

## CÓRDOBA

## EMPRESA

- Emprendedores usan el 'crowdfunding' o financiación colectiva para sacar adelante sus proyectos
- El sistema se basa en la aportación económica a través de internet con una recompensa



Sara Rubio (izquierda), socia de Poliédricom, en una ponencia.

# Buscando MECENAS del siglo XXI

## Ángela Alba

El mecenazgo ha sido históricamente uno de los sistemas más recurrentes de financiación de proyectos, principalmente culturales y científicos. Con los siglos este tipo de patrocinio ha ido variando desde el perfil de un individuo o familia con poder económico que apoyaba a un artista hasta el de una empresa pública o privada que ayuda en la realización de proyectos de diversa índole. Sin embargo, por las condiciones económicas y sociales actuales este método ha evolucionado hasta el *crowdfunding* o micromecenazgo, una cooperación colectiva que se suele realizar a través de internet.

En los últimos años han proliferado plataformas dedicadas a este tipo de microfinanciación y cada vez son más los colectivos que se animan a embarcarse en ellas para llevar a cabo un proyecto. El método es sencillo: los promotores de una iniciativa la cuelgan en alguna de estas web, plantean un objetivo de financiación y buscan pequeños contribuyentes a los que obsequian con vivencias, regalos o descuentos sobre el producto final financiado.

La compañía cordobesa Círculo Teatro se ha animado a utilizar este método para recaudar fondos para su segunda obra, *Hysteria*. Ellos han elegido la web Verkami y tienen hasta el 17 de marzo para alcanzar los 3.000 euros que han propuesto, de los que ya han



Vecinos de la Fuensanta, durante la preparación del vallado del huerto con palés de madera.

superado más de la mitad. Los interesados en colaborar con este proyecto pueden hacerlo a través de <http://www.verkami.com/projects/4444-hysteria-de-circulo-teatro> y su aportación puede ir desde diez a 200 euros. En función de su ayuda, la recompensa será un cartel firmado por los actores y la aparición en la lista de mecenas en redes sociales y web; dos entradas para una función especial para mecenas, coloquio con los actores, una copa de vino y canapés o la asistencia al estreno, un DVD con la obra y una cena, entre otras.

*Hysteria* está basada en *Agnes de Dios*, de John Pielmeier, un texto complejo con el que la compañía persigue la búsqueda de emoción en el público y plantear un

debate entre razón y fe. En la obra, que se desarrolla en el interior de un convento, aparecen tres personajes: una doctora, una novicia y la madre superiora. Con ella quieren seguir la línea de su anterior montaje, *Pedro y el capitán*, y hacer un teatro íntimo que se dirige a un público cercano. El preestreno será el 22 de marzo en la Escuela de Arte Dramático de Córdoba sólo para mecenas.

Según explica Antonio Aguilar, miembro de Círculo Teatro, han decidido apostar por el *crowdfunding* por "la situación económica y los recortes que se están produciendo en subvenciones", que además se suelen dar a las compañías grandes. Con este sistema están teniendo "la satisfacción de que gente anónima

colabora con nosotros, se anima a que el proyecto salga adelante y confía en Círculo Teatro".

Otro emprendedor que ha apostado por desarrollar una iniciativa a través de Verkami es Suda Sánchez. Este guionista y realizador ha colgado en esta plataforma un proyecto para grabar el cortometraje *La buena muerte (Cristo de)*, que quiere financiar así al 50%. En otras ocasiones había hecho "una especie de colecta entre amigos" y ahora quería "abrirlo a todo el mundo para saber de antemano si el proyecto era atractivo para el público; como una manera de tomarle el pulso".

También es la primera vez que él recurre a este sistema. Lo conoció porque algunos amigos suyos lo habían utilizado con

éxito y además ha participado como mecenas en otros proyectos. Para Sánchez la principal ventaja "es saber si el proyecto, tal y como tú lo presentas, tiene éxito, tiene aceptación, si va a resultar interesante". En su caso la mayoría de las aportaciones están llegando del *mundillo* y de amigos pero también de personas que no conoce que suelen tener "inquietudes culturales", que también tienen proyectos en Verkami o suelen participar habitualmente en esta red.

*La buena muerte (Cristo de)* es "una especie de *thriller* rural con aire de *western* andaluz pero contemporáneo". La protagonista es una chica con problemas de alcohol a la que, "cuando está totalmente desahuciada, alguien le propone un plan que consiste en ofrecerle un depredador sexual a su víctima a cambio de una recompensa", expuso el productor cordobés.

Los interesados pueden colaborar con este cortometraje hasta el 3 de marzo en <http://www.verkami.com/projects/4213-la-buena-muerte-cristo-de>. Las aportaciones pueden ser desde 20 a 500 euros y las recompensas van desde el DVD, una edición especial de la cinta, acceso a los distintos montajes del cortometraje durante la fase de edición o aparecer en los créditos como productor.

Aunque la mayoría pertenecen al ámbito de la cultura, en Córdoba también existen proyectos enmarcados en otros sectores, como

la puesta en marcha por parte de vecinos de un huerto en un solar público del barrio de la Fuensanta. Magda Sánchez, una de las responsables de esta iniciativa, aclara que su objetivo es construir una valla en torno a un terreno destinado a sembrar. En octubre de 2012 un grupo de vecinos puso en marcha este huerto y lo protegió con unos palés de madera pero sufrió vandalismo y “arruinaron la huerta de invierno”. “Tomamos la decisión de que había que instalar una valla metálica para que no la puedan quemar y como no disponemos de dinero se nos ocurrió recurrir al *crowdfunding*” y a través de aportaciones “conseguir el presupuesto mínimo para poder limitar el huerto”, manifiesta.

Tras analizar varias plataformas de micromecenazgo eligieron Goteo, ya que “es una web bastante completa” y además “los proyectos que se financian a través de ella tienen una base social, como nuestro huerto” ya que se trata de una iniciativa vecinal. La campaña está teniendo mucho éxito ya que han superado el nivel mínimo de 620 euros. Ahora van hacia los 840 del nivel óptimo, lo que les permitiría construir una puerta.

Los premios que recibirán los mecenas, que pueden aportar desde cinco a 20 euros, van desde un broche de fieltro hasta una plaza para un taller infantil de manualidades o un espacio para un árbol frutal. Alrededor de 25 personas forman parte de este proyecto “abierto y gratuito”. Algunos de los vecinos habían participado anteriormente en campañas aportando pero nunca liderando. “Realmente creemos en este tipo de iniciativas y en que es posible llevarlas a cabo y el ejemplo lo tenemos aquí”, asegura Magda Sánchez. Los interesados pueden colaborar en <http://goteo.org/project/huerto-fuensanta>.

La búsqueda de patrocinio y mecenazgo ha ido en aumento en los últimos años debido a la difícil situación económica del país y con ello a la disminución de subvenciones. Esto ha ocasionado el surgimiento de empresas dedicadas a gestionar y fomentar estos sistemas de financiación, que tienden a diversificarse cada vez más. Una de ellas es la agencia de comunicación Poliédricom. Sara Rubio, directora de Cuentas y socia, explica que el *crowdfunding* “es el futuro para diferentes sectores, pero sobre todo para el de la cultura”. A su juicio “debemos apoyarnos en la financiación privada, de particulares, lo que es la financiación colectiva”, un método que “está de moda y que en otros países como EEUU, que fue donde se originó todo esto, funciona muy bien”. El hecho de que “el público forme parte activa en un proyecto es un futuro que ya es presente”.

En España actualmente existen más de 50 plataformas de *crowdfunding*. Las más importantes son Verkami y Lánzanos,



Círculo Teatro, durante la preparación de 'Hysteria'.



Suda Sánchez, trabajando en un rodaje.



El grupo de música Los Alimentos, que ha publicado su primer disco gracias al 'crowdfunding'.

aunque están surgiendo otras diversificadas por sectores (emprendedores, medio ambiente, proyectos sociales...).

Hay que tener en cuenta que los proyectos que suelen funcionar en España con este sistema no requieren cantidades muy elevadas de dinero. Además, si no llega al mínimo solicitado el promotor no recibe nada. Por este motivo, uno de los consejos que da Rubio es solicitar cantidades pequeñas, que no superen los 10.000 euros. También es fundamental que el proyecto cuente con el apoyo de una masa crítica, que se mueva por redes sociales y ofrezca contrapartidas originales.

En relación con esto, para el próximo 7 y 8 de marzo Poliédricom ha programado –en colaboración con la Agencia Andaluza de Instituciones Culturales– un taller titulado *Cómo desarrollar una propuesta de patrocinio para tu proyecto cultural. Claves para la búsqueda de financiación privada*, que se celebrará en la Filmoteca de Andalucía.

Aunque el boom de este método de micromecenazgo se está viviendo en la actualidad, en Córdoba el grupo Los Alimentos ya lo utilizó hace un año para sacar adelante su primer disco, *San Antonio*. El cantante, Nolo, explica que publicar un LP conlleva muchos gastos que van más allá de la grabación y edición y en el grupo no todos trabajan, por lo que era una inversión grande

Las claves son ofrecer contrapartidas originales y difundir la iniciativa por redes sociales

que no podían afrontar. A través de un amigo descubrieron la plataforma Lánzanos, la primera de *crowdfunding* surgida en España, y decidieron apostar por ella.

Los Alimentos necesitaban 3.200 euros y las aportaciones podían ir de cinco a 300 euros. Las recompensas que ofrecían eran acumulativas y podían ser aparecer en los créditos del disco, descarga gratis antes de su publicación, una camiseta de vinilo o un concierto en casa del mecenas. La mayoría de las financiaciones llegaron “de gente que nos conocía por haber tocado en su ciudad pero también de amigos y conocidos que querían ayudar”, expuso.

“Tuvinos ojo en el momento en el que hacerlo”, manifiesta Nolo, y señala que “la experiencia fue muy bien” aunque a la larga se dieron cuenta de que hay gastos derivados que no habían pensado, como el envío de los discos a casa de cada mecenas. Tiraron “a lo bajo” y pudieron grabar el disco y pagarlo, “pero para la edición y el videoclip tuvimos que poner dinero nuestro”. Aún así “nos ayudó mucho porque sino el total lo hubiéramos tenido que poner nosotros”.