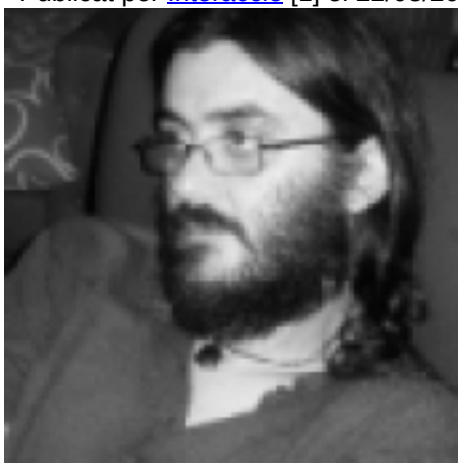
Crowdfunding. Apuntes críticos en torno a la financiación alternativa de la cultura

Publicat per Interacció [1] el 22/03/2016 - 09:17 | Última modificació: 31/03/2016 - 09:11



David Ruiz [2] | Economía y Cultura [3]

La gestión cultural y las políticas culturales hoy en día no se entienden sin uno de sus capítulos centrales: la **financiación de la cultura**. Y la financiación torna más sustancial cuanto más difícil sea conseguirla. Los datos y la dificultad que manifiestan los agentes culturales para conseguir acceso a esa financiación nos hacen suponer un cambio de paradigma en el que:

- **O la actividad cultural y creativa ha perdido peso e importancia social por múltiples razones**
- **O vivimos un cambio de paradigma económico**
- **O ambas son ciertas y se retroalimentan.**

Los recursos públicos no llegan o no existen y la financiación privada escasea en ciertos sectores aparentemente menos productivos y/o más pequeños. En este contexto y con más ánimo de supervivencia que de exploración de nuevos canales de financiación, la cultura intenta hacerlo a través del crowdfunding o la micro financiación colectiva.

Hay mucho escrito y publicado en torno a ello, como ahora esbozaremos, así que nuestra tarea en esta entrada del blog, por tanto, no tendrá que ver con descubrir nada nuevo sino con reflexionar sobre alguno de los aspectos más destacados de esta modalidad de financiación, su aparente carácter novedoso, participativo y democrático.

La tesis de la que partimos

El crowdfunding constituye una excelente herramienta de financiación de pequeños proyectos culturales y creativos que, a la vez, supone la generación de un espacio de democratización de la economía y de alternativa a los canales habituales de financiación que conforman la banca y los *poderes*tradicionales.

La historia

A pesar de que, habitualmente se fija el año 1997 como el del nacimiento de crowdfunding cuando la banda británica Marillion consiguió financiar su gira por los EEUU con donaciones a través de Internet, esta variedad de financiación no es tan reciente. **El hecho diferencial ocurrido en 1997 fue el uso de la red Internet**. De hecho, unos años antes, en 1989, la banda de rock Extremoduro, en España, en un caso paradigmático de preventa, consiguió recaudar dinero suficiente para grabar su primer disco. He aquí un claro ejemplo de la vinculación entre el crowdfunding y la comercialización como conceptos que, en estos casos, se confunden.

Continuando en la búsqueda de orígenes, es común recurrir a diversos ejemplos, en primer lugar, la financiación

del pedestal de la Estatua de la Libertad o de diversos santuarios, templos o iglesias financiadas con donaciones de los fieles, por otra parte, el recurso a las "suscripciones" para financiar algunas de sus creaciones que tomaron compositores tan destacados como Mozart o Beethoven, es una clara apelación al crowdfunding (en este caso, en los siglos XVIII y XIX). En definitiva, **el crowdfunding o la micro financiación colectiva es tan antigua como la propia necesidad de financiarse**. Con o sin Internet. Sin embargo, la aparición de la red supuso una mutación tal que dio lugar a una realidad aparentemente diferente (incluso con una nomenclatura diferente, aparecida en 2008 tras el artículo "The Rise of Crowdfunding" de Jeff Howe y Mark Robinson). Este es el lugar desde el que parte nuestra reflexión.

