

Fonts de finançament a les arts en viu

Paola Marugán Ricart

PID_00173308



Els textos i imatges publicats en aquesta obra estan subjectes –llevat que s'indiqui el contrari– a una llicència de Reconeixement-NoComercial-SenseObraDerivada (BY-NC-ND) v.3.0 Espanya de Creative Commons. Podeu copiar-los, distribuir-los i transmetre'ls públicament sempre que en citeu l'autor i la font (FUOC. Fundació per a la Universitat Oberta de Catalunya), no en feu un ús comercial i no en feu obra derivada. La llicència completa es pot consultar a <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/es/legalcode.ca>

Índex

Introducció	5
1. El sector públic	7
1.1. Ajuts a la creació	7
1.2. Ajuts a la producció i difusió	9
1.2.1. Presentació	9
1.2.2. Execució	10
1.2.3. Justificació	10
1.3. Programa d'ajuts de la UE	11
1.4. Produccions i coproduccions	13
2. El sector privat	17
2.1. Patrocini	17
2.2. Altres vies de finançament: el <i>crowdfunding</i>	18
Bibliografia	21

Introducció

Aquest mòdul tracta el tema de les fonts de finançament a les arts en viu, tant en l'àmbit públic com privat. El sector públic presenta dues línies d'actuació:

- 1) Sistema d'ajuts públics a la creació, producció i difusió escènica a l'Estat espanyol i el programa de cultura de la UE.
- 2) Sistema d'ajuts per a produccions, coproduccions, residències i laboratoris de projectes escènics.

Actualment, a l'Estat espanyol el sector privat és gairebé inexistent en aquest àmbit però, en tot cas, les possibles fonts de finançament que es poden estudiar es presenten des de dues perspectives:

- 1) El tradicional sistema de patrocini o espònsors privats.
- 2) El nou sistema de microdonacions anomenat *crowdfunding*.

1. El sector públic

1.1. Ajuts a la creació

A diferència d'altres països europeus, les polítiques culturals de l'Estat espanyol no parteixen de la necessitat del reconeixement social de la figura del creador. Situar l'artista en el centre del debat implica que aquestes polítiques girin entorn dels processos de treball, en què la tasca creativa es pugui desenvolupar fàcilment, sense precarietat i en total llibertat.

L'Institut Nacional de les Arts Escèniques i Música (INAEM) del Ministeri de Cultura va dirigit, d'una banda, a la gestió directa de centres de creació, producció i exhibició i, de l'altra, a donar suport a entitats públiques i privades, companyies i agrupacions artístiques, per mitjà del seu programa d'ajuts.

Web recomanada

<http://www.mcu.es/artesEscenicas/SC/becasAyudasSubvenciones/index.html>

Aquesta línia d'ajuts va dirigida a la producció, exhibició i difusió dels treballs escènics relatius a la dansa, el teatre, el circ i la música. L'INAEM no preveu la creació artística en cap d'aquestes disciplines. Per tant, les produccions escèniques són enteses com a productes de consum i no com a processos de treball. La manca de suport a la creació artística contemporània fomenta la precarietat laboral dels creadors escènics i en conseqüència, la devaluació de l'R+D+I cultural.

D'aquesta manera, cal una revisió d'aquestes polítiques culturals, les quals han de partir de la distinció entre cultura, entesa com a art, i entreteniment. Així mateix, s'ha de fomentar la creativitat, respectant i cuidant la situació laboral, social i econòmica dels creadors.

A Catalunya, el sector cultural està pendent dels nous canvis que es produiran amb l'Avantprojecte de Llei de simplificació, d'agilitat i reestructuració administrativa i de programació de l'activitat econòmica, més conegut com a Llei Òmnibus.

El 2003, es constitueix la Plataforma de Cultura per a un Consell de les Arts formada per diferents associacions de professionals del sector cultural, en què es comença a redactar un informe sobre les futures funcions i característiques del nou organisme, el qual serveix de base per a la redacció de la llei.

No sense moltes complicacions, el 7 de maig de 2008 s'aprova la Llei del Consell Nacional de la Cultura i de les Arts (CoNCA). Aquest organisme suposa un canvi de model a la gestió dels recursos públics destinats a la cultura: es tracta de protegir qualsevol actuació de la intervenció directa dels governs, per a evitar el dirigisme i la propaganda partidista.

