i></p>
Promocionar un producte que no és el propi concert	<p><i>“Cuando se presenta un disco de una banda y ya sin importar la formación ni el estilo, que se puede por ejemplo también vender discos y se invita todo el mundo a una presentación de algo muy específico y muy especial para la banda ¿No? La influencia del público, hay una interés por otra cosa, no por algo x, sino por algo muy, muy puntual.”</i></p>
Poder tenir més públic	<p><i>“Los domingos al menos que es el día que yo estoy fijo, se va viendo las caras que vuelven y gente que está todos los domingos sobretodo músicos que van a tocar porque les gusta la onda, les gusta como... el trato, la música que sucede allí, sí, de a poco se va formando una especie de familia, de gente que... nos vemos todos los domingos es como nuestro día de encuentro.”</i></p>
Fer que l’art pugui arribar al conjunt de la societat	
És una alternativa a nivell laboral	
Pwyw o altres formats	<p><i>“En mi caso no, en mi caso estoy a favor de una entrada fija aunque sea bajita.”</i></p>

Benefici econòmic	
-------------------	--

Quin tipus de música la realitza

Estil	<i>“lo que mejor funciona son bandas de música más Pop, sería Reggae, o Funk o Rock, en bares donde también sirvan comida, algo para picar, a la gente que le gusta estar “Vermuteando” o comiendo algo, no necesariamente en un bar de cócteles por ejemplo... Y bueno a Dúo o a Trío, esa es la idea. “Hi ha vist grups de diferents estils.</i>
Amateur/Professional	
Edat	

Organitzador

Interessos oposats	<p><i>“la dueña, si es que los conciertos no van a taquilla inversa y se cobra una entrada, ella deja el 100% de las entradas totalmente disponible para los músicos, no toma un porcentaje, así que eso me parece una situación sumamente justa para los músicos, y es por eso que me gusta tanto disponer de este espacio y es por eso que prendo aprecio y estoy feliz de tocar allí y quiero mantener mis proyectos.” Sobre la sala Sinestesia on actua setmanalment.</i></p> <p><i>“No necesariamente, y es entendible que si la sala te está poniendo instrumentos, sonido, te da tragos gratis, también quiere que el grupo se lleve gente a que consuma al lugar, en el caso de Sinestesia eso es clave que todos los grupos que vayan ahí se lleven su gente para que consuma,</i></p>
--------------------	---

	<i>porque es la única ganancia que tiene”</i>
Benefici	<i>“El beneficio ninguno, en este caso, yo conozco de Jolanda, que ella no da... no saca, perdón, porcentaje de esta taquilla tal vez otra gente si saca porcentaje de esa taquilla, i ahí bueno... Creo que en ninguno de los lugares que he tocado, en otro bar sacaban 20% de esa taquilla, pero claro, nos habían dado sonido, nos daban tragos gratis, más que eso no creo que haya otro beneficio.”</i>
Repartiment de tasques	La gerent de la sala i els músics promocionen el concert via xarxes socials, amb un cartell fet per la primera, els músics anuncien l'activitat, i la gerent recapta el que cobraran amb una caixa que està a la barra.

Anàlisi entrevista 2:

L'entrevista va ser realitzada presencialment al seu domicili de Barcelona

Com es duen a terme les taquilles inverses que ha realitzat

Com s'explica la PWYW (Framing effects)	<i>“No fèiem res, a vegades teníem el meu estoig de trompeta, o una bosseta allà, i sempre posàvem algo de diners nosaltres per a que no es veiés buit, ja que sinó fa més cosa, tothom veia si n'hi havia o no n'hi havia”</i>
Es paga abans o després del concert?	Durant l'activitat