El contexto

En esta reflexión pretendemos analizar el concepto "crowdfunding", la financiación colectiva de proyectos y sus implicaciones en el ámbito de la cultura y la creatividad. Como ya hemos señalado, hay bastantes artículos y publicaciones relativas a la micro financiación colectiva en este ámbito, nuestra tarea aquí no consistirá, por tanto, en examinar todos y cada uno de los datos que lo definen (cantidades económicas, proyectos logrados, implementación en el tejido social, edades, geografía, etc.) sino en, precisamente, considerar **qué supone e implica esta "nueva" fuente de financiación "alternativa".**

Para realizar una breve definición y conceptualización, atendemos al planteamiento de Joachim Hemer en "*A snapshot on crowdfunding*" en *Working papers firms and region* (2011) en el que señala que el crowdfunding deriva de la idea y del término *crowdsourcing* que se refiere a **la externalización de tareas entre la comunidad, en este caso concreto respecto de la búsqueda de financiación y recursos económicos.**

En esta obra y de acuerdo con los autores Lambert y Schwienbache, Hemer define el crowdfunding: *"Crowdfunding involves an open call, essentially through the Internet, for the provi-sion of financial resources either in form of donations (without rewards) or in ex-change for some form of reward and/or voting rights in order to support initiatives for specific purposes"*; a saber:

- **Es una herramienta de búsqueda de financiación para un proyecto o fin específico**
- **a cambio de alguna "recompensa" o "derecho" (en el caso que, especialmente, nos concierne)**
- **implicando una convocatoria abierta (busca financiación entre un universo ingente de potenciales mecenas-inversores sin definirlos ni acotarlos)**
- **y necesitando inexorablemente Internet, al menos, tal y como entendemos el crowdfunding hoy (muy diferente a los tiempos en los que Mozart o Beethoven hacían uso de la *financiación colectiva* a través de "suscripciones")**

Siguiendo la tesis del más que recomendable estudio "*Modelos de financiación Alternativa. Crowdfunding para proyectos de innovación cultural"* (un informe realizado por Colaborabora para Karraskan en 2015) situamos cuatro modalidades de crowdfunding: "a pesar que el término crowdfunding se está sofisticando día a día en cuanto a los modelos, podemos considerar aquí las cuatro tipologías básicas que están globalmente extendidas: **donation crowdfunding** (crowdfunding de donaciones), **reward crowdfunding**(crowdfunding de recompensas), **crowdfunded lending** (crowdfunding de préstamos) y **equity crowdfunding** (crowdfunding de inversión)". Aun así, a efectos de nuestra reflexión, especialmente en torno a la ley española que pretende regularlo, operaremos con una triple división uniendo en el mismo tipo el crowdfunding de recompensa y donaciones por cuanto, aun siendo el más usado en el ámbito cultural, es el "olvidado" por la ley.

La ley en España

Siendo el crowdfunding una herramienta de financiación de proyectos, empresas, etc. que, aunque no sea puramente nueva, sí está ocupando un lugar importante en el marco de las herramientas de financiación más allá de los "cauces tradicionales", era cuestión de tiempo que se aprobasen marcos legales que lo regularan específicamente. Así, la Ley 5/2015 de 27 de abril de Fomento de la Financiación Empresarial intenta "abordar" esta realidad en su Título V.

Antes de entrar en detalle en las implicaciones que esta ley tiene y cómo su engarce, su contenido e, incluso, su propia nomenclatura determinan el papel que va a jugar este tipo de financiación en España durante su vigencia, consideramos conveniente el planteamiento de un pequeño excurso en torno a la propia idea de regulación:

Una de las actividades que mejor define a un estado es el modo en que éste*regula* las relaciones entre los individuos y entidades que lo componen. Desde la mayoría de conceptualizaciones e ideas de estado, una de sus funciones es la de normalizar las relaciones, también comerciales y/o económicas, entre dos partes. Resumiendo (tal vez, demasiado), podemos encontrar tesis que manifiesten que esa regulación consiste en garantizar la no injerencia de ninguna parte más que las afectadas, ni siquiera y especialmente el propio estado, en esa relación comercial; y en otro extremo, las tesis que manifiestan que la regulación consiste en el establecimiento de límites y normas en esas relaciones con la idea de garantizar el bien común y los derechos y propiedades de todas las partes, incluyendo el propio estado. Recordemos que ya hemos atendido al contrato social y especialmente a su vinculación con la temática de este blog aquí [4].

Así, esta casi grosera simplificación nos sirve para acercarnos a la ley de Fomento de la Financiación Empresarial, concretamente a su Título V que regula el régimen jurídico de las Plataformas de Financiación Participativa y, en ese sentido y de algún modo, legisla el crowdfunding en España.

