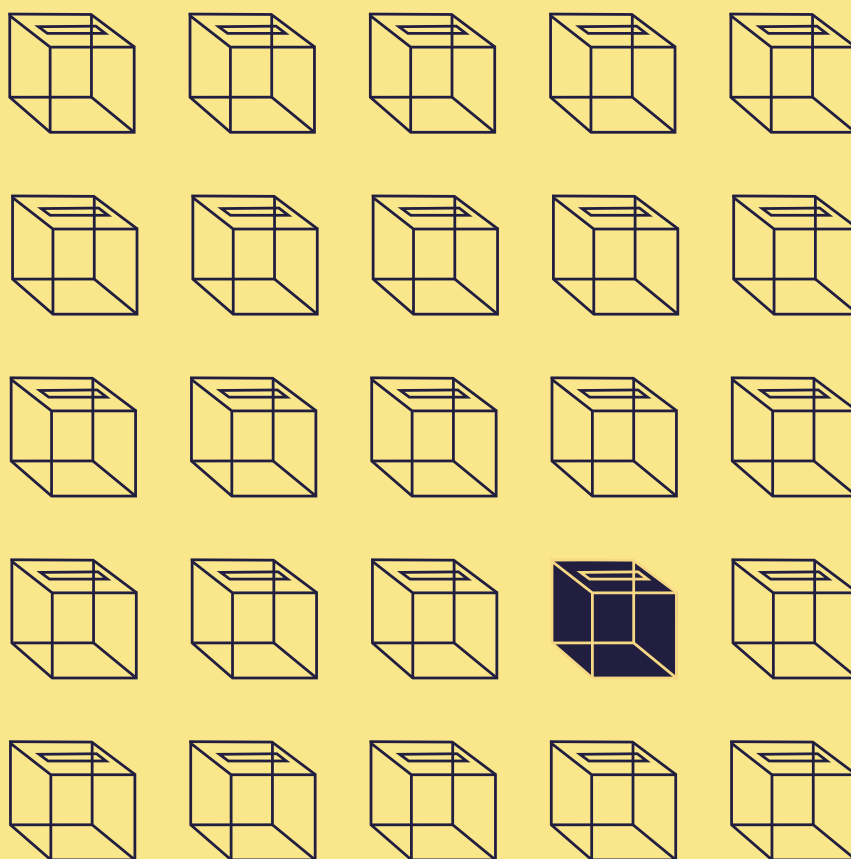


MANUAL
TAQUILLA INVERSA



C E B E C E

CULTURA DEL
BÉ COMÚ

ÍNDIX

16	1 / PROPÒSIT DEL MANUAL
15	2 / QUÈ ÉS I COM FUNCIONA LA TAQUILLA INVERSA?
15	COM ES DEFINEIX?
14	QUINES CARACTERÍSTIQUES TÉ?
14	COM REPERCUTEIX AQUEST SISTEMA A L'ESDEVENIMENT CULTURAL ACTUAL?
13	3 / DEFINICIÓ DELS SISTEMES DE FINANÇAMENT INVERS CO-RESPONSABLE
11	<u>Sistema mixt bàsic</u>
10	<u>Sistema mix desenvolupat</u>
9	4 / EL MANUAL DE LA TAQUILLA INVERSA
8	A. FASE 1: PRÈVIA AL BOLO
8	<u>Planificació i càlcul</u>
8	<u>Contractació</u>
7	<u>Pedagogia</u>
7	<u>Reserva d'entrades</u>
6	B. AL BOLO
6	<u>L'estona prèvia al bolo</u>
6	<i>1 / Pedagogia</i>
6	<i>2 / Informació simètrica</i>
5	<u>Durant el bolo</u>
5	<i>3 / Pedagogia (framing)</i>
5	<i>4 / L'actuació</i>
5	<u>L'estona de després del bolo</u>
5	<i>5 / Informació simètrica</i>
5	<i>6 / Recaptació</i>
3	<i>7 / Passar comptes</i>
2	C. DESPRÉS DEL BOLO
2	<i>1 / Seguiment</i>
2	<i>2 / Publicació dels números</i>
2	<i>3 / Agraïment</i>
1	NOTES I CITES

1/PROPÒSIT DEL MANUAL

QUÈ PRETÉN AQUEST MANUAL?

El propòsit d'aquest manual és el d'esdevenir una guia pràctica per utilitzar la taquilla inversa com a forma de finançament d'esdeveniments. Pretén ajudar a fer més sostenibles els projectes artístics i culturals, a la vegada que posar en valor la cultura en la construcció d'una societat democràtica.

D'ON HA SORTIT?

Aquest manual és un extracte d'una obra més extensa '**La taquilla inversa: precarietat o apoderament?**', de Jordi Jet Serra Morales, que tracta com la taquilla inversa és un reflex d'un nou model cultural.

És fruit de la pràctica, la recerca i la necessitat. En la primera edició del 2015, a càrrec de Jo Jet i Maria Ribot, volia donar resposta al debat generat a les xarxes pel vídeo '*Què és la taquilla inversa?*'

Podeu seguir les xarxes de [@culturadelbecomu](#) per estar en contacte amb nous continguts i una esperada publicació de l'assaig en un futur.