Es una oferta temporal o perdura en el temps?	Eren concerts puntuals per als que el havien contractat
Es dóna un preu extern de referència?	
Es una activitat amb un caràcter pro-social?	No
Model de negoci	<i>“ A Mallorca a l'estiu, al meu poble (Artà), hi ha com un carrer que a l'estiu està molt transitat per turistes i tots es comerciants s'han ajuntat per cada dissabte dur música al carrer, un grupet petit, de 2 o 3 músics màxim crec, jo sempre que hi he anat ha estat a duo amb un guitarrista”</i>
L'experiència està prèviament anunciada?	<i>“L'activitat l'anunciaven a una pàgina de facebook, a lo millor no deien ni qui era que actuava, dissabte música al carrer. En realitat la gent no anava a escoltar música, la gent s'ho trobava.”</i>
Es ven un producte complementari a l'activitat?	No
Es paga de manera anònima?	No ho recorda
Com es reparteix	<i>“Aquesta associació de comerços s'ajunten i donen 50 euros per músic, i a</i>

l'ingrès	<i>part tenim un pot per a que la gent pugui aportar, partim des d'un sou base, per no anar allà amb ses mans buides."</i>
Recaptació habitual per músic	<i>"En total cadascú s'endua entre 60 o 100 euros. També s'ha de dir que eren 2 hores i podiem descansar quan volíem, de 12 a 14h."</i>
Tasques a realitzar	<i>"Jo crec que sa majoria de sales, sempre donen molta responsabilitat de que la sala s'ompli al músic, la sala fa un cartell com a molt o ni això, i li donen la responsabilitat al músic."</i>

Motius per als quals es realitza la taquilla inversa:

Elecció pròpia o de l'organitzador	De l'organitzador
Relació músic/públic	<i>"Pareix que quan vas escoltar a un grup a taquilla inversa, pareix que vas a escoltar música que no has escoltat abans i que si t'ha agradat més o menys aportes. Amb un grup comercial, pagues entrada, tenen un disco i segurament ja coneixes les cançons, sembla que ja saps un vas. No pagues 25 euros, sinó que va allà sense saber que et trobarà i aportaràs depèn del que t'hagi agradat."</i>
Tenir un espai on poder tocar aquella música	<i>"Jo crec que està molt bé lo de sa taquilla inversa per si tens un projecte i si necessites fer un tour, una gira, per a rodar allò, perquè acabes de treure un disco o perquè l'has de gravar en breus, està molt bé per rodar per sales, tens un espai, no es lo mateix un assaig que un concert, enlloc de fer un concert a una sala amb una entrada a preu fixe, si tens la oportunitat de fer-ne dos encara que sigui a taquilla inversa, jo preferesc fer-ne dos(...) per l'experiència sobre l'escenari. "</i>

<p>Promocionar un producte que no és el propi concert</p>	<p><i>“Potser utilitzen aquest espai per mostrar a més gent això, a Barcelona no hi ha tantes sales que paguin tant (...) Si és el teu primer concert per la zona hi és a taquilla inversa hauràs de promoure bastant, no vagis allà a veure si ve algú (...) Si jo ho fes i no tingués ganes de fer promoció, ho faria com un assaig obert.”</i></p> <p><i>“Són com a oportunitats per a presentar nous projectes, però que no poden viure només de taquilla inversa, però o pactes que hi hagi un sou mínim o has de fer molta promoció i convidar tots els amics que puguis(...).”</i></p>
<p>Poder tenir més públic</p>	
<p>Fer que l'art pugui arribar al conjunt de la societat</p>	
<p>És una alternativa a nivell laboral</p>	<p><i>“Per l'experiència que tinc jo de taquilla inversa està bé que partesquis des d'un mínim. Si no parteixes des d'un mínim i tot va a compte teu, jo m'ho pensaria, no se si m'hi ficaria, saps, ja que has de moure els músics, si es un projecte teu els has de pagar tu”</i></p> <p><i>“Jo crec que hauria d'haver un mínim establert per la sala, estar regularitzat, hauria d'haver un contracte, que estiguessin contractats, que mos donessin d'alta i tot això, això es com fer-ho en negre(...) Hi hauria d'haver una normativa sobre com fer-ho, tenir un sou base, 50 per músic i després la taquilla inversa. Lo que feia jo allà a es carrer, però que això estigui regulat, per poder cobrir el transport, els assajos, les partitures, el sopar. Mos haurien de donar d'alta, igual que es fa amb tothom que dóna una feina digne.”</i></p>
<p>Pwyw o altres formats</p>	

