



Facultat de Ciències Polítiques i Sociologia

Treball de fi de grau

Resum executiu

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

Autor/a: Sergi Masana Pellegrero

Tutor: Jordi Tena-Sánchez

Data: 30/09/2020

Grau en: Sociologia

Resum executiu

En aquest treball, s'ha donat una visió de la taquilla inversa des de la vessant del músic professional, la taquilla inversa és un tipus de PWYW (experiència de paga el que vulguis), una estratègia de venda, on els consumidors decideixen el preu del concert que se'ls està oferint, inclosa l'opció de no pagar, aquest format, pot posar en dubte alguns dels supòsits de la teoria de l'Elecció Racional. El punt de partida per al treball ha estat la següent pregunta: *“Per què un artista es decideix a fer un concert a taquilla inversa? Quines són les seves motivacions?”*

L'extensió de la taquilla inversa a Espanya, es deriva d'un context de crisi cultural, on el 2014 el Govern de Rajoy va establir l'IVA cultural en un 21%, aquesta ha tingut conseqüències en els costos de la producció d'espectacles, reduint la remuneració que poden rebre els artistes (Serra, 2016).

La taquilla inversa està formada per tres actors socials, el gerent, el músic i el públic, els dos primers ocupen la figura del venedor, i el darrer la del consumidor (Serra, 2016). Al haver-hi aquesta dualitat en la figura que produeix el concert, es dona un repartiment de les activitats que en altres formats realitzava la persona que gestionava el bar o la sala, l'organització, la promoció i el que és del tot rellevant: *el risc econòmic de l'activitat*.

Per a que una taquilla inversa sigui potencialment beneficiosa, cal que, siguin negocis de petit format, bars o sales amb espais reduïts, s'emfatitzi la capacitat de decisió de individual del públic, es pagui després de l'activitat, s'ofereixi un concert que no tingui uns costos molt elevats (Gerpott, 2016: 578). Respecte un preu fix, la taquilla pot cridar potencialment a més públic, i fer que tot-hi l'aportació de cadascú sigui menor, l'activitat resulti beneficiosa.

El que en moltes ocasions sorprèn de la taquilla inversa que 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.

Per a observar les motivacions dels músics a realitzar una taquilla inversa, s'ha realitzat una aproximació qualitativa amb 5 entrevistes a músics professionals, la seva selecció, s'ha basat en perfils que ens poguessin donar una visió el més àmplia possible del fenomen, Experiència en la taquilla inversa, Edat i Estil musical.

Els entrevistats, ens han mostrat que la principal motivació del músic per a realitzar una taquilla inversa, és poder tocar en públic, en aquest sentit, els artistes trien entre tocar o no tocar. La taquilla inversa no ha estat considerada per a cap entrevistat, com una alternativa a nivell laboral, amb la qual poder viure.

En alguns casos, els artistes veuen en la taquilla inversa una oportunitat per poder promocionar els seus projectes emergents (un disc o un espectacle nou), així com tocar en un espai que pugui ser referent del circuit on volen actuar de manera habitual.

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 taquilla inversa. 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), alguns dels entrevistats atribueixen aquest fet a la dimensió del lloc on es fa l'actuació, tenint en compte que la taquilla inversa es fa habitualment en formats reduïts.

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"*. La informació qualitativa que hem obtingut, ens ha portat a considerar aquesta nova 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”.

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.

Bibliografia:

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

- 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.