PER QUÈ AQUEST MANUAL?

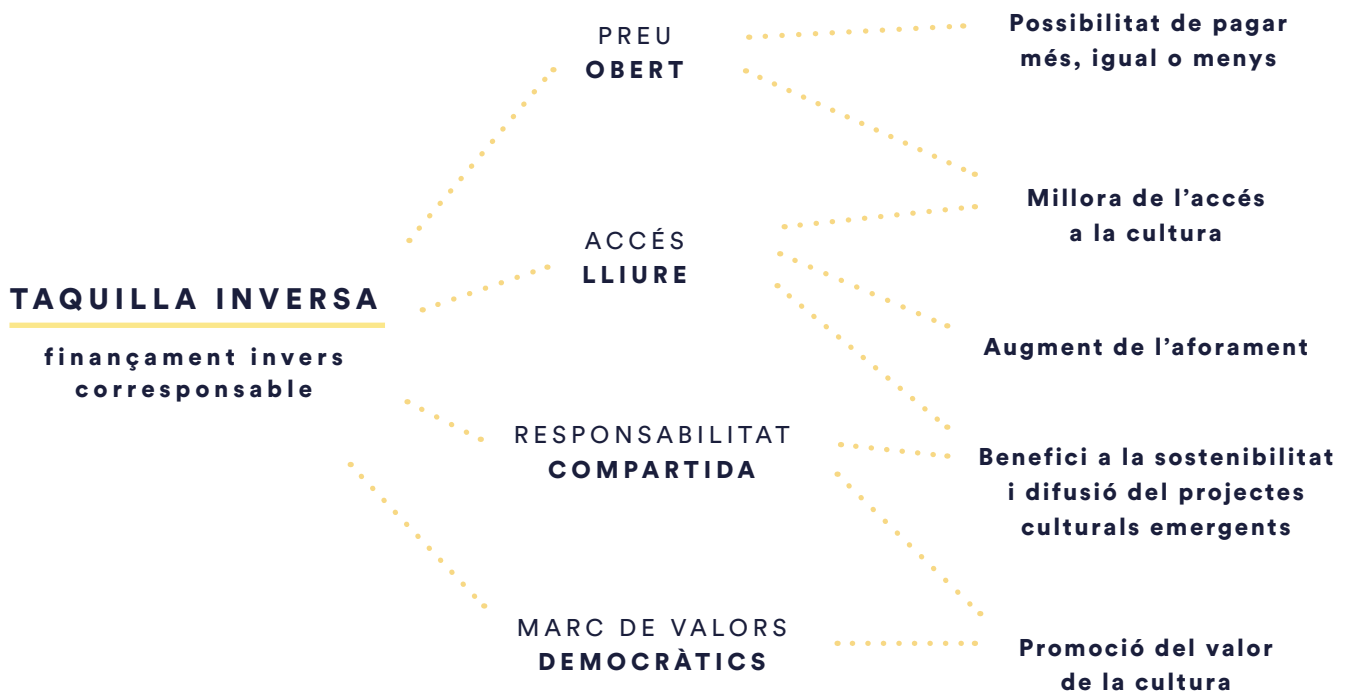
El compromís en la cultura com a element transformador de la societat és un valor clau dels idearis de Jo Jet i Maria Ribot i de Cultura del Bé Comú. Si compartir els aprenentatges que han ajudat a fer sostenible els nostres projectes pot servir a altres a adquirir consciència i reforçar el camí propi, creiem que és imprescindible fer-ho.

Creiem que la cultura ha de ser lliure, però no gratuïta. Per això cal que tots els implicats redescobrim el nostre poder de creació cultural. Tots - artistes, programadors, públic i institucions - som protagonistes a la nostra manera de la creació cultural. I amb això, tots tenim el poder de de construir una societat més democràtica a través de l'art i la cultura.

NOSALTRES

Cultura del Bé Comú és el projecte d'impuls de propostes artístiques i culturals transformadores creat per Jordi Jet Serra Morales, qui a la vegada, és la meitat del projecte artístic **Jo Jet i Maria Ribot**. Ambdós projectes comparteixen el principi fonamental d'utilitzar l'expressió artística i el fet cultural com a vehicle per transformar l'entorn.

2/QUÈ ÉS I COM FUNCIONA LA TAQUILLA INVERSA¹?



COM ES DEFINEIX?

El funcionament de la taquilla inversa és molt senzill: **el públic paga la seva entrada al finalitzar o sortir de l'esdeveniment cultural al que ha assistit²**. El preu a pagar el fixen les seves possibilitats, voluntats i criteri. El paper de l'artista és el de mostrar la seva obra de la millor manera, el del públic el de gaudir-la i valorar-la amb criteri i el del programador d'oferir el context adequat. Com podem veure, **és un sistema basat en la confiança i la responsabilitat** dels tres agents.

Val a dir, que al presentar la lògica d'aquest sistema **es contempla com a imprescindible el compromís del programador de garantir un mínim d'ingressos a l'artista**, depengui o no de l'ingrés de la taquilla, en la mesura que l'esdeveniment cultural li aporta a ell també un benefici.