Quin tipus de músic la realitza

<p>Estil</p>	<p><i>“ Grups de temes originals, de temes propis, pensant en sales a Barcelona. Tot i que lo meu era més versions conegudes per als turistes, Standards del cançoner de Jazz”</i></p> <p><i>“ Està clar que sa música comercial no fan taquilla inversa, ja se ven per si mateixa, tene entrada fixe i fan sold out a sa majoria de llocs, potser ho fan, però... pareix que es de música original o de gent que com ença a treure un projecte (...) Si, perquè a lo millor aquesta gent que ja ven discos i ven entrades no li interessa jugar-se-la a fer-ho d'aquesta manera.”</i></p>
<p>Amateur/Professional</p>	<p><i>“ Ho fan més joves pel que ha vist. Has d'aprendre la professió, quan vas a una sala t'has encarregar de tot.”</i></p>
<p>Edat</p>	<p><i>“ Jo crec que l'accepten més els joves, crec que no fa tant que s'ha posat amb marxa, no se si fa 50 anys hi havia algo semblant, crec que això. A lo millor no depenen tant d'aquell esdeveniment, d'aquell concert, a lo millor quan ets més gran te mous per algo, si tens fills, a lo millor has mogut una tarda de classes per anar en aquell concert que no te surt ni a compte perquè has de pagar un substitut.”</i></p>

Organitzador

<p>Interessos oposats</p>	
<p>Benefici</p>	<p><i>“ Pot tenir molta varietat i pot donar a conèixer gent, donant a conèixer també la sala a més gent, compartir l'espai, a nivell econòmic no se sap el que, potser un dia tens sort i l'altre no, jo crec que hauria d'ajudar amb la</i></p>

	<i>promoció per a que es puguin fer més actes així.”</i>
Repartiment de tasques	<i>“El músic cada vegada ha de fer més coses, no basta amb que faci la música, vagi i toqui, saps?, s’ha de vendre, ha de cercar els concerts, s’ha de promocionar, escriure la música, trobar lloc per assajar, en canvi amb un gran grup vas allà, toques i te’n vas.” “o pactes que hi hagi un sou mínim o has de fer molta promoció i convidar tots els amics que pugui.”</i>

Anàlisi entrevista 3:

L’entrevista va ser realitzada telemàticament per mitjà d’Skype

Com es duen a terme les taquilles inverses que ha realitzat:

Com s’explica la PWYW (Framing effects)	<i>“Abans de començar, el cambrer o el que regentava el bar va dir, que sapigueu que aquest concert funciona tal i això... i va explicar el funcionament.”</i>
Es paga abans o després del concert?	Durant i després
Es una oferta temporal o perdura en el temps?	Es realitzava durant tot l’estiu i assistien diferents músics

Es dóna un preu extern de referència?	No
Es una activitat amb un caràcter pro-social?	No
Model de negoci	<i>Un bar</i>
L'experiència està prèviament anunciada?	Si, en un cartell on posava que era una taquilla inversa
Es ven un producte complementari a l'activitat?	No.
Es paga de manera anònima?	
Com es reparteix l'ingrès	<i>“Hi havia un lloc a l'entrada on la gent posa al quantitat que creu convenient, llavors en principi el que regenta el bar o l'organització del concert diu, doncs s'ha ingressat tanta pasta, i en principi el tracte era que ens quedàvem nosaltres la tota la pasta”</i>
Recaptació habitual per músic	<i>No recorda exactament el que van recaptar. “La taquilla inversa no es va acostar al catxet que teníem amb aquest grup, però clar, llavors també has de fer comparatives, si haguéssim posat entrada tampoc tinc clar que</i>