L'objectiu principal de la creació del Consell és convocar i resoldre els ajuts destinats al sector creatiu i cultural. El CoNCA es presenta com el garant de la llibertat d'expressió i creació, teòricament, lluny dels interessos polítics.

El Consell col·labora amb el Govern en la definició de les polítiques culturals a llarg termini –més enllà dels quatre anys de cada candidatura–, i en fa un seguiment crític i independent. A més a més, funciona com a advocat d'artistes i treballadors de la cultura, i valora la creació artística i la seva aportació social.

L'aprovació de la Llei Òmnibus suposa canvis que afecten directament la natura i les funcions del Consell. Es constitueix l'ICCEC –Institut Català de la Creació i les Empreses Culturals–, i es redueix així el camp d'actuació del CoNCA.

Aquest nou organisme esdevé una eina política de gestió de recursos, amb una total patrimonialització administrativa de la política cultural, i la posa al servei de les empreses privades de serveis.

L'anul·lació de les competències del Consell contribueix a un gran retrocés cap a antigues fórmules de polítiques culturals que ja estaven superades. De moment, el Govern no ha consultat a les institucions artístiques i culturals, ni tampoc a la resta de grups parlamentaris.

Cal fer una anàlisi del nou posicionament del Govern davant el sector cultural amb aquesta nova llei. Un dels fragments que defineixen aquestes noves polítiques expressa el següent:

"S'entén per empreses culturals les persones físiques o jurídiques dedicades a la producció, la distribució o la comercialització de productes culturals incorporats a qualsevol mena de suport, i també les dedicades a la producció, la distribució o la comercialització d'espectacles en viu. S'inclouen dins d'aquest concepte les persones físiques que exerceixen una activitat econòmica de creació artística o cultural."

D'aquesta manera, s'entén que:

- Els creadors són considerats empreses culturals fins i tot a títol personal.
- Reben només ajuts aquells que comercialitzin els seus "productes".
- Desapareix la idea de recerca específica cultural.
- La inversió en cultura ha de ser rendible en termes econòmics. No es portaran a terme inversions a "fons perdut".

Web recomanada

<http://soymenos.wordpress.com/2011/06/03/declaracio-de-guerra-de-la-generalitat-de-catalunya-a-la-cultura/>

Aquesta llei afavoreix les produccions culturals destinades a l'espectacularització de la cultura i al guany econòmic de les empreses privades. El debat no s'enfoca cap a la figura de l'artista sinó envers la mercantilització del seus productes.

1.2. Ajuts a la producció i difusió

Tant el Ministeri de Cultura (INAEM) com la Generalitat de Catalunya tenen un programa d'ajuts dirigit a la producció i difusió de les arts en viu.

Actualment, els projectes escènics, tant els grans centres com les companyies independents depenen exclusivament d'aquests sistemes d'ajuts. D'aquesta manera, és necessari que els gestors coneguin perfectament el saber fer dels programes per a garantir la supervivència dels projectes.

La gestió de les subvencions passa per tres fases:

- 1) Presentació del projecte pel qual es demana la subvenció.
- 2) Execució econòmica i administrativa.
- 3) Justificació econòmica, un cop feta l'activitat.

1.2.1. Presentació

El més important d'aquesta primera fase és conèixer la normativa que regula la subvenció. És recomanable llegir atentament les bases per a adaptar la redacció del projecte a l'esquema que proposa la institució. La informació més rellevant és:

- La data límit de presentació de la subvenció.
- L'import màxim que es pot sol·licitar i les condicions relatives a aquest import.
- Els documents que s'han de presentar amb la sol·licitud (projectes d'activitat, pressupostos, documentació legal).
- Si hi ha models per a presentar a cada apartat (memòria, models de pressupost, declaracions).

En general, la presentació està pensada en tres blocs:

- 1) Memòria de presentació (descripció del projecte, objectius, equip, CV, pla estratègic, calendari, pla de comunicació, públic, recull de premsa).
- 2) Pla de finançament:

Webs recomanades

És recomanable consultar els webs de cada institució per a actualitzar la informació dels diferents ajuts:

- <http://www.gencat.cat/temes/cat/cultura.htm>
- <http://www.mcu.es/becasAyudasSubvenciones/inicioBecasAyudasSubvenciones.html>

a) **Despeses:** organitzatives (escenografia, disseny de llums i so, lloguers, material tècnic, comunicació, difusió i estrena) d'RH i d'inversió.

b) **Ingressos:** propis i externs (subvencions, coproduccions, patrocini, micro-mecenatge, finançament bancari).