Per això, la taquilla inversa es defineix per ser un sistema de **finançament invers co-responsable**, ja que tant els artistes, els programadors com el públic juguen un paper imprescindible en el seu resultat.

QUINES CARACTERÍSTIQUES TÉ?

- _ **Accés lliure**
- _ **Preu obert** al criteri personal
- _ **Responsabilitat compartida** dels 3 agents (públic, programadors i artista)
- _ I si ens elevem a esferes filosòfiques, **un marc de valors democràtic** (confiança, empatia, esperit crític, responsabilitat i educació)³

COM REPERCUTEIX AQUEST SISTEMA A L'ESDEVENIMENT CULTURAL ACTUAL?

- _ L'accés lliure beneficia un **augment de l'aforament i una millora de l'accés a la cultura.**
- _ El preu obert i l'augment de l'aforament provoca, en una primera experiència, **un descens del preu per persona** pagat per cada entrada, que no vol dir un descens de la recaptació total.⁴
- _ La co-responsabilitat **beneficia la sostenibilitat dels projectes artístics i la programació**, ja que l'artista complementa els ingressos provinents del programador i, per a aquest, millora l'aforament⁵ o disminueix les despeses.
- _ **Promou la consciència del valor de la cultura i les arts**, ja que requereix un exercici de transparència, de comunicació i visualització de la feina que hi ha darrere el 'resultat' del procés creatiu i un procés de reflexió a l'hora de fixar el preu a criteri propi. És aquí on els valors democràtics de l'empatia, de l'educació, de la responsabilitat, l'esperit crític i la confiança emanen amb totes les seves forces.⁶

3/DEFINICIÓ DELS SISTEMES DE FINANÇAMENT INVERS CO-RESPONSABLE

SISTEMES DE FINANÇAMENT CORRESPONSABLE

CARACTERÍSTIQUES

- _ **Corresponsabilitat**
- _ **Millora de la sostenibilitat**
- _ **Genera aproderament cultural**
- _ **Respon a les necessitats d'un nou model cultural:**
 - Garantir accés ciutadà a la cultura
 - Millorar relació cost-benefici
 - Estalviar recursos
 - Generar sinergies

CONDICIONS IDEALS

- _ **Produccions emergents lowcost**
- _ **Programadors amb poca capacitat econòmica**
- _ **Horari i lloc no festiu**
- _ **Accés controlable**
- _ **Públic proper (entre 10 i 150 persones)**

Els sistemes de finançament invers co-responsable són la nostra proposta de finançament de bolos especialment pensada per a la cultura de base i en clau de resistència. **Persegueixen un objectiu econòmic molt clar (la sostenibilitat del projecte) i un de transformador (l'apoderament dels tres agents culturals).**

LES SEVES CARACTERÍSTIQUES SÓN:

- _ **sistema co-responsable**, on el risc i la responsabilitat es reparteix entre els tres agents que hi intervenen.
- _ **afavoreix la sostenibilitat econòmica de la Cultura**, tant per als artistes com per als programadors.

_ **genera una consciència cultural apoderada als tres agents** a través de la transparència, l'esperit crític i la responsabilitat en un objectiu comú. A la seva vegada, aquest fet genera comunitat.

_ **respòn a les necessitats que proposen els organismes que estudien la cultura**⁷: garanteix l'accés ciutadà, proposa la millor relació cost-benefici, estalvia recursos i genera sinergies a través de la co-responsabilitat.

LES SEVES CONDICIONS IDEALS SÓN:

_ Artistes que fan les seves primeres produccions, artistes que s'estan donant a conèixer en un territori o amb produccions relativament barates (amb un catxé màxim al voltant dels 500 euros).

_ Programadors compromesos amb la cultura de base i/o amb poca capacitat econòmica per a la inversió cultural.

_ Esdeveniments aïllats de la dinàmica de festa, preferentment en horari no nocturn.

_ Espais tancats o amb accés controlable.

_ Públics propers (10-150 persones).

Val a dir que **els factors d'èxit són molts i que aquestes condicions es poden superar**. Amb una bona base pedagògica del públic i una implicació dels programadors en la recaptació s'ha fet exitosament en espais oberts sense control d'accés⁸, inclús sense 'control' del públic⁹.

En les propostes que es fan a continuació hi ha una **certa tendència a beneficiar l'artista davant del programador**. Això és així en considerar com a **habitual que aquest tingui una font d'ingressos paral·lela a l'esdeveniment** (la barra, per exemple). De no ser així, és a dir que hi ha una aposta a pit descobert del programador i per la cultura, el sistema s'ha d'equilibrar.

Encara que són idees molt generals i que de ben segur qualsevol economista o matemàtic podrà millorar (i animem a que ho faci), **les dues propostes estan llestes per funcionar**. En tot cas, la idea que l'inspira és un sistema per trams, és a dir, que **segons la quantitat recaptada el risc es reparteix d'una manera o d'una altra**. Aparentment pot semblar 'complex', però simplement requereix una clarificació de condicions a l'hora de negociar el bolo.

i. Sistema mixt bàsic

Aquesta proposta és per a **produccions ajustades i públics irregulars**. Permet entendre el funcionament del sistema de forma general.