Pero, a pesar de intentar satisfacer la necesidad de legislar la financiación colectiva del mismo modo que se regulan el resto de relaciones comerciales, esta ley ha obviado la realidad de los proyectos culturales que pretenden financiarse colectivamente. Así:

- Esta ley regula, en primer lugar, el crowdlending, esto es, los préstamos P2P, una modalidad de inversión en la que inversores “particulares” prestan pequeñas cantidades a empresas para la realización de proyectos. Estas cantidades serán devueltas con intereses (finalizando así la relación comercial entre el inversor y la empresa-proyecto)
- Regula, en segundo lugar, el equity crowdfunding: el micro mecenazgo accionarial, es decir, pequeños inversores que financian un proyecto a cambio de, a diferencia de la modalidad antes citada, participar, proporcionalmente, en el tejido accionarial de la compañía.
- **Pero, en tercer lugar, deja en el aire y sin legislar específicamente, una de las modalidades más usadas para la financiación de proyectos culturales, el crowdfunding de recompensa. Esto es, los proyectos financiados colectivamente en el que los inversores reciben una recompensa “en especie”.**

De esta manera, la ley regula el papel de los inversores diferenciando, principalmente en función de la cantidad invertida y su entidad, entre inversores acreditados y no-acreditados; regula también las cantidades que las empresas y proyectos pueden recibir (hecho que ha supuesto diversas críticas a la ley porque parece diseñada para que las entidades financieras tradicionales no pierdan su cuota de mercado), y regula también las plataformas de financiación participativa como intermediarias entre inversores y empresas (o proyectos). Pero, como apuntábamos, ha quedado sin legislar el crowdfunding de donaciones y de recompensa.

Desde nuestro punto de vista, esta modalidad de financiación colectiva sigue siendo inversión en cierto modo y, en todo caso, es precompra y comercialización.

Puede ser inversión por cuanto el inversor recibe más de lo que ha invertido (el valor de lo recibido “en especie” puede superar la inversión, a veces no sólo monetariamente, sino que habríamos de **sumar el valor emocional de “formar parte de un proyecto”**). Es muy interesante reflexionar sobre cómo las donaciones aportan al donante algo más que lo puramente ha donado.

Y es comercialización en tanto que por una cantidad económica recibes un producto. Esto es, financiación de proyectos culturales a través de la comercialización… así señalado puede parecer que no hay nada nuevo bajo el sol, la diferencia estriba, a nuestro juicio, en la estrategia de comunicación (a la que ahora haremos referencia). **Internet ha supuesto un hecho diferencial en el que la comercialización puede universalizarse y, por tanto, puede comercializarse todo y dirigido a todo el mundo (casi literalmente)**

Introducción a los datos

Aún carecemos de datos fiables y completos para poder vislumbrar en su completa dimensión el crowdfunding, no obstante, resulta bastante ilustrativo el análisis del estudio “*Moving Mainstream. The European Alternative Finance Benchmarking Report*” (2015) de Robert Wardrop, Bryan Zhang, Raghavendra Rau y Mia Gray. En esta reciente publicación en la que se descomponen y analizan cuantitativamente las fuentes de financiación alternativas, podemos apreciar el destacado papel que juega el crowdfunding y su aumento exponencial en los últimos años (el

mercado de financiación alternativa creció en Europa un 144 % en 2014 respecto del año anterior; desde 1.211 millones de euros en 2013 a 2.957 millones en 2014, destacando sobremanera el Reino Unido).

No obstante, a pesar del evidente crecimiento de estas modalidades de financiación, insistimos en **poner en suspenso aún estos datos**. Es más, incidiendo en la falta de datos fiables, el propio estudio citado afirma lo siguiente: "*Although a number of studies, including those carried out by the University of Cambridge and its research partners, have documented the rise of crowdfunding and peer-to-peer lending in the UK,* ***we actually know very little about the size, growth and diversity of various online platform based alternative finance markets in key European countries***" (el resaltado es nuestro), esto es, **parece que es pronto para situar como definitivos los datos relativos a la financiación alternativa y, en concreto, al crowdfunding**. También se ponen en cuestión los citados datos en el estudio elaborado por Eva Sastre Canelas y tutorizado por el profesor Lluís Bonet "*El crowdfunding de recompensa cultural en España. Análisis de los proyectos culturales publicados en Verkami desde el punto de vista de los autores*" (2015)

Una reflexión

Así pues, volviendo a la idea que vertebra este relato, **la financiación ha tornado el elemento clave en el desarrollo de los proyectos culturales y creativos, no tanto por constituir su esencia (aunque la determina, en la línea de la deriva economicista de nuestra sociedad) sino por convertirse en *conditio sine qua non***: La financiación es *bastante compleja* en nuestro contexto socio económico de "crisis" y redefinición del paradigma económico-político. Y sin financiación no existen proyectos, por pequeña que sea la financiación requerida.