	<p><i>haguéssim arribat a aquest catxet, també es veritat que t'arrisques doncs a saber si vindrà gent, i el fet de cobrar el catxet que toca doncs significa que algú te l'ha de pagar, qui organitza el concert, llavors molts promotors o bars es fan enrere perquè no els hi surt a compte pagar el catxet que toca a aquests grups i que en treguin beneficis.”</i></p> <p><i>“La taquilla inversa, em costa trobar-hi el punt just, clar a vegades hi ha aquestes que t'asseguren un mínim, i llavors a veure que se'n treu de la taquilla inversa i el que es quedi, veiem, ho partim, o es parteix amb el promotor, però estic en les mateixes, això són solucions perquè arribar amb el catxet que el músic hauria de cobrar, no s'hi arriba. La taquilla inversa no es justa pels músic, i no tinc clar que hi hagi una manera que sigui més justa.”</i></p>
Tasques a realitzar	<p><i>“La pub llicitat prèvia va ser com tant els del bar, com nosaltres vam fer publicitat i el cartell ja deia que funcionava a taquilla inversa”</i></p>

Motius per als quals es realitza la taquilla inversa:

Elecció pròpia o de l'organitzador	<p><i>De l'organitzador “les condicions són bastant precàries pel que fa a la contractació i ens veiem obligats a acceptar unes condicions que no crec que siguin les òptimes, perquè que tu vagis a fer una feina o una actuació sense saber el que vas a cobrar o sense pactar un mínim, suposo que tothom se'n pot donar compte que les condicions no són les òptimes.”</i></p>
Relació músic/públic	<p><i>“Crec que el feedback que el públic pugui tenir cap a tu amb taquilla inversa o havent pagat una entrada i tenint en compte que seran espais reduïts, la variació serà molt poca o no serà. En concerts així la distància es més propera i e feedback que pots tenir amb el públic és més proper (qüestió d'espai)”</i></p>

<p>Tenir un espai on poder tocar aquella música</p>	<p><i>“Pues sincerament, penso que és perquè no hi ha cap altre sortida i perquè o sigui el músic, no es que si vegi motivat, gairebé s’hi veu obligat si vol, per si vol aconseguir tocar o fer un bolo, perquè al cap i a la fi una de les majors inquietuds que tenim que n’hi ha d’altres, es poder tocar i compartir la teva música en un espai públic”</i></p> <p><i>“Tinc la sensació que als músics a vegades ens juga a la nostre contra pensant amb les condicions que hauríem d’exigir, a vegades tenim ganes de tocar, tenim ganes de mostrar el que estem fent i aquesta situació de no tenir bolos i no poder-ho compartir, fa que baixis les pretensions pel que fa a les condicions econòmiques o tècniques”</i></p>
<p>Promocionar un producte que no és el propi concert</p>	
<p>Poder tenir més públic</p>	<p><i>“No sabria que dir-te, si que crec que pot haver-hi gent que li tiri enrere una entrada, però també a una taquilla inversa està clar que pots marxar sense pagar, però moralment i això... Es tenir una mica de desconsideració per tot plegat. Sempre entent que si fos amb entrada no seria molt car. No crec el programador es debateixi entre posem una entrada de 30 euros o fem una taquilla inversa, una entrada de 5/ 10 euros màxim o taquilla inversa.”</i></p>
<p>Fer que l’art pugui arribar al conjunt de la societat</p>	<p><i>“Estàs fent això perquè costa molt trobar bolos, si vols fer un bolo per passar el directe, potser et val més buscar una sala i portar gent allà i fer’t-ho a la teva manera, amb la taquilla inversa, t’has de mullar a nivell d’horaris i de condicions. Un bolo per rodar-ho, no veig per què ha de ser excloent de cobrar les condicions que et pertocuen, aquí hi ha un rodatge d’assajos, de composició (si són temes propis), hi ha tota una feina que s’ha de valorar i des del primer concert, si fem taquilla inversa es perquè no trobes la manera de fer un bolo amb les condicions que toquen.”</i></p>
<p>És una alternativa a</p>	<p><i>“Crec que no, no és una solució, gens ni mica, pel que et deia, ha d’estar</i></p>

nivell laboral	<i>regulat, la manera de regular-ho es que les coses estiguin clares a priori, que hi hagi una contractació, unes altes, un catxet ja establert i que això funcioni així, no crec que sigui un camí per millorar la precarietat musical que hi ha a Espanya.”</i>
Pwyw o altres formats	<i>“Com tot treballador té, un salari o un catxet i que es doni d’alta a la seguretat social, com totes les feines, si hi ha qualsevol accident o el que sigui, la part econòmica/laboral”</i>