_ El **programador garanteix un mínim** (proposta: el mínim del preu de cost de l'artista).

_ **S'acorda un preu màxim** (proposta: el catxé de l'artista).

_ **La recaptació de taquilla inversa se suma al mínim garantit fins al preu màxim.**

_ Si afegint el mínim garantit se supera el preu màxim, el programador només està obligat a cobrir fins la quantitat acordada (però pot renunciar-hi a favor de l'artista).

_ **Si la recaptació supera el preu màxim, el romanent queda per al programador.**

Posem un exemple. Imaginem que el nostre cost i el mínim garantit és de 200. El màxim (catxé) és 350.

EL PÚBLIC POSA	EL PROGRAMADOR	L'ARTISTA	TÉ MÉS RISC***
0	Posa 200	Rep 200	Programador
DE 0 A 150	Posa 200	Rep de 200 a 350	Programador
DE 150 A 350	Posa entre 200 i 0	Rep 350	Artista=programador
350<	Rep TI ¹⁰ -350	Rep 350	Artista

_ **PROS:** a favor de l'artista, no només garanteix un mínim de sostenibilitat sinó que tendeix al catxé en tots els casos. El programador es beneficia de les bones recaptacions.

_ **CONTRES:** a risc del programador, l'esforç en recaptacions per sota del màxim hi és sempre. Al trencar el llindar del màxim, però, no només no hi ha despesa artística sinó que hi ha guany. En aquest tram, l'artista no percep.

ii. Sistema mix desenvolupat

La idea és exactament la mateixa però afegint trams intermedis i per sobre del màxim de manera que es reparteixi el risc.

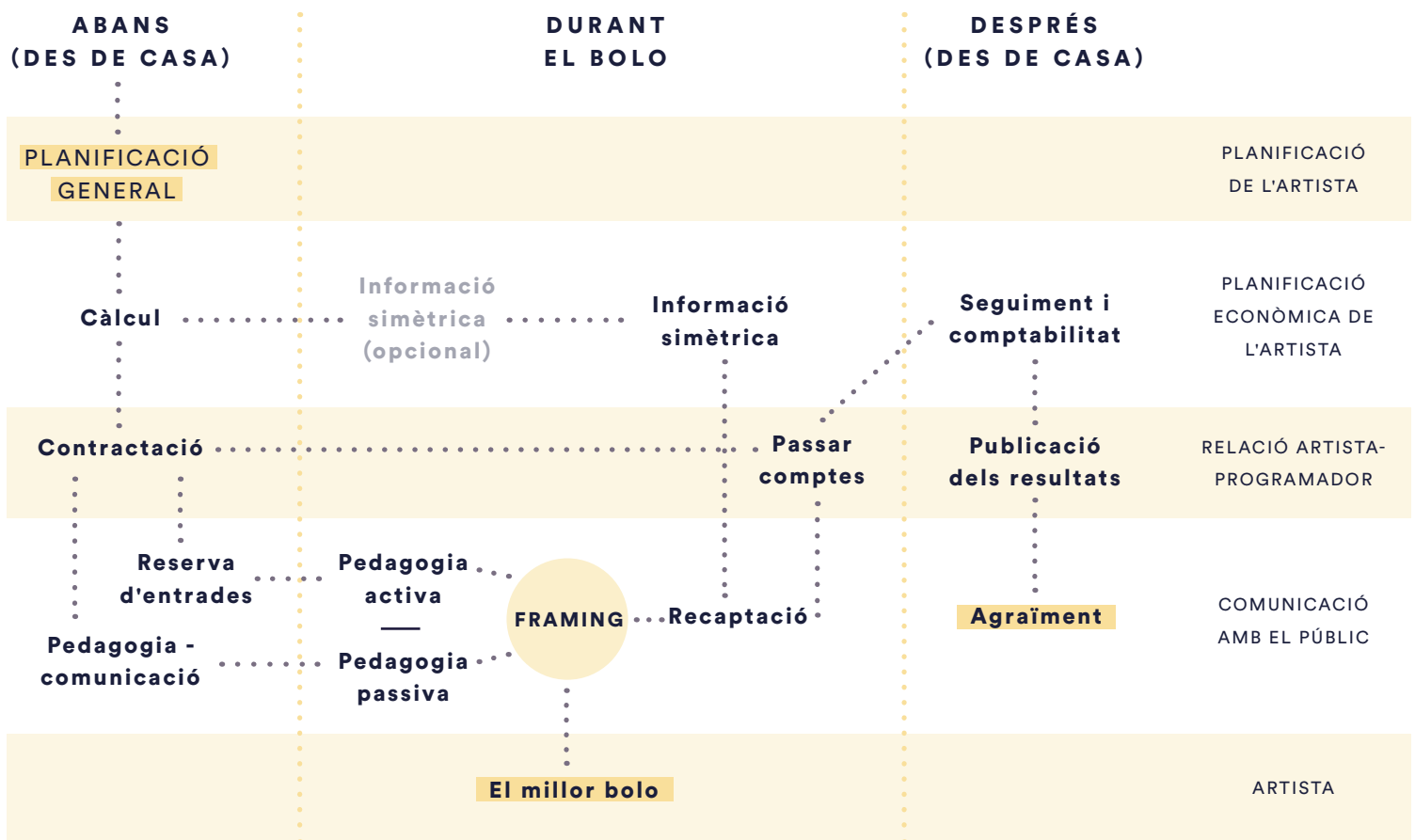
- _ **El programador garanteix un mínim** (proposta: el mínim del preu de cost de l'artista).
- _ **S'acorda un preu màxim** (proposta: el catxé de l'artista).
- _ **S'acorda una fita intermèdia** (o diverses).
- _ **S'acorda una fita per sobre del màxim** (o diverses).
- _ **S'acorda el funcionament de cada tram.** Cada tram reparteix el risc d'una manera diferent.
 - **El mínim el garanteix el programador i cobreix fins a la fita intermèdia.** Amb la lògica del sistema mixt bàsic, el programador fa un esforç més gran.
 - **Entre la fita intermèdia i el preu màxim tota la recaptació és per l'artista.** El programador no té despesa però tampoc té ingrés. S'estanquen els ingressos de l'artista, que ja ha cobert despeses.
 - **Entre el preu màxim i la següent fita, la recaptació es reparteix amb prioritat per l'artista.** Per exemple, 70% del sobrant per a l'artista i 30% per al programador.
 - **Per sobre la darrera fita, la recaptació es reparteix a mitges.**

