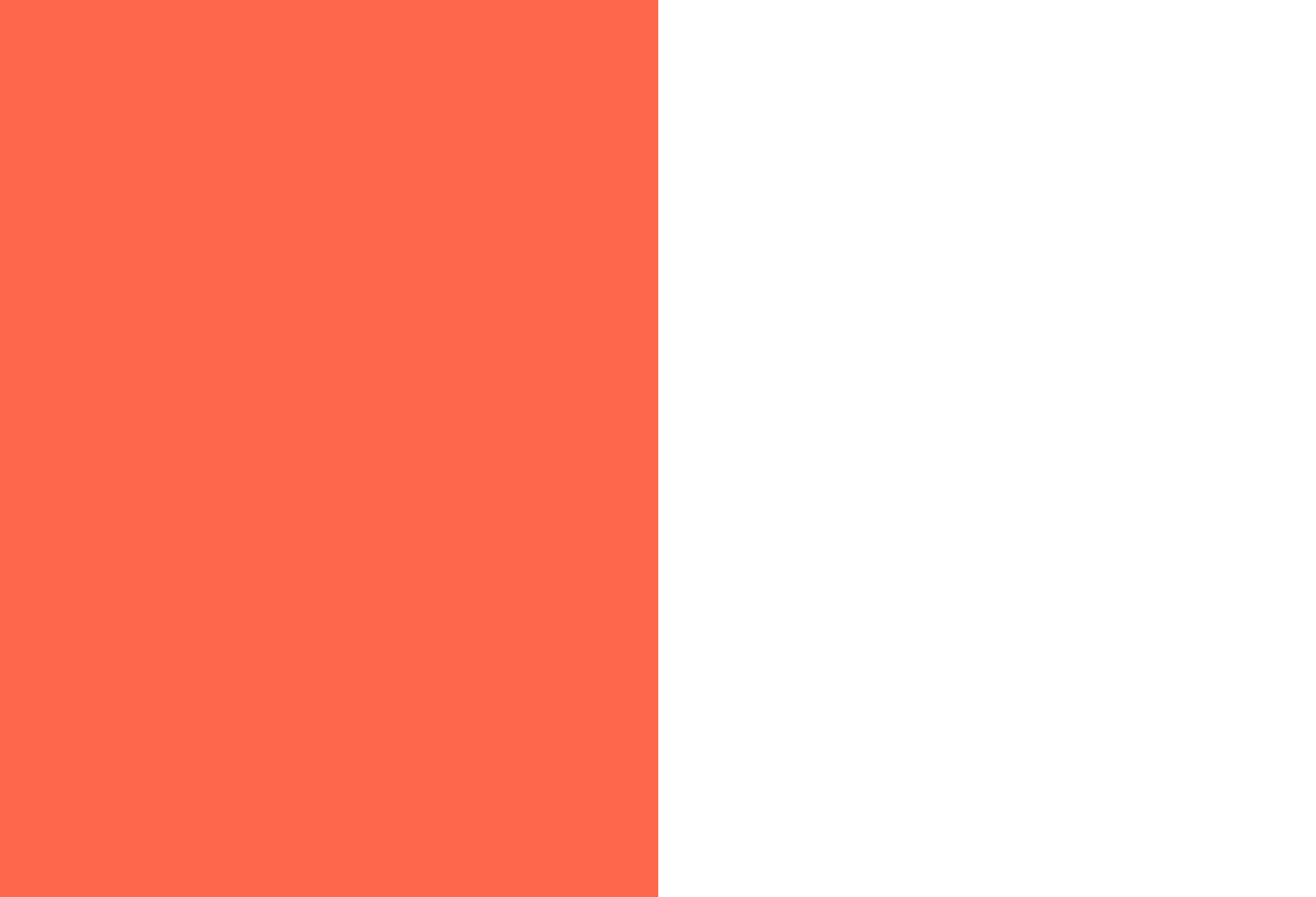


*Una nova economia  
per a una nova cultura:*

**INNOVACIONS  
CULTURALS I ECONÒMIQUES  
TRANSFORMADORES  
A LA CIUTAT  
DE BARCELONA**





**Consell Editorial de  
l'Ajuntament de Barcelona**

Gerardo Pisarello Prados, Josep M. Montaner Martorell,  
Laura Pérez Castaño, Jordi Campillo Gámez, Marc Andreu Acebal,  
Águeda Bañón Pérez, Pilar Roca Viola, Maria Truñó i Salvadó,  
Bertran Cazorla Rodríguez, Anna Giralt Brunet

*Una nova economia per a una nova cultura: Innovacions culturals  
i econòmiques transformadores a la ciutat de Barcelona*