3) La documentació oficial (estatuts, CIF, acta fundacional, Seguretat Social, declaracions).

En general, la informació ha de ser molt clara i precisa. El projecte s'ha d'entendre amb una primera lectura. Si els criteris de la normativa s'ajusten al projecte, els arguments han de ser lògics i coherents, no cal donar més informació de la que es demana.

Tot això farà que la presentació del projecte sigui atractiva. Un primer pas per a assolir l'objectiu.

1.2.2. Execució

En aquesta segona fase, és convenient rellegir les bases per a tenir en compte totes les especificitats del programa:

- Quin tipus d'activitat subvenciona la institució a la qual hem demanat la subvenció, per a saber quines despeses es cobriran i quines en quedaran excloses.
- El tipus de justificant necessari per a algunes partides més especials com poden ser les dietes. És recomanable fer-los servir des del començament de l'activitat.
- Els materials complementaris que s'han de presentar a la justificació de la subvenció, com per exemple, el material de difusió amb el logo de la institució.
- Els terminis de la recepció de l'ingrés. Normalment, les institucions fan dos pagaments: el primer, quan es fa públic el resultat i el segon, després de presentar la justificació.

Per a agilitzar la gestió i facilitar la justificació econòmica, és recomanable portar un control exhaustiu de les factures derivades de l'activitat.

1.2.3. Justificació

Un cop concedida la subvenció i finalitzada l'activitat, la darrera fase és la justificació. Per a la seva presentació, s'ha de tenir en compte el següent:

- La data límit de presentació.

- La documentació que s'ha de presentar.
- Si la justificació ha d'anar acompanyada d'un informe auditor (aquest seria el cas de les subvencions europees, per exemple).

El gestor ha d'informar del procés de justificació la resta de l'equip implicat, perquè sovint és necessari que altres persones col·laborin aportant informació.

Si durant l'execució del projecte, l'equip s'ha encarregat d'organitzar les factures i la resta dels documents, la justificació esdevé una tasca relativament fàcil. Totes les institucions demanen:

- Una memòria explicativa de l'activitat.
- Una llista amb tots els justificants de pagament (tant materials com RH) relatius a l'activitat.
- Les factures originals i una còpia de l'activitat subvencionada.

Els darrers anys, la normativa de totes les institucions es va modificar respecte a la justificació dels projectes. Actualment, és necessari justificar les despeses de tot el projecte i no només les relatives a la despesa subvencionada.

Un cop presentada la justificació en el registre, la institució procedirà a les rectificacions i esmenes necessàries. Si la documentació s'ha presentat correctament, s'efectuarà el pagament restant.

1.3. Programa d'ajuts de la UE

L'Agència Executiva en l'Àmbit Educatiu, Audiovisual i Cultural¹ de la Unió Europea presenta un programa d'ajuts dirigits al sector cultural, els objectius del qual són fomentar la mobilitat transnacional, la circulació de creadors, projectes artístics i obres d'art, a més de l'intercanvi i el diàleg intercultural.

⁽¹⁾En anglès, Education, Audiovisual & Cultural Executive Agency

El programa de cultura (2007-2013) s'estructura en tres blocs o *strands* (seguint la terminologia del programa):

Strand 1: Suport a projectes culturals:

- 1.1. Projectes de cooperació multianual.
- 1.2. Projectes de cooperació.
- 1.3. Projectes de cooperació amb tres països.
- 1.4. Suport a festivals culturals europeus.
- 1.5. Suport a festivals culturals europeus amb un partenariat de tres anys.

Strand 2: Suport a organitzacions que treballen en l'àmbit europeu al sector cultural.

Strand 3: Suport a projectes de cooperació entre organitzacions implicades en l'anàlisi de polítiques culturals.

Web recomanada

http://eacea.ec.europa.eu/culture/program-me/about_culture_en.php

Els projectes d'arts en viu van adreçats a l'*strand* 1. La primera pregunta que s'ha de fer l'equip és si la proposta s'adequa als objectius esmentats al programa. El projecte ha de fomentar la circulació dels professionals del sector i el diàleg intercultural.

Recomanacions per a la presentació d'un projecte europeu:

- 1) Primer, la idea i després la recerca del seu finançament. Mai no s'ha de pensar un projecte a partir d'una convocatòria d'ajut.
- 2) Llegir atentament els criteris esmentats al programa per a veure si s'ajusten a la realitat del projecte. S'aconsella desenvolupar-lo seguint punt per punt el formulari, per a conèixer bé quin és el marc d'actuació.
- 3) No donar més informació del que es requereix. Les idees han de ser clares i el contingut definit, tant al pla d'actuació com al pressupost.
- 4) No fer judicis de valor ni exaltacions del projecte a la presentació, ja que serà la comissió avaluadora la que decidirà qui mereix l'ajut i qui no.
- 5) Es demana coherència, qualitat i lògica tant en els arguments com en les xifres. Ser realistes i no exagerar perquè s'han de presentar dades estadístiques que demostraran la realitat.
- 6) Tot el contingut del projecte s'ha de complir i justificar. L'estadística ha de ser molt rigorosa perquè el comitè avaluador s'encarrega de revisar tota la informació. S'han de presentar les dades de cinc edicions anteriors.
- 7) El pressupost ha de ser realista i precís, per tant es farà necessari distingir entre despeses nacionals i no nacionals.
- 8) La internacionalitat del projecte ha de quedar molt ben especificada perquè el punt d'artifici fa vulnerable el projecte.
- 9) El partenariat ha de ser equilibrat. Fugir del lideratge i de l'oportunisme per a adequar-se al programa.
- 10) Els projectes han de ser innovadors pel que fa a les estratègies de comunicació i gestió.
- 11) La comissió valora en positiu la presentació d'informes sobre l'evolució dels públics.

La UE posa al servei del ciutadà un punt de contacte cultural a cada país, per a resoldre els dubtes relacionats amb aquestes matèries.

Web recomanada

<http://www.mcu.es/cooperacion/MC/PCC/index.html>

1.4. Produccions i coproduccions

En el mòdul anterior, s'ha parlat dels diferents centres de producció (companyies artístiques i centres de producció públics) els quals depenen dels ajuts de l'Administració pública. Les produccions poden ser de dos tipus:

- 1) Les **residències tècniques**, en què el productor posa a l'abast de l'artista els recursos materials de què disposa: cessió d'espais, material i personal tècnic.
- 2) Els **laboratoris de creació**, en què el productor posa els recursos humans com, per exemple, un acompanyant artístic.

1) Residències tècniques

La cessió d'un espai condicionat perquè una companyia o artista treballi durant un temps determinat, com hem vist, s'anomena **residència**. El productor posa a l'abast de la companyia el material tècnic (llum, so, vídeo i altres necessitats per a l'escenografia) i també personal tècnic especialitzat. L'objectiu és posar en pràctica les diferents idees del projecte per a veure si poden funcionar o no.

A Europa, és molt comuna aquesta manera de producció en tot tipus de disciplines artístiques. Hi ha un ventall molt ampli de residències que ofereixen:

- Fàcil accessibilitat.
- Espai personal privat on poder crear la pròpia atmosfera de treball.
- Treballar en un context artístic i social ideal per a l'intercanvi de coneixement i el treball en xarxa.
- Espai còmode i confortable de residència (oficina de producció, cuina, espais comuns de descans).

A l'Estat espanyol, aquest tipus de produccions es porten a terme amb teatres, els quals aporten els seus espais i la infraestructura tècnica. Les contrapartides que es requereixen normalment són l'estrena o preestrena de la peça, però també la imatge corporativa de l'entitat a tot el material de difusió (web, blog, fullets, *flyers*, butlletins d'informació).

2) Laboratoris de creació

Els **laboratoris** són centres de creació artística independents, normalment gestionats per artistes o companyies que depenen dels ajuts públics. Aquests espais de treball són concebuts per a treballar més la recerca i els processos creatius que el resultat final.

El centre, com a productor, posa a l'abast de la companyia o el creador un acompanyant artístic perquè li faci el seguiment durant el procés creatiu. En aquest cas no es requereix una presentació pública del resultat perquè, com s'ha dit, allò important és el desenvolupament del treball.

Aquest tipus de produccions són habituals a algunes àrees d'Europa com Holanda, Flandes o el Regne Unit. Malauradament, al nostre país hi ha molt pocs laboratoris. A Barcelona, La Porta té el programa "3 processos de creació", en què de manera modesta generen un espai per a la creació i ofereixen acompanyament artístic perquè els creadors puguin treballar des de la "prova-error".