Posem un exemple. Imaginem que el nostre cost i el mínim garantit és de 250. El màxim (catxé) és 500. La fita intermèdia és de 400 i la fita per sobre del màxim de 600.

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 TI-500	Rep TI + el 70% de TI-500	Programador > artista
600 <	Rep el 50% de TI-500	Rep TI + el 50% de TI-500	Artista > programador

- _ **PROS:** el repartiment de l'esforç és més gradual.
- _ **CONTRES:** hi ha un estancament de la recaptació per a l'artista als trams centrals.

4/EL MANUAL DE LA TAQUILLA INVERSA



Les fases en les que dividim la seqüència i les seves tasques principals són les següents:

_ **Prèvia al bolo. Feina de despatx¹¹:** planificació, càlcul, contractació, pedagogia i reserva d'entrades.

_ **Al bolo. Posada en escena:**

- **Abans.** Pedagogia (i informació simètrica).
- **Durant.** Pedagogia (framing) i actuació.
- **Després.** Informació simètrica, recaptació i recompte.

_ **A bolo passat.** Feina de despatx: seguiment, publicació dels números i agraïment.

A. FASE 1: PRÈVIA AL BOLO

i. Planificació i càlcul.

És la part que correspon a les accions pedagògiques i econòmiques de projecció:

_ **Distingir els diversos productes.** Dibuix de l'estratègia de projecte.

_ **Projectar-los sobre paper.** Objectius i terminis.

_ **Projecció econòmica/pressupost.** És important tenir clars els preus de cost així com el número estimat de productes/bolos venuts. Pels bolos també és important estimar el nombre d'espectadors mitjà.

- **Calcular el preu per bolo (cost + valor afegit) o catxé.** El cost inclou totes les despeses, inclosos salaris, amortitzacions, etc. dividit pel nombre total de concerts estimats. El valor afegit seria el marge de benefici. S'ha de tenir clar a què el dedicaràs: si vols fer créixer el projecte el més lògic és reinvertir-lo.
- **Calcular el preu de l'entrada.** Hauràs de sumar al teu catxé les despeses del programador (comissions, lloguers, etc) i dividir-ho entre el nombre d'assistents que s'esperen. És bo que visualitzis el preu de cost però també el preu ideal.

ii. Contractació

Un cop coneguis bé quins són els teus preus, comença la recerca de bolos. Abans de contactar amb els espais de programació has de tenir molt clar:

_ **el teu preu de cost.**

_ **el teu catxé.**

_ **la gent que pots portar.** És a dir, el teu poder de convocatòria en aquella zona, independentment de l'esforç que faci el programador en aquest sentit.

_ **què guanyes i què deixes de guanyar segons el sistema de finançament que escullis.** Repetim: la taquilla inversa és una tàctica, com ho és el preu tancat, el lloguer de sala o sortir només a catxé. Has de tenir molt clar quina opció prefereixes (amb els pros i contres que ja s'han comentat) i quina s'escau millor a l'espai de programació concret.

Inicia la negociació. Al fer tractes amb els programadors intenta que es respecti la teva opció preferida: si és catxé, catxé; si és preu tancat, preu tancat; si és invers, invers. El 'programador ideal pel teu projecte', però, no existeix a cada cantonada: el més habitual és que hagis de negociar. En aquest estira i arronsa és important que cerqueu el win-win: **que tothom hi surti guanyant.** Aquí és on pot ser que fàcilment entri en joc una proposta de sistema mixte de finançament invers. Les propostes no són tancades, es poden adaptar i fer a mida. Algunes consideracions:

_ **Val la pena que t'informis** de quanta gent va per inèrcia en aquell espai de programació, a part de la que puguis portar tu. També de com és el públic: és un públic espectador? O és una parròquia compromesa? Quin preu mig es paga per persona normalment en aquest espai? La part de co-responsabilitat del públic no es pot pactar a priori, però val la pena fer algunes estimacions.

