



/ jornada XOC21

Relatoria Unconference

Qui paga la festa?

Dimarts 23 de novembre de 2020

Nau Bostik, Barcelona

Sessió Unconference sobre finançament cultural

La qüestió econòmica esdevé un **gran meta tema de la cultura**:

- En el món de l'empresa és fàcil. En canvi, en el món cultural és un tema controvertit. De fet, hi ha un **factor que es considera clau** a l'hora de valorar un projecte cultural: **EL RETORN**
- En el món de l'empresa, **perquè un projecte sigui viable ha de ser sostenible a tres nivells**:
 1. **Social**
 2. **Mediambiental**
 3. **Econòmic**

PERÒ, COM HO APLIQUEM EN EL MÓN CULTURAL? SOBRETOT A NIVELL ECONÒMIC. LA CULTURA NO HA DE TENIR BENEFICIS?

Com ho podem fer? Hi ha **diversos models**:

- Microfinançament
- Subvencions
- Nous formats com la taquilla inversa

APORTACIÓ 1. JORDI SOLÉ

El model de negoci en el sector cultural és imprescindible

- En aquest sentit, és indiferent si el projecte en el que treballem és sense ànim de lucre o no. Cal seguir el seu model.

Esdevé essencial **identificar qui "paga la festa"**. Trobem diversos agents:

- PÚBLIC
- ADMINISTRACIÓ PÚBLICA
És un client també. Cal tenir en compte les seves necessitats i demandes.
- EMPRESSES PRIVADES
-

En aquesta línia, podem pensar:

- En algú d'aquests agents
- En dos o més d'aquests agents

"LA MÉS GRAN INDEPENDÈNCIA ÉS LA INTERINDEPENDÈNCIA"

Tanmateix, el model escollit no ha de traïr el nostre propòsit cultural.

APORTACIÓ 2. EVA MARTÍ



“Com a artista, m’he hagut de pagar jo la festa per fer festa”. He hagut de tirar d’estalvis per fer les meves inversions.

Però **ELS ARTISTES TAMBÉ HAN DE DEMANAR I NO ELS HA DE FER VERGONYA!**

Treballar amb sponsors és difícil: no sempre es troba a algú que patrocina a gent de Km0. De fet, la cultura catalana ens fa demanar poc.

APORTACIÓ 3. DAMIÀ MARTÍNEZ

- La cultura no ha de ser festa **CAL REIVINDICAR EL PAPER DE LA CULTURA**
Si reconeixem el seu paper social i que és un bé essencial i, per tant, estructural, es fa indispensable **demanar subvencions a l’administració pública** **Els seus diners són nostres i cal que els administrin amb criteri*

Ara **tenim un repte**: HEM DE SER CAPAÇOS DE CAPTAR I GESTIONAR ELS FONS EUROPEUS. Algú s’ha de posar les piles perquè es concebi la cultura com a part consubstancial

APORTACIÓ 4.

“Trobo a faltar els canals per pagar: quan volem demanar diners a algú, **com els podem justificar?**”

- HI HA EQUIPAMENTS QUE NO PODEN JUSTIFICAR UNA ENTRADA DE DINERS QUE NO PROVINGUI DE L’ADMINISTRACIÓ PÚBLICA.
HEM DE NORMALITZAR ELS INVERSORS PRIVATS EN EL CAMP DEL PATRIMONI

APORTACIÓ 5.

Hi ha **països** que es financen amb **models híbrids** (públic/privat). En canvi, **aquí depenem 100% de l’administració pública.**

Els models híbrids són models més sostenibles en el temps.

- **Un model que depengui únicament d’una font econòmica no pot ser un model sostenible.** Estem parlant d’**ECOLOGIA FINANCERA**

APORTACIÓ 6.

Cal plantejar-nos **l’AUTOCONCEPCIÓ** que tenim:

- Com ens veiem nosaltres?
- **No ens hem de sentir venuts.** En moltes ocasions, quan demanem diners, sentim que ens comporta que coartem la nostra llibertat i creativitat. No és així

Tanmateix, **ÉS INDISPENSABLE FER XARXA ENTRE NOSALTRES**

- Falta molta connexió entre totes les parts.

APORTACIÓ 7.

Qüestió a tenir en compte: **PER A QUI ÉS LA FESTA?**

- Hem de **recuperar el diàleg amb el públic.**
Si volem fer cultura sostenible, hem de parlar amb el públic. No ens hem de tancar en nosaltres mateixos. Això no significa vendre’ns o ser comercial
PERÒ ÉS ESSENCIAL ENTENDRE QUE LA CULTURA FUNCIONA COM UNA



EMPRESA... I UNA EMPRESA HA DE VENDRE

APORTACIÓ 8.

Si ets una empresa, has de **buscar patrocini** cal entrar al cercle

- Sempre esperem que la administració pública ens doni diners. HEM DE SER ALTERNATIUS, ja que cada vegada és més complicat que l'administració pagui la festa.

BUSQUEM ALTRES MODELS = PATROCINIS?

APORTACIÓ 9.

Existeixen fundacions amb línies de finançament a les que hem hagut de recórrer... tenen una actitud paternalista i molts condicionants... TORNEM A ESTAR ATRAPATS

APORTACIÓ 10.

Hem de saber **qui és el nostre client** (no és pejoratiu):

- Públic
- Privat
- Administració pública

És inqüestionable que la cultura té un valor social i identitari. Però **HEM DE BUSCAR UN NOU VALOR PEL QUE LA GENT ESTIGUI DISPOSADA A PAGAR**

APORTACIÓ 11.

Pel que fa al **finançament privat**:

- Si bé es veritat que és una arma de doble fil hem **d'aprofitar-nos de la situació**
 - o Si ens fixem en el model de les **start-ups**:
 - També és un model maquiavèl·lic! Però no podem tancar els ulls!
HEM DE FER-HI FRONT
 - o Al final, aquestes empreses estan treballant per la professionalització del món cultural, aprofitem-nos
 - o L'empresa privada no ens perdonarà mai ni un cèntim

APORTACIÓ 12

Però qui paga el **procés creatiu**?

- Cal reivindicar un tracte digne pels artistes i donar suport

APORTACIÓ 14.

Cal crear models legislatius per millorar el tracte als creadors. Ens emmirallem amb el model francès?

Pel que fa a les **Caixes**:

- Ara hi ha hagut una involució. Aquestes han esdevingut bancs i han perdut la voluntat d'acció social.

PATROCINI/MECENATGE

- Patrocini: les empreses posen diners per treure'n un benefici. De fet, les grans

- empreses tenen interès en fer-ho per “rentar la imatge”
- Mecenatge: podria ser el model més adequat? Potenciem-lo

APORTACIÓ 15.

Encoratgem, doncs, a altres patrocinadors

APORTACIÓ 16.

No existeix a nivell local patrocini de projectes petits o mitjans.

- Mirem més enllà del crowdfunding perquè en aquests contextos no funciona...

CAL POTENCIAR LA CONNEXIÓ ENTRE PATROCINI I PETITS PROJECTES

Relator: Pep Marès