Quin tipus de música la realitza

Estil	<p><i>“Els que jo he realitzat, era un grup de Rock i érem 5, fèiem versions, quan he tingut la experiència aquesta, ha estat 2 vegades amb el grup aquest de Rock, i una altre vegada amb un quartet de jazz que vam muntar així esporàdicament.”</i></p> <p><i>“Amb l’estil crec que no tinc la sensació o el record d’haver vist grups de diferents estil que feien concerts amb taquilla inversa” referint-se a que no està vinculada a un estil de música.</i></p>
Amateur/Professional	<p><i>“També i té a veure per les ganes i oportunitats de tocar, quan estàs estudiant o acabes d’estudiar tens menys oportunitats de tocar, estàs aprenent, encara no et coneix molta gent, t’has de fer veure com es pugui. No hi ha una alternativa a això.”</i></p> <p><i>“Hauria d’haver-hi un criteri per valorar les coses que estan ben fetes, algú que ho faci com a hobby però que ho faci de puta mare, estan comptats amb la mà i de gent que ho fa com a hobby, penso que hi ha d’haver un espai per a ells.”</i></p>
Edat	<i>“Sol anar amb l’etapa del grup, o sigui amb el procés de creixement dels primers anys del grup o formació, per promocionar-se, per tocar, donar-se a conèixer, es poden veure obligats a adoptar tàctiques que no són tant beneficioses per al grup que no un de consolidat sigui del estil que sigui,</i>

	<p><i>tinc els meus dubtes que adopti una tàctica d'aquestes a no ser que sigui una ocasió bastant excepcional.”</i></p> <p><i>“M’imagino que passa una mica que quan ets més jove... Crec que l’edat del grup i l’edat del músic solen anar bastant lligades, si ets més gran estàs més assentat, i els grups que estàs tenen més status, i o no et veus obligat a això o no et dona la gana de fer això perquè no es molt beneficiós pel músic a nivell de condicions.”</i></p> <p><i>“El més just pels músics es que tu tinguis un catxet o que n’hi hagi un pactat d’abans, també pots entendre de no cobrar el mateix catxet a un ajuntament que un bar, es més complicat perquè no té aquest potencial econòmic, però si que penso que el més just es que tot estigui pactat d’abans i el programador se’n faci càrrec. ”</i></p>
--	---

Organitzador

Interessos oposats	<p><i>“Té sentit realment, es normal que hi hagi un gruix important de gent que diu ostres m’he de gastar calers a la taquilla i a la barra, segurament farà que no consumeixi tant o que no deixi tants calers a la barra.”</i></p>
Benefici	
Repartiment de tasques	

Anàlisi entrevista 4:

L'entrevista va ser realitzada telemàticament per mitjà d'Skype.

Com es duen a terme les taquilles inverses que ha realitzat:

Com s'explica la PWYW (Framing effects)	
Es paga abans o després del concert?	
Es una oferta temporal o perdura en el temps?	Era una oferta temporal
Es dona un preu extern de referència?	No
Es una activitat amb un caràcter pro-social?	No
Model de negoci	En bars petits
L'experiència està prèviament	