_ **Poseu els acords sempre per escrit** (en un correu almenys i respòs per les dues parts) per a tenir la referència fresca.

iii. Pedagogia

Un cop tinguis clar com funcionen per dins, és hora d'explicar al teu públic què faràs, com ho faràs i per què ho faràs. Volem recordar que a més consciència apoderada – a més coneixement del perquè – més acceptació i implicació en el sistema.

_ **Resumeix el què i el com quan anunciïs el bolo.** Quan anunciïs el bolo explicita que es finançarà amb taquilla inversa. Algunes fórmules possibles: 'entrada lliure i sortida a la voluntat', 'paga el què creus, vols i pots', etc.

_ **Dóna la possibilitat d'aprofundir en el sistema i el seu perquè.** Explica de tant en tant quin és el funcionament del sistema i per què l'utilitzes. Fes-ho de forma atractiva: un vídeo, una imatge... Té l'avantatge que serà la teva visió personal d'una qüestió universal i que, per tant, podran fer-la servir altres artistes¹².

_ **No exigeixis, demana: fes el públic conscient del seu poder.** Dóna el poder al públic (tu tries, tu decideixes, tu recompenses...) i treballa per apoderar-lo. Si el públic percep que amb el teu projecte en treu un benefici personal (l'apoderament), tindrà més ganes d'implicar-se.

_ **Convida'ls a entrar a casa teva i no t'autoconvidis.** És a dir, tingues accessible tota la informació, però no bombardegis indiscriminadament. Dóna confiança al públic i deixa que sigui ell el que cliqui als enllaços i segueixi el fil d'allò que enuncies. La promoció també és un repte creatiu on pots mantenir la honestat.

iv. Reserva d'entrades

Si l'aforament és reduït o és un espai on normalment es compra o reserva entrada per anticipat (per exemple, un teatre), hi ha d'haver un sistema per fer-ho. Normalment, aquesta tasca anirà a càrrec del programador, encara que també ho pot fer l'artista.

_ **Fes un formulari on-line.** La manera més senzilla és fer un formulari on-line¹³ on hi hagi les dades necessàries (nom, mail, número d'entrades a reservar, sessió i data). Una altra forma és per mail o telèfon, una mica més rudimentari. Cal tenir en compte que un % de gent s'apuntarà i no vindrà, per tant les reserves poden ser superiors que l'aforament (però compte amb l'overbooking).

_ **Aprofita la confirmació per fer pedagogia.** El mail de confirmació de reserva pot servir per enllaçar amb alguns recursos pedagògics. Si la gestió la fa directament l'artista i ho especifiques al formulari segons la normativa vigent de protecció de dades, pots valorar l'opció d'incloure les adreces a la teva llista de correu per a la Newsletter.

B. AL BOLO

Un bolo té tres temps diferenciats: l'estona prèvia a l'inici, l'actuació i l'estona posterior. Cadascun vol una acció concreta.

i. L'estona prèvia al bolo

1 / Pedagogia

L'estona que passa entre que la gent entra i que el bolo comença és el millor moment per fer pedagogia ja que el tema ateny a tots els presents. Fer-ho per part dels artistes és una bona opció (simplement cal comprovar que no hi hagi duplicitat d'accions amb el programador per no cansar el públic).

_ **Pedagogia passiva.** Cartells, entrades, posa-vasos, vídeo projectat, imatge projectada, àudio abans de començar...

_ **Pedagogia activa.** A l'entrar, a la barra, al seure a les taules, acompanyat d'un flyer...

2 / Informació simètrica

Ja hem parlat en altres ocasions del concepte d'informació simètrica: **per a poder escollir bé el preu cal que coneguem tota la informació que el condiciona**, és a dir, que tinguem a la nostra disposició el màxim de dades sobre el producte per a poder ser crítics amb conseqüència. Obrir els números al públic és la millor manera de fer-los empatitzar amb la nostra feina. De ben segur hi han de ser al final del concert, però per als que van amb temps s'ho poden mirar al principi. Programadors: també és un al·licient per fer caixa a la barra abans del concert.

_ **Resums de producció i dossier de producció.** Pot haver-hi un espai destinat als resums de producció i si es vol també el dossier detallat. Val la pena sintetitzar la informació, fer infografies... posem-ho fàcil!

_ **Finançament del bolo.** En aquests espais s'hi pot adjuntar l'explicació de com es finança el bolo. És bo que se sàpiga que percep cadascú, en concepte de què i inclús amb quina finalitat. Un abús del programador podria portar al públic a recompensar l'artista a través del merch i no de la taquilla, per exemple.

_ **Recompte d'assistència.** Per a tenir una imatge més fidel dels resultats, cal saber el públic que ha assistit al bolo. Si hi ha un control a l'entrada és senzill fer-ho, però si no hi és cal que algú (el programador, un ajudant, un cambrer) trobi el moment per comptar el públic al principi o a mig concert.

_ **Preu de referència.** La millor de les males opcions és recomanar un preu. En públics menys entregats a la pedagogia, pot ser una bona opció o una opció complementària.

ii. Durant el bolo

3 / Pedagogia (framing)

A l'apartat d'accions pedagògiques ja hem parlat de la importància del framing – la manera com expliquem les coses – en el resultat. Un resum:

1. **Donar a entendre el perquè: motivacions, causes i conseqüències.**
2. **Deixar veure el procés que hi ha darrere el resultat.**
3. **Missatge i llenguatge positius.**
4. **Repeticions:** valora segons la situació si n'hi ha prou amb dir-ho al principi, al final o si cal ser més explicatiu.

4 / L'actuació

El teu públic és el teu amic, el teu fan, el teu jutge i el teu menjar: **fes el millor bolo de la teva vida.**

iii. L'estona de després del bolo

5 / Informació simètrica

Com ja hem dit abans **és importantíssim que a l'hora d'acabar el bolo el públic disposi de tota la informació per valorar críticament** i decidir el seu preu.

6 / Recaptació

De cara a la sostenibilitat econòmica, aquest és el punt clau de tota la seqüència. Consideracions importants:

_ **Un taquiller incrementa els resultats.** Deixar un pot a la bona ventura és una opció, però si el públic no té una bona experiència prèvia difícilment s'obtidran resultats significatius. Personalitzar les accions dóna seriositat i és un mirall de les responsabilitats, per això és important que hi hagi la figura del taquiller al sortir. Si no el posa el programador, et pertoca com a artista encarregar-te que hi hagi algú, encara que com es pot entendre per a la llibertat del públic assistent és recomanable que no sigui el mateix artista¹⁴.

_ **Funcions del taquiller:**

- **Recordar amb una frase, si cal, com funciona la recaptació.**
- **Donar canvi si es demana.** El públic pot voler pagar un preu just. Posar canvi és evidenciar que estem recompensant críticament i no donant una quantitat que 'ens sobra' de forma caritativa.
- **Anotar el preu de l'entrada** si el funcionament intern del programador o l'artista així ho demana.
- **L'única resposta és un somriure i les gràcies.** El taquiller no ha de pressionar, ni qüestionar: assumim que el públic és crític, conscient i conseqüent. Nosaltres no tenim ni podem exigir la informació simètrica (les possibilitats econòmiques de la persona, etc). Davant de qualsevol comentari hem de dir gràcies i somriure. **Sempre.**

_ **Implicació activa del programador.** És important que el programador cuidi la recaptació i s'hi impliqui de forma activa. Si l'espai té pràctica en el sistema, tant millor que sigui ell qui s'encarregui de la taquilla.

_ **Quan convé posar un preu de referència?** Donar un preu de referència és una opció vàlida, però que s'ha de ser molt conscient de per què s'utilitza. Per un cantó, la referència ajuda a fixar el preu per part del públic, però per altra banda desvirtua el procés d'apoderament i l'actitud crítica.

- **Públic poc apoderats.** En contextos en què el públic està en un procés d'apoderament incipient (programacions que comencen a utilitzar sistemes inversos, per exemple), és útil posar un preu de referència. L'altra opció és donar el preu de cost i proposar el valor afegit.
- **Contextos d'informacions asimètrica.** Quan no es posa a disposició del públic la informació referent a la producció artística és evident que un preu de referència ajuda. Però atenció: el públic ho pot percebre com una manca de transparència i ser reaci a confiar en el context.
- **Públic apoderats i contextos d'informació simètrica.** En públics amb una consciència cultural desenvolupada, una pràctica en els sistemes de finançament inversos o contextos amb un bon desplegament d'informació simètrica es pot posar com a referència el preu de cost del bolo o, més mastegat, de l'entrada. D'aquesta manera donem una referència ràpida dels caràcters 'objectius', equivalents als costos materials i personals, i el públic només ha de valorar el preu afegit de forma personal.

_ **I si la gent no marxa?** Una de les virtuts de la Cultura és que genera punts de trobada per a la sociabilització. Si la gent vol quedar-se, es queda o ron-seja s'ha d'aplicar la màxima de 'Si Mahoma no va a la muntanya, la muntanya va a Mahoma' amb paciència i somriures.

- **Informe que es tanca taquilla.** En públic o anant per grups.
- **Passeu la taquilla.** Una altra opció és que la taquilla sigui itinerant i 'es mogui' entre el públic que encara queda. Ha de ser la darrera opció en el procés de recaptació.
- **Marqueu als que han passat per taquilla.** Una altra opció és marcar (una enganxina, un gomet, un segell al canell...) als que ja han passat per taquilla per fer-ho visual. Hi ha dues coses a tenir en compte. La primera, si es decideix no pagar res i es verbalitza, ja s'ha passat per taquilla. La segona, la confiança ha d'anar per davant: millor preguntar si s'ha passat per taquilla en comptes de marcar directament. Si són esdeveniments amb molt públic on la opció 'memòria' és inviable, s'ha d'explicar per a què serveix marcar.

_ **Dóna l'opció a comprar abans de sortir.** Hi haurà gent que per tal de recompensar preferirà, sigui pel què sigui, invertir el seu pressupost cultural en la compra d'un producte de l'artista (un disc, per exemple). Aprofita la cua de sortida per parar-hi la taula de merch i mostrar els teus productes amb antel·lació.

7 / Passar comptes

És bo esperar a passar comptes un cop s'hagi buidat la sala i fer-ho en presència del programador i l'artista. Els comptes cal que els guardin les dues parts, ja que són dades interessants de cara a futurs projectes.

- _ **Anoteu el total recaptat.**
- _ **Anoteu el preu mitjà per persona dividint el total entre l'assistència.**
- _ **Anoteu la part corresponent a cada part.**
- _ **Òbviament, cobreu i celebren-ho.**

C. DESPRÉS DEL BOLO

1 / Seguiment

Un cop al despatx i amb els comptes davant, cal que anotem en un full de seguiment amb la resta de bolos les següents dades comptables:

- _ **Recaptació total neta.** És el que hem cobrat. Hem cobert? Hi hem guanyat?
- _ **Preu mitjà per persona.** Ens dóna una idea del que el públic paga per una entrada als nostres bolos.
- _ **Què t'ha funcionat?** Amb el temps i per comparació, podem veure si les accions pedagògiques influeixen, si al tornar a una mateixa zona hi ha increment o disminució del preu de l'entrada, de l'assistència... **Pensa i anota què t'ha funcionat i què podries haver millorat a l'hora de desenvolupar la seqüència.** Et servirà per tenir indicadors de com influeixen econòmicament les accions i el context en els teus bolos.

2 / Publicació dels números

Publica els números a través del teu blog o sistema habitual. Tu decideixes el teu grau de transparència. Fes una valoració i un agraïment en el mateix post.

3 / Agraïment

És imprescindible, siguis més o menys transparent, més o menys bo, més o menys conscient. Després d'una recompensa el mínim és agrair. Pots fer-ho en públic a la teva pàgina i referenciar l'enllaç dels números publicats. O pots enviar un resum de comptes als correus de reserva d'entrades. Així el públic pot fer-se una idea de si recompensa per sobre o per sota la mitjana.

La seqüència té un sentit cíclic, és a dir: el resultat d'aquest bolo (d'aquesta seqüència concreta) reverteix en la propera experiència.¹⁵

NOTES I CITES

- ¹- També anomenada 'entrada inversa' o, de forma més general i tècnica, 'finançament invers'. Recordem que el terme correcte és taquilla i no guixeta i que és inversa i no invertida (un invertit és un pervertit).
- ²- Forma part dels models PWYW/NYOP (Pay Whatever You Want/Name Your Own Price).
- ³- Diversos autors i ara ja també agents culturals recolzen aquesta idea. La *Companyia Sixto Paz* ens parla d'economia empàtica, *Tena i León* ens parlen de la motivació pro-social dels consumidors, és a dir, que els beneficis derivats del preu pagat no són indiferents al benestar aliè. La causa és simpàtica perquè és justa i no hi ha un interès deliberat d'enriquiment.
- ⁴- La lògica de creixement inversa aforament-preu per persona es dona en diverses experiències PWYW. Cal dir, però, que en el cas estudiat per *Tena i León* a la Sala Beckett el preu per persona s'igualava o es superava la tarifa habitual d'una entrada. Això és així perquè, com expliquen molt bé *Sixto Paz*, no només es capturen els pagaments dels que recompensen 'menys' sinó també dels que estan disposats a fer-ho més.
- ⁵- Parteixo de la idea que molts programadors ofereixen, a més de l'esdeveniment, un servei annex amb el que rendibilitzen el negoci, que pot ser un bar o una botiga. Al capítol 'El manual de la taquilla inversa...' apartat a expliquem com es pot donar el cas que el programador no hagi de pagar aquest mínim garantit.
- ⁶ *Tena i León* també remarquen que l'èxit del sistema depèn en gran part de la capacitat de l'emissor de comunicar aquesta sentiments, valors i esforços. *Ivan Morales*, a la segona part de l'article 'Ens hi posem' destaca que simplement hem de comunicar aquesta convicció i creença ferma en el què fem de forma positiva.
- ⁷ En resposta a 'Els reptes de finançament de la cultura', dins l'informe 2015 del CoNCA.
- ⁸- De Natura Cultura, Festa Major Alternativa de Manresa 25/8/2015
- ⁹- És el cas de la Companyia Parking Shakespeare.
- ¹⁰- Tl ens servirà per referenciar la recaptació de taquilla inversa.
- ¹¹- Em permetreu la paraula neutre per referir-me al lloc on feu feina.
- ¹²- És el cas del vídeo que vam fer amb Jo Jet i Maria Ribot explicant 'Què és la taquilla inversa?'
- ¹³- Hi ha mil i un proveïdors, el més pràctic potser sigui Google Forms.
- ¹⁴- Encara que en un món ideal on l'esperit crític i l'empatia estiguessin generalitzats, seria el més lògic.

C E B E C M

CULTURA DEL
BÉ COMÚ

Una iniciativa de *Cultura del Bé Comú* i *Jo Jet i Maria Ribot*

Autor: Jordi Jet Serra Morales

culturadelbecomu.cat

f @culturadelbecomu