Es parla de **coproduccions** quan més d'una estructura col·labora conjuntament perquè un projecte artístic es faci realitat. Les formes de coproducció són molt variades segons els diferents agents implicats (centres de creació, teatres, festivals, xarxes) i la natura del projecte.

L'IETM (Informal European Theatre Meeting) va publicar un informe sobre les diferents formes de coproduccions a Europa amb el títol *International coproduction & touring*, redactat per Guy Cools (exproductor del Vooruit Centre). En aquest document es presenten dos tipus de coproduccions:

1) El primer i el més comú és quan la producció d'un projecte artístic és compartida per diferents productors (festivals, centres, xarxes). En aquest cas, els coproductors col·laboren per a facilitar i crear les condicions (amb infraestructura i finançament) necessàries per a la realització del projecte.

2) El segon cas és quan dues o més estructures uneixen les seves forces per a desenvolupar una proposta artística comuna. Normalment, aquestes coproduccions es donen en contextos interdisciplinaris amb l'objectiu d'intercanviar diferents competències artístiques. Aquests tipus de coproducció són força habituals als països del nord d'Europa.

Com s'ha vist, cada projecte requereix una manera particular de coproducció, depenent de la seva natura i de les característiques dels coproductors. En termes generals, es pot parlar de quatre models per a la coproducció d'un projecte artístic:

1) **El cofinançament o prefinançament.** La raó principal per la qual les companyies o artistes necessiten coproductors és per a cobrir les despeses totals del seu projecte. No hi ha cap regla fixada. Cada coproductor aporta el % acordat segons les seves possibilitats, tot i que també és molt important el poder de seducció dels que negocien.

2) **Les residències.** Ja s'ha estudiat a la part de produccions.

3) L'anomenat *commissioning work*. En aquest model, les relacions entre l'artista o companyia i les diferents institucions parteixen d'un plantejament diferent del que s'ha vist fins ara. L'artista no presenta el seu projecte als coproductors sinó que són ells mateixos els que li encarreguen un treball artístic concret, d'acord amb el projecte que estiguin desenvolupant.

4) **Les coproduccions artístiques.** Aquest model de col·laboració es produeix entre artistes o companyies, els quals decideixen compartir un projecte en què cadascuna de les parts aporta les seves competències artístiques i els recursos materials de què disposa.

Per a assolir la coproducció d'un projecte, és important tenir en compte les recomanacions de Guy Cools següents:

- L'artista o la companyia han de donar prioritat al contingut artístic del projecte. No s'ha de pensar a partir de les condicions de coproducció. Com ja s'ha esmentat, primer és la idea i després la recerca del finançament que ho faci viable.
- La coproducció és un recurs complementari del projecte. D'aquesta manera, l'artista o la companyia han de desenvolupar una estructura sòlida de base.
- Les coproduccions són com una relació matrimonial: hi ha d'haver un compromís real, basat en la confiança, perquè el projecte és porti a terme amb èxit. Sovint, els processos de treball esdevenen llargs, per tant la comunicació ha de ser contínua i fluida.
- És recomanable parlar de les regles escrites i no escrites d'hospitalitat: d'una banda, s'han d'oferir les millors condicions de treball i de l'altra, s'han de respectar les normes del lloc on es treballa.
- La comunicació és un element intrínsec al projecte artístic. D'acord amb això, és necessari treballar els tres elements bàsics: emissor-missatge-receptor. Tant l'emissor com el receptor han de tenir la mateixa informació sobre el projecte. S'han de trobar els canals de comunicació adients per a fer difusió dels missatges de la manera més clara possible.

A partir de la darrera crisi econòmica, les institucions públiques han retallat considerablement els pressupostos destinats a cultura. Com que les arts en viu mai han arribat a consolidar les bases per a crear un teixit fort, aquestes mesures estan afectant el sector d'una manera molt forta.

Ara més que mai, les companyies han de trobar diferents coproductors per a fer realitat els seus projectes artístics, fins i tot fora del territori nacional. Però és important remarcar que han de valorar la inversió en temps i diners que aquestes col·laboracions internacionals requereixen. Com afirma Guy Cools, les coproduccions internacionals no són una obligació sinó una elecció.

2. El sector privat

2.1. Patrocini

El patrocini és:

"un instrument de comunicació i una inversió social de l'empresa, així com una font de finançament de projectes i entitats."

Pere Clotas (2008). *El Patrocini empresarial*. Madrid: LID Editorial Empresarial ("Seny i Rauxa").