anunciada?	
Es ven un producte complementari a l'activitat?	
Es paga de manera anònima?	
Com es reparteix l'ingrès	<p>Ha viscut experiències on l'organitzador posa un import mínim per si no s'arriba a un import mínim pactat i els músics recapten l'import de la taquilla, d'altres on no hi ha import mínim i la recaptació és íntegrament per als músics, i un cas on tenien un catxet i la taquilla inversa era per a la sala.</p> <p><i>'Vaig viure un cas extrem, on Hi ha un catxet i una taquilla inversa i la taquilla inversa era per la sala.'</i></p> <p><i>“La millor experiència amb taquilla inversa va ser a França, tothom estava escoltant, i tothom sabia que per tant havien de ficar algo, aquell dia tocant a quartet vam treure 300 euros tocant a Taquilla inversa a un poblet de França de merda, els d'un restaurant ens van fer el dinar, i els del costat ens van preparar les coses. Ens van dir podem pagar 70 euros cada restaurant o podem fer aquí taquilla inversa, però us garantim que us sortirà millor. França la cultura va diferent, els músics tenen un sou fixe al mes, i la gent sap que si està consumint cultura l'ha de pagar, i del bon rotllo, i si es gent adulta encara més.”</i></p>
Recaptació habitual per músic	<p><i>“El cop que millor va anar, va ser un cop que anàvem a pelo (sense un mínim garantit), però ja sabíem que hi guanyaríem, era un concert a la biblioteca pública de Vilanova, a trio de Jazz i on venien marques Vilanovines d'embotit i vins. Perquè ens donaven la opció a triar catxet o taquilla inversa, el catxet eren 40 euros per músic, i sabent la gent que anava a allà sabíem que treuríem el doble.”</i></p>

Tasques a realitzar	
---------------------	--

Motius per als quals es realitza la taquilla inversa:

Elecció pròpia o de l'organitzador	<p><i>“Els músic a vegades som molt altruïstes amb el nostre art perquè com a artistes ens agrada, i a vegades no ens sabem plantar (...) Exigir condicions o no anar a tocar.”</i> Tot hi haver realitzat algun concert on va triar fer taquilla inversa, normalment ha estat condicionat per el tipus de condicions que oferien en aquell lloc.”</p> <p><i>“Un problema sense cap mena de dubte, s’agafa la part que els interessa de la idea, puc programar gratuïtament, no la dels músic s’estan mullant i m’ho estan deixant més barato, donar la mà i agafar el braç, de tota la vida, la famos frase de si no vienes tu, vendrá otro.”</i></p>
Relació músic/públic	<p><i>“La taquilla inversa es de bolos petits, en bolos grans es inviable, però es que pagant una entrada, es crearia una sensació semblant. Tot i que potser et pot acostar a gent que pot valorar la teva feina, que et felicita, o l’ho content que et fiques tu quan fiquen un bitllet, tot i que a vegades pot semblar limosna.”</i></p>
Tenir un espai on poder tocar aquella música	<p><i>que simplement li ve de gust tocar amb la gent que tocarà</i></p>
Promocionar un producte que no és el propi concert	<p><i>Les motivacions són, realment aquest concert serveix per tirar endavant el seu projecte (...) Si hi ha un bar o una Sala que està de moda en un circuit concret, com pot ser la New Fizz, on fan cicles de cantautors, potser intentar anar allà perquè t’interessa però potser la sala s’aprofita d’això i et diu Taquilla inversa i ja està i tu ho has d’agafar perquè t’interessa pel teu</i></p>

	<i>projecte.</i>
Poder tenir més públic	
Fer que l'art pugui arribar al conjunt de la societat	
És una alternativa a nivell laboral	<i>“La taquilla inversa pot ser una molt bona eina per coworking entre artista i local, però ha d’haver-hi un mínim, el local no pot pretendre que només els seus clients paguin el concerts, la taquilla inversa es com una manera d’ajudar als locals petits a que no s’ofeguin, però els artistes haurien de cobrar una propina per la seva feina si va bé. (...) es a dir, si el meu catxet per tocar aquí són 120 euros, jo estic disposat a tocar aquí si tu m’assegures que cobraré com a mínim 80 euros o 90 euros, un mínim garantit es una manera que els 2 guanyin. La gent a vegades no ho entén, però si ha sigut un mal dia i la gent ha ficat 70 euros, tu només n’has de ficar 10, Que m’estàs explicant?”</i>
Pwyw o altres formats	Comenta reiteradament, que hi hauria d’haver-hi un catxet i estar donat d’alta a la seguretat social.
Benefici econòmic	<i>“Perquè va apurat de peles.”</i> <i>“Hi ha un problema de que el mercat està molt fotut, el que té la sort de fer bolos grans, doncs té la sort de fer-los i pots dir que no a coses, i hi ha gent que viu de bolos petits, no hi han uns circuits diferenciats i l’empresari vol guanyar més, hi ha pocs locals que es mullin pels músics. ”</i>

	<p><i>“No hauria d’existir la taquilla inversa sense mínim, es un robo, es deixar-te enganyar. No es taquilla inversa! Volen dir-li taquilla inversa però no ho és. (...) Es una manera d’ajudar gratuïtament. Les sales han vist un filon que flipes amb això.”</i></p>
--	--

Quin tipus de músic la realitza

Estil	Creu que el que té rellevància és el tema d’amateur/professional.
Amateur/Professional	<p><i>“No es diferencia entre circuits, no hi ha una diferència entre el músic professional, el semiprofessional o l’amateur, i la gent no sap o vull creure que es fa el tonto i no sap diferenciar la qualitat (El públic) i les sales no ho volen saber. I acaben baixant els preus de tothom. A USA estàs sindicat i depèn del sindicat pots tocar a uns llocs o a uns altres, els circuits estan bastant diferenciats.”</i></p>
Edat	<p><i>“Hi ha músics joves que ja han crescut amb això, i el que per nosaltres ha estat una cosa de fa 5 anys hi ha músics que ara ja es una cosa habitual a la seva vida, que nosaltres ha canviat, que si això va aparèixer fa 5 anys, pels músic que tenien 19 anys ja es el seu dia a dia. També quan ets jove, a vegades toca fer-ho gratis, quan comences tothom ha passat per això, es el que hi ha, si et diuen que en comptes de tocar gratis potser t’enduràs 50 euros a sobre els hi fas tota la feina, si cobrés fas promoció.”</i></p>

Organitzador

Interessos oposats	
--------------------	--

Benefici	<i>“Que d’entrada no ha de pagar pel concert, pot programar gratuïtament.”</i>
Repartiment de tasques	Al músic li toca fer una promoció que no faria en una altre ocasió

Anàlisi entrevista 5:

L’entrevista va ser realitzada presencialment a l’Escola Comarcal de Música del Ripollès, on ell treballa.

Com es duen a terme les taquilles inverses que ha realitzat:

Com s’explica la PWYW (Framing effects)	Els músics ho expliquen abans de començar i durant l’activitat
Es paga abans o després del concert?	<i>“Suposo que la gent pagava durant o al marxar, hi havia una funda o un cistell per a aportar”</i>
Es una oferta temporal o perdura en el temps?	Era una oferta temporal
Es dona un preu extern de	No

referència?	
Es una activitat amb un caràcter pro-social?	No
Model de negoci	Ho ha realitzat en bars
L'experiència està prèviament anunciada?	Hi havia un cartell on s'explicava
El bé oferit té un preu fixe al mercat? Quin preu?	
Es ven un producte complementari a l'activitat?	No
Es paga de manera anònima?	
Com es reparteix l'ingrès	<i>“Em sembla que vam fer un mínim crec que eren 150 euros (per 4 músics) i el de la Big band era mínim 300 euros”</i>
Recaptació habitual per músic	<i>“Em pensava que seria més desastrós, però no van arribar a les meves expectatives que seria cobrar decentment” referint-se al concert que hi va</i>

	<i>realitzar amb un quartet de Jazz.” Amb una Big band de 15 músics van recaptar 300 euros.</i>
Tasques a realitzar	<i>“Ens van trucar i per telèfon el noi aquell em va dir, això de la taquilla inversa es tracta que tu... vosaltres veniu a tocar, posarem allà una capsa, a més a més, tu has d'anar publicitant-te, si us ha agradat podeu pagar-nos, i si us ha agradat molt podeu pagar més (riu), Hòstia, vaig quedar com estorat, i va anar així, a més a més em mirava des de la barra i em deia, ei! Agafa el micro i digues que això es a taquilla inversa i si us ha agradat podeu col-laborar”</i>

Motius per als quals es realitza la taquilla inversa:

Elecció pròpia o de l'organitzador	<i>“La gent fa taquilla inversa perquè no hi ha més tu tia, perquè el propietari del bar et diu, o ho agafes o ho deixes, crec que bàsicament és això(...). A mi si em diuen, tens 2 bolos en un dia, en un et pagarem el que et pertoca i en l'altre bolo serà a taquilla inversa, me'n aniré al que em pagui el que hem demanat.”</i>
Relació músic/públic	<i>“ No, no, a mi em tracten igual el públic, si paga taquilla o si es taquilla inversa, vaja no he trobat cap diferència amb aquests conceptes”</i>
Tenir un espai on poder tocar aquella música	<i>“El catxet d'una Big Band es molt car, i el que ens va proposar es la Taquilla inversa, nosaltres com que assajàvem aquí (al mateix poble), aprofitem”</i> <i>“La gent ho fa perquè vol tocar, i posa sobre la graella la seva dignitat professional pel fet de tocar, com està la cosa avui dia, t'agafes a un ferro roent, per quedar-me a casa me'n vaig a tocar”</i>
Promocionar un	

producte que no és el propi concert	
Poder tenir més públic	
Fer que l'art pugui arribar al conjunt de la societat	<i>“ M’ho presenten amb aquestes condicions i l’engego a la merda, escolta, jo et dono la oportunitat de veure’m tocar a mi al teu bar, aquest és el concepte on anirem degradant la nostre situació si pensem d’aquesta manera, hem de ser molt dignes (...) Ja prou que ens hem abaixat els pantalons”.</i>
És una alternativa a nivell laboral	<i>“ Precarietat, total, fins que no eduquem al públic que tota feina artística ha de ser ben remunerada, perquè hi ha uns estudis que han costat molts diners i una feina que s’ha de pagar”.</i>
Pwyw o altres formats	
Benefici econòmic	<i>“L’amo de la sala es va portar molt bé, perquè vam recaptar molt poc (tot-hi estar la sala plena) va posar-hi de la seva butxaca per arribar a un número... 300 euros, bueno 300 euros de merda.”</i>

Quin tipus de música la realitza

Estil	<p><i>“Ell ho ha realitzat amb un quartet de Jazz i amb una Big Band.”</i></p> <p><i>“ Desconec si l’estil influeix, jo crec que depèn més del propietari del seu local i els seus principis que no pas el tipus de música, jo el que vull es que vinguin molts grups i els i faig a tots la mateixa proposta: Veniu a tocar i el que surti per vosaltres, potser us pagaré el sopar. O t’hi avens o</i></p>
-------	--

	<i>no t'hi avens"</i>
Amateur/Professional	<p><i>"Potser si que al principi era per els que comencen, però es clar, tothom si ha apuntat, professionals inclosos, remuguen i remugaré sempre que em diguin vine a tocar a taquilla inversa, si no tinc res hi aniré."</i></p> <p><i>"Amb algun grup que he de són tots professionals em dit que no, com altre gent professional, hem anat a tocar"</i></p>
Edat	<i>"Crec que hi ha una predisposició cada vegada més gran a fer taquilla inversa, i que si cada cop es fa més, cada vegada s'implementarà més aquest sistema, i serà un peix que es mossega la cua, i la dignitat se'n anirà a tomar pel cul, parlant així de clar, perquè... Et deixo venir a tocar a casa meva i a sobre cobres el que la gent vulgui"</i>

Organitzador

Interessos oposats	<i>"No crec que això sigui rellevant"</i>
Benefici	<i>"El benefici per ell es que si no té gent no hi perd calers, jo asseguro tenir música en directe, com a molt el sopar, si hi ha un mínim aquest propietari és més digne, una mica més"</i>
Repartiment de tasques	La promoció i l'explicació de l'activitat la realitza el músic