© D'aquesta edició,  
Institut de Cultura de Barcelona, 2018

**Text**

© Equip Dimmons de la Universitat Oberta de Catalunya

**Equip de recerca**

Direcció de la recerca: Mayo Fuster Morell

Assistent de la recerca: Elisabet Roselló

Edició: Maura Lerga Felip

Col·laboracions: Ricard Espelt i Enric Senabre

**Edició**

Ajuntament de Barcelona  
Institut de Cultura de Barcelona

**Disseny i maquetació** Nando Vivas

**Correcció** Babel

**Impressió** Cevagraf

**DL B 23442-2018**

barcelona.cat/barcelonallibres i el web del programa  
Cultura Viva de l'Institut de Cultura de Barcelona



*Una nova economia  
per a una nova cultura:*

# INNOVACIONS CULTURALS I ECONÒMIQUES TRANSFORMADORES A LA CIUTAT DE BARCELONA

Informe 2018

Encàrrec de Cultura Viva  
i Consell de Cultura  
de Barcelona

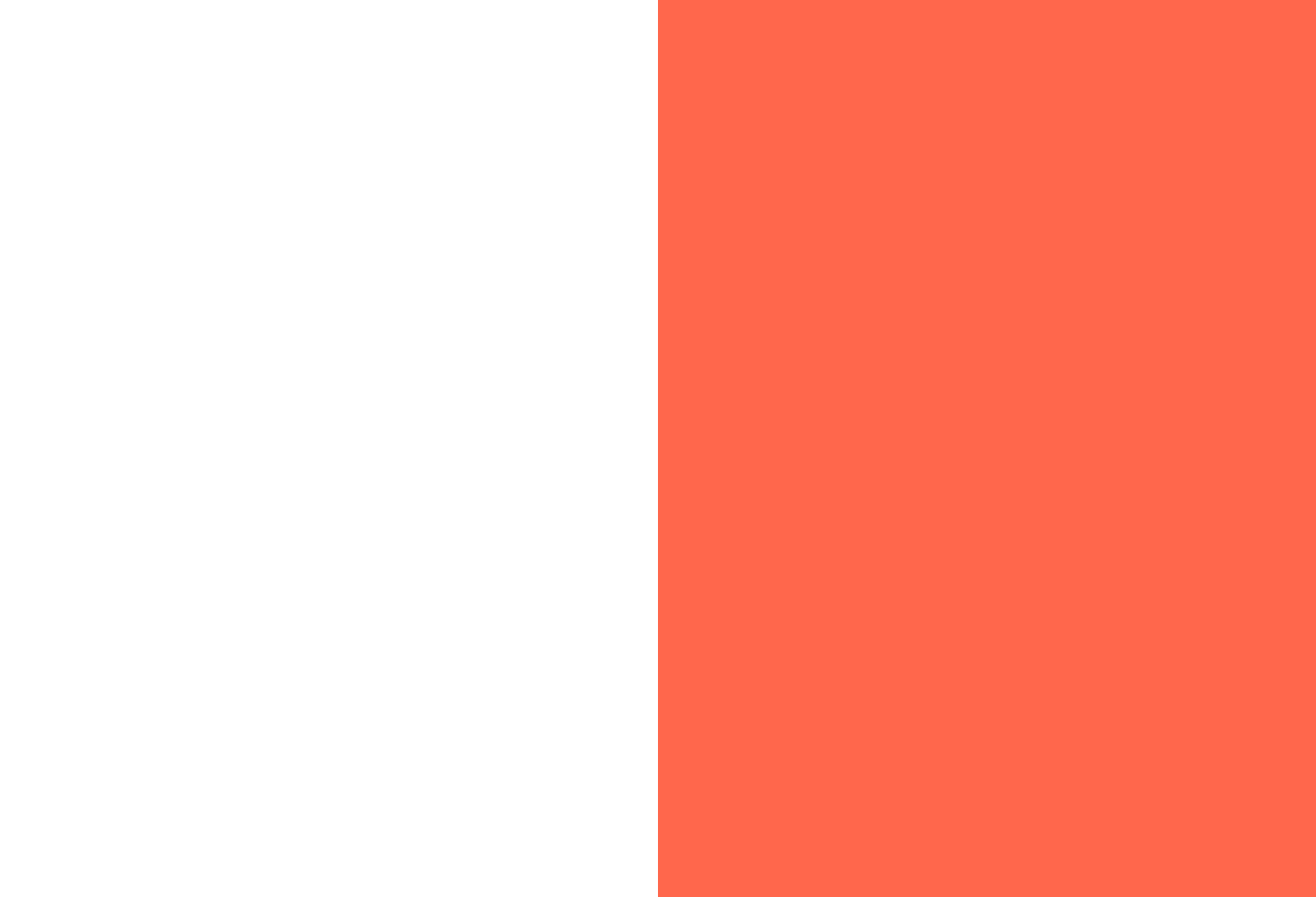


Tots els continguts i el material associat a aquest informe  
estan subjectes a una llicència de reconeixement d'autoria  
i de compartició amb la mateixa llicència.





<b>1.</b>	<b>INTRODUCCIÓ ALS MODELS DE SOSTENIBILITAT EN LA CULTURA: REVISIÓ DE L'ESTAT DE L'ART</b>	<b>pàg. 49</b>	<b>5.</b>	<b>SESSIONS DE COCREACIÓ</b>	<b>pàg. 103</b>
1.1.	L'estudi de l'economia de la cultura	pàg. 50	5.1.	Resultats del primer exercici: mecanismes i mitjans de finançament	pàg. 108
1.2.	Un apunt sobre els tipus d'organitzacions culturals a Catalunya	pàg. 53	5.2.	Resultats del segon exercici: DAFO del model econòmic dels projectes i del sector	pàg. 113
1.3.	Caracterització dels models econòmics emergents	pàg. 55	5.3.	Resultats del tercer exercici: propostes de polítiques públiques	pàg. 116
1.4.	Economia de l'atenció i cultura postdigital	pàg. 60	5.4.	Conclusions	pàg. 124
1.5.	Sostenibilitat econòmica	pàg. 62			
1.6.	Diferència entre bens comuns, oberts, físics, digitals i postdigitals	pàg. 64	<b>6.</b>	<b>PÍNDOLES D'INNOVACIÓ CULTURAL I ECONÒMICA A BARCELONA</b>	<b>pàg. 129</b>
<b>2.</b>	<b>CARACTERITZACIÓ DE LA INNOVACIÓ CULTURAL I ECONÒMICA</b>	<b>pàg. 67</b>	6.1.	El FLOSS: un nou model productiu (Marco Berlinguer)	pàg. 131
<b>3.</b>	<b>MODELS DE REFERÈNCIA PER AL SECTOR CULTURAL</b>	<b>pàg. 71</b>	6.2.	Economies maker: de la fabricació digital i convergències amb cultura (Elisabet Roselló)	pàg. 140
3.1.	Accés lliure sense compartir o obrir la propietat	pàg. 72	6.3.	El match-funding com a fórmula de microfinançament: un cas d'estudi a Goteo (Enric Senabre)	pàg. 158
3.2.	Inspirats en FLOSS i maquinari obert	pàg. 76	6.4.	Monedes socials per al bé comú i activitats culturals (Susana Martín Belmonte i Yasuyuki Hirota)	pàg. 179
3.3.	Cooperativa de plataforma	pàg. 79	6.5.	Blockchain i cultura (Marc Rocas)	pàg. 188
3.4.	Sense ànim lucratiu	pàg. 80			
3.5.	Artistes individuals	pàg. 82			
<b>4.</b>	<b>CASOS D'INNOVACIÓ A BARCELONA</b>	<b>pàg. 85</b>			
4.1.	Models tradicionals amb innovació	pàg. 90			
4.2.	Models nadius digitals	pàg. 93			
4.3.	Models basats en formes d'activisme social i/o cultural	pàg. 96			
4.4.	Espais d'intercanvi de valor, catalitzadors i hubs	pàg. 99			
				<b>BIBLIOGRAFIA</b>	<b>pàg. 197</b>
				<b>ANNEX I. RELACIÓ DE PERSONES ENTREVISTADES</b>	<b>pàg. 203</b>
				<b>GLOSSARI</b>	<b>pàg. 205</b>



# RESUM EXECUTIU

## OBJECTIUS DE LA RECERCA I METODOLOGIA

La recerca “Innovacions culturals i econòmiques transformadores a la ciutat de Barcelona” té un caràcter de recerca-acció i l’objectiu de generar recursos útils per al sector cultural, però també d’informar de recomanacions sobre polítiques públiques que afavoreixin, des de l’administració local, les pràctiques existents i el seu creixement. L’informe se centra en la visualització de la manera com s’intersequen les transformacions i les reestructuracions culturals i econòmiques a una escala microscòpica —de la mida d’una entitat, col·lectiu o organització— i en una àrea geogràfica específica —la ciutat de Barcelona—, amb un tercer eix, que és el de la perspectiva d’una cultura social o *cultura viva* (Igor Stokfiszewski, 2017), lliure, oberta i fluïda.

La societat en xarxa ha suposat un canvi estructural i de paradigmes que és transