

ACOUSTERS

# Petites aportacions per a projectes culturals

## El micromecenatge ha obert les portes a artistes i gestors com a alternativa a la cultura subvencionada per les institucions

Acousters,  
en concert al Cara B  
(Torre de les Flors 36)  
15 de setembre de 2011 a les 22.00h.



La banda gironina Acousters ha llançat el seu primer disc aquest mes de març, i el poeta olotí David Caño traurà el seu tercer llibre el proper 23 d'abril. Tot, gràcies al micromecenatge, un tipus de finançament que, en certa manera, ja va formar part de Temporada Alta des dels seus inicis a través del Club de Mecenatge. És un moment per idear noves fórmules per tal de mantenir la cultura activa, tal com remarca el dramaturg banyolí Joan Solana.

ÍNGRID PUJOL > TEXT

**D**es de principis d'any, el ministre de Cultura, Educació i Esports, José Ignacio Wert, ha anat esbossant algunes idees centrals del que serà la futura llei de mecenatge. Amb aquesta norma es vol potenciar la participació dels ens privats en el finançament de la cultura, oferint desgravacions fiscals.

Tot i així, el sector cultural ja fa temps que es mou per trobar nous recursos econòmics per portar a terme projectes artístics davant la davallada dels ajuts públics. El micromecenatge —també conegut com a *crowdfunding*—, n'és un.

Parteix de la base de sumar aportacions individuals per finançar projectes de forma directa i col·lectiva. En les últimes dècades ja s'ha aplicat a països anglosaxons i escandinaus, on abasta no solament la cultura, sinó campanyes electorals o ajudes humanitàries.

### Verkami, una plataforma per a la creació

Acousters és un grup de cinc joves músics de les comarques gironines amb dos anys de trajectòria als escenaris i amb temes propis. Després de quedar semifinalistes a l'última edició del concurs Sona9, es van embranchar en l'aventura d'autoproduir-se un disc. Ja portaven un any fent concerts per arraconar diners quan van conèixer la plataforma Verkami. Al principi, no tots ho veien clar, però com que «tampoc no perdies res per provar-ho», s'hi van llençar. A finals del novembre passat, el seu projecte apareixia al web i tenien 40 dies per promocionar-se a través de les xarxes socials, donar-se a conèixer i aconseguir els 2.000 euros que demanaven, una part del cost total del projecte. «Ens pensàvem que només hi participarien els nostres familiars i amics, però ens vam endur moltes sorpreses», explica la banda. En menys de vint dies havi-



**Aquest primer disc, *Darrere la porta...*, ha vist la llum a finals del mes de març gràcies a les aportacions de 86 mecenes**



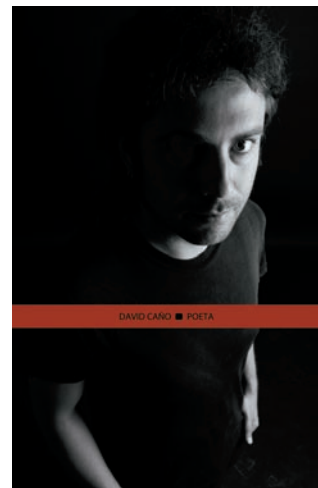
en aconseguir l'objectiu econòmic, i el van acabar superant amb més de 600 euros. Davant d'aquesta oportunitat, i abans que finalitzés el procés a Verkami, Acousters ja va començar a enregistrar els primers temes a finals de desembre amb la producció i l'assessorament de Lluís Costa. Després de mesclades i postproduccions, aquest primer disc, *Darrere la porta...*, ha vist la llum a finals del mes de març gràcies a les aportacions de 86 mecenes. Ara la feina no acaba aquí i els hauran de tornar les recompenses, que van des d'adhesius promocionals, xapes o samarretes fins al CD signat pels components, entrades a concerts o veure l'enregistrament a l'estudi.

«Enregistraments de discs, edicions de llibres o projectes teatrals o audiovisuals es poden portar a terme a través del conjunt de contribucions que fan diferents persones o entitats a títol individual»

«Ara la gent pot decidir i apostar pel que realment vol», un pensament que comparteixen Acousters i David Caño, un poeta olotí que està a punt de treure *Postmortem / I del no-res, TOT*, també gràcies a la recaptació obtinguda a través de Verkami. El llibre estarà format per dos poemes que defineix com a «llargs i gairebé improvisats» que porten el mateix nom que el títol. Juntament amb l'editorial cooperativa Tigre de Paper, Caño va pensar en una edició acurada i innovadora que anirà acompanyada per més intervencions artístiques, com per exemple les col·laboracions d'altres poetes, com Carles Rebassa o Gerard Horta, però també un DVD amb les recitacions dels poemes i acompanyaments musicals, o la participació.

### Comerços i PIMES com a mecenes

Tot i així, ara fa 20 anys, la primera edició de Temporada d'Alta comptava amb un finançament públic de 6.000 euros. Salvador Sunyer, un dels seus promotors i actual director, explica que en aquell moment es van preguntar com podien aconseguir més diners, i va sorgir la idea de crear un Club de Mecenate. No es tractava d'anar a buscar grans espònsors sinó recollir aportacions més petites d'empreses i comerços de les comarques gironines. Sunyer remarca, però, que no demanen diners estrictament sinó que «es compri un paquet d'entrades de Temporada Alta i que es paguin al doble



>> El poeta olotí David Caño.

>> Salvador Sunyer, director del Temporada Alta i el seu club de mecenatge.



PAU CORTINA - AEN

**Des dels inicis fins avui, el Club ha passat de 20 a 70 mecenes que fan una aportació mitjana d'uns 1.500 euros, la qual cosa representa més del 18% del pressupost total**





DAVID RUANO

### Un patrocini per al treballador

D'altra banda, la companyia amateur Cor de Teatre, nascuda a Banyoles, ha recorregut gran part de la geografia catalana amb espectacles com *Operetta*, que ha merescut la felicitació de la crítica i recentment ha estat nominat com a finalista i representant de Catalunya a la XV edició dels Premis Max que es lliuraran a Madrid a finals d'abril. «Mantenir una estructura com la de Cor de Teatre només és viable si es planteja des d'un punt de vista amateur», afirma Joan Solana, escriptor, director de teatre i exalcalde de Banyoles, perquè «no es poden pagar els assajos i els concerts d'una companyia tan gran de forma professional». El dramaturg manté una estreta relació amb Cor de Teatre i n'ha seguit tots els passos. Per això afirma que «els primers patrocinadors de la companyia són els mateixos integrants», per la quantitat de temps i esforç que hi dediquen.

El volum d'actuacions ha augmentat en els últims mesos, i això ha comportat haver de compaginar la companyia amb les obligacions laborals de cada membre, ja fos demanant dies de vacances o reduccions de jornada. Davant d'aquest fet, Solana planteja la possibilitat de donar viabilitat a projectes com Cor de Teatre i altres amb característiques semblants amb una «semi-professionalització».

L'escriptor proposa una fórmula on les empreses que comptin amb un membre de la formació artística assumeixin els costos que aquest genera per no treballar el dia que hi ha funció.

Es podria considerar un patrocini del treballador per part de l'empresa, una fórmula similar que ja s'ha utilitzat amb altres agrupacions com l'Orfeó Donostiarra, on les empreses apadrinen un cantaire. Joan Solana afirma que amb projectes modestos i empreses sensibles a l'aspecte cultural es poden generar noves formes de finançament: «Ens hem d'inventar noves maneres de funcionar perquè molta més gent no solament sigui públic, sinó que pugui ser creador d'art».

**Íngrid Pujol Rovira** és periodista i musicòloga.

>> *Operetta, el darrer espectacle del Cor de Teatre de Banyoles.*

del seu preu». Empreses i comerços poden regalar entrades als seus treballadors, als clients o als proveïdors. Des dels inicis fins avui, el Club ha passat de 20 a 70 mecenes que fan una aportació mitjana d'uns 1.500 euros, la qual cosa representa més del 18 % del pressupost total del festival. Tot i així, el director destaca que amb el pas dels anys s'han adonat que aquest sistema té un valor afegit «perquè ha fet entrar més gent al teatre, gent que no hi havia estat mai». «Si Temporada Alta té tant de públic és, en part, gràcies a això», conclou. En la edició del 2011 hi va haver un increment d'un 20 % de públic, «una barbaritat».

**«Mantenir una estructura com la de Cor de Teatre només és viable si es planteja des d'un punt de vista amateur»**