En la última década ha ido aumentando la dificultad en el acceso a la financiación de proyectos culturales y creativos. **Por una parte, se ha reducido la financiación pública** destinada a este tipo de proyectos (ayudas, subvenciones, préstamos públicos en condiciones favorables, etc.); **por otra parte, el acceso a la financiación privada ha sufrido también un extraordinario retroceso** y aumento de la dificultad: las entidades financieras privadas no conceden créditos (¡salvo que no los necesites…!) y la banca pública no existe. Es decir, ni desde el estado (en su presumible condición de garante de desarrollo de la creatividad y la cultura en un territorio), ni desde el mercado (a pesar del *mantra* mil veces repetido "la cultura crea riqueza y es un potente sector económico") es accesible la financiación para pequeños proyectos culturales y creativos.

Y es de gran importancia aquí el uso del adjetivo "pequeño" (el tamaño importa, señalábamos en otra [5] ocasión); **los grandes proyectos culturales tienen más fácil acceso a financiación, sean o no rentables, y los pequeños proyectos suelen partir de pequeños capitales iniciales y con pequeñas garantías**. Así, surge la necesidad de búsqueda de nuevas formas de financiación de estos proyectos. Entre ellas destaca el crowdfunding, el micro mecenazgo o financiación colectiva a pequeña escala.

Volvemos a la tesis inicial para cuestionar varios de los supuestos que subyacen en la misma. Estamos entendiendo el crowdfunding como:

- Una fuente de financiación que crece a un ritmo vertiginoso
- Un espacio de democratización financiera
- Alternativo a los canales tradicionales de financiación
- Colaborativo

En nuestro análisis hemos señalado que el análisis cuantitativo de los datos aún no está asentado y que, por tanto, hemos de poner en suspenso. Por otra parte, también hemos dejado claro en este blog que **ninguna fuente de financiación es neutral** (aquí [6]y aquí [7]), el crowdfunding tampoco. Si un agente financiador no es neutral, tampoco tienen por qué serlo un millón, es decir, estamos suponiendo que una masa de voluntades tiene más razón que una sola voluntad. Y ahí entramos en la consideración de "eminentemente democrática" que tiene esta herramienta de financiación. Es evidente que un proyecto financiado por mil personas tiende a ser financiado por mil razones frente a una razón única que pudiéramos encontrar con un solo agente financiador. Pero siendo los recursos finitos, habrá proyectos que queden sin financiar. **¿El hecho de que individuos particulares hayan financiado un proyecto frente a otro hace mejor a este proyecto?** Podríamos, por tanto, considerar esta generalización como una aproximación a la ***falacia ad populum***. (...)

Segueix llegint aquest article [8] i altres anàlisis a Economía y Cultura [9]

Inicia sessió [10] o registra't [11] per enviar comentaris

Etiquetes: micromecenatge
Etiquetes: crisi
Etiquetes: desenvolupament
Etiquetes: finançament

- [12]

URL d'origen: https://interaccio.diba.cat/CIDOC/blogs/2016/crowdfunding-apuntes-criticos

Enllaços:
[1] https://interaccio.diba.cat/members/interaccio
[2] https://interaccio.diba.cat/members/ruizruizd
[3] http://economiaycultura.wordpress.com/
[4] https://economiaycultura.wordpress.com/2015/04/03/del-contrato-social-a-la-privatizacion-de-los-bienes-culturales/
[5] https://economiaycultura.wordpress.com/2015/06/15/el-tamano-importa-gobernanza-y-financiacion-de-la-cultura-en-los-municipios-2/
[6] https://economiaycultura.wordpress.com/2014/03/23/financiacion-de-la-cultura-y-capital-privado-en-instituciones-publicas-primera-parte/
[7] https://economiaycultura.wordpress.com/2015/06/17/nuevas-herramientas-de-financiacion-de-la-cultura-en-los-municipios-3/
[8] https://economiaycultura.wordpress.com/2014/12/22/la-pequena-industria-cultural-en-torno-a-microempresas-autoempleo-emprendimiento-y-contradicciones/
[9] https://economiaycultura.wordpress.com/
[10] https://interaccio.diba.cat/
[11] https://interaccio.diba.cat/form/alta-comunitat
[12] https://interaccio.diba.cat/node/6539