A l'Estat espanyol, el finançament privat de la cultura no està gaire desenvolupat. El sector cultural encara té moltes barreres que no li permeten assolir patrocinadors, com per exemple, el desconeixement del mercat cultural per part de les empreses i la intangibilitat de molts actius culturals.

Des de fa uns anys, la percepció de les empreses ha variat envers la cultura, i els projectes de caràcter social són més atractius. Per tant, caldria millorar el sistema d'incentius fiscals per al desenvolupament del patrocini privat cultural.

El patrocini relatiu a projectes d'arts en viu es dona principalment en música (festivals i grans teatres com el Liceu o el Teatre Reial). Hi ha diferents motius com: un públic reduït, les contrapartides que s'ofereixen a les empreses són insuficients, la manca d'un pla de comunicació i, en general, tot això esdevé perquè aquest tipus de projectes no disposen d'estructures i personal que s'encarregui d'aquesta matèria.

Pere Clotas proposa una metodologia per a la captació de recursos de patrocini. Per a portar a terme un pla, les tasques són les següents:

- Definir el projecte i les accions per a buscar patrocinador.
- Planificar totes les accions (recerca d'empreses, contactes, visites, etc.) amb temps d'antelació.
- Realitzar les accions segons calendari.
- Controlar que es respecti el pla d'acció.
- Avaluar els resultats.

És necessari preparar un document escrit perquè les empreses el puguin analitzar, i així valorar la proposta. A més, és recomanable fer la primera reunió amb una presentació en Power Point amb la informació més rellevant, exposada de manera fàcil i sintètica.

Les fases per a treballar el pla de patrocini són aquestes:

Lectura recomanada

Lluís Bonet (2002). *Llibre blanc de les indústries culturals de Catalunya*. Barcelona.

Lectura recomanada

Pere Clotas (2008). *El Patrocini empresarial*. Madrid: LID Editorial Empresarial ("Seny i Rauxa").

- 1) Preparació del dossier de presentació. Un document en què es presenti el projecte, amb els objectius, el tema del patrocini i qui ho sol·licita.
- 2) Preparació de la proposta de patrocini: les motivacions per als patrocinadors, els valors del projecte, la proposta econòmica i les contrapartides que s'ofereixen.
- 3) Selecció d'empreses, relacionades amb alguna característica del projecte.
- 4) Contactar i establir les relacions amb les empreses. El primer contacte és per telèfon i després s'envia un correu electrònic amb un breu resum de la proposta. Si interessa, es concreta una primera reunió. És recomanable anar a la reunió amb una presentació amb imatges, idees bàsiques, contrapartides, etc.
- 5) Formalització i seguiment. Les dues parts signen el contracte amb els acords assolits; el tractament fiscal i el seguiment del conveni.
- 6) Dispositius de control i eficàcia del pla. Establir uns indicadors per a poder valorar l'èxit del patrocini (per exemple, un qüestionari cada dues setmanes i una reunió mensual amb l'equip per a parlar de l'evolució i els resultats).

2.2. Altres vies de finançament: el *crowdfunding*

Al llarg de la història, hi ha hagut molts exemples de finançament col·lectiu a teatres i òperes, els quals no rebien suport del Govern però es mantenien gràcies a aquestes aportacions.

A partir de la segona meitat del segle XX, les institucions públiques van aplicar un sistema d'ajuts per al finançament dels projectes culturals amb l'objectiu de constituir un teixit estable.

Però la reducció dels pressupostos dels darrers anys al sector cultural ha fet que festivals, teatres i companyies busquin vies alternatives per al finançament dels seus projectes. Amb el desenvolupament de les TIC i la societat del coneixement, ha sorgit una proposta alternativa anomenada *crowdfunding*.

Crowdfunding és un terme anglosaxó que s'ha traduït al català per *finançament col·laboratiu* o *micromecenatge*. Es tracta d'un mecanisme de finançament col·lectiu basat en microdonacions d'una gran massa de mecenes, amb l'objectiu de fer realitat un projecte.

Cada mecenes rep una sèrie de béns o beneficis futurs en funció de l'èxit del projecte. Aquests beneficis depenen de la quantitat aportada. D'aquesta manera, el finançament col·laboratiu, mitjançant aquestes plataformes especialitzades en línia, exigeix màxima transparència en tot el procés, des de la concreció dels objectius del projecte fins a les compensacions.

Web recomanada

<http://lluisbonet.blogspot.com/search/label/Finan%C3%A7ament%20i%20patrocini>

El finançament col·laboratiu crea un sentiment col·lectiu d'unió en què els mecenes viuen experiències que no es poden comprar. A més, crea uns vincles entre el creador i el públic que van més enllà de les aportacions. El fet de participar activament en el procés de producció fa una sensació de satisfacció que va més enllà del producte final.

A l'Estat espanyol, les plataformes relacionades amb projectes culturals són Verkami, Lanzanos i Goteo. Alguns països d'Europa s'estan sumant a aquesta iniciativa. Al Regne Unit, trobem WeDidThis i a Holanda, Sellaband, aquesta última especialitzada en música.

Aquesta forma de finançament s'està presentant com una possible sortida per a creadors que no assoleixen el seu públic. Però aquesta idea entra en contradicció amb la natura de la plataforma perquè sense públic, no hi ha projecte.

El *crowdfunding* és una forma de finançament alternativa, però, no pot arribar a ser substitutiva. Els creadors han de treballar per a assolir un equilibri entre els ajuts públics, el patrocini privat i aquestes altres vies.

Que la realitat dels projectes artístics depengui de l'Administració pública genera molts desequilibris en l'àmbit creatiu, econòmic i social. Per això, és important trobar nous models alternatius i crear fórmules mixtes per al finançament dels projectes.

A l'inici del 2011, Tucamon va organitzar a Madrid el primer festival de *crowdfunding*.

Bibliografia

Blog de Jorge Luis Marzo: <http://soymenos.wordpress.com/>

Blog de Lluís Bonet: <http://lluisonet.blogspot.com/>

Bonet, Lluís (2002). *Llibre blanc de les indústries culturals de Catalunya*. Barcelona.

Clotas, Pere (2008). *El Patrocini empresarial*. Madrid: LID Editorial Empresarial ("Seny i Rauxa").

Guía del programa Cultura 2007-2013 (2008). Madrid: Ed. Ministerio de Cultura.

Cool, Guy (2004). *International & co-producing touring*. Ed. On-the-move and IETM. Primera edició. 2007, versió castellana.

Webs d'interès

Institucions públiques

Ministeri: <http://www.mcu.es/artesEscenicas/index.html>

Generalitat: <http://www.gencat.cat/temes/cat/cultura.htm>

Unió Europea: http://ec.europa.eu/culture/index_en.htm

Residències

Centro Párraga (Estat espanyol): <http://www.centroparraga.es/>

Nau Còclea (Catalunya): <http://www.naucoclea.com/>

Espai AdriAntic (Catalunya): <http://www.lantictatre.com/AdriAntic/AA.html>

Parc La Vilette (França): <http://residencesvillette.srv841.sd-france.net/english/Home.html>

Ufa Fabrik (Alemanya): <http://www.ufafabrik.de/>

Art Terra (Portugal): <http://arterra-residencias.blogspot.com/>

Blast Theory (Regne Unit): <http://www.blasttheory.co.uk/>

Laboratoris

Metal Culture (Regne Unit): <http://www.metalculture.com/>

WP Zimmer (Bèlgica): <http://www.wpzimmer.be/>

Arts Admin (Regne Unit): <http://www.artsadmin.co.uk/>

Exemples de produccions i coproduccions

Juan Domínguez, *Blue* <http://juandominguezrojo.com/?p=44#more-44>

Angélica Liveddl, *La casa de la fuerza* http://www.teatrelliure.com/cas/programa/temp1011/14r_lacasa1.htm

Lagartijas tiradas al sol, *El rumor del incendio* <http://www.kfda.be/en/content/el-rumor-del-incendio>

René Pollesch, <http://www.kfda.be/en/content/ich-schau-dir-die-augen-gesellschaftlicher-verblendungszusammenhang>

Thomas Hauert, *You've changed* <http://www.kfda.be/en/content/youve-changed>

Natasha Davis, *Suspended* <http://www.natashaproductions.com/>

Patrocini

Brighton Festival Fringe (Regne Unit): <http://www.brightonfestivalfringe.org.uk/sponsors/?id=6>

Festival ImPulsTanz (Àustria): <http://www.impulstanz.com/partners/>

Festival Grec (Catalunya): <http://grec.bcn.cat/patrocinadors>

Feria Internacional de Teatro de Huesca (Estat espanyol): <http://www.feriadeteatroydanza.com/es/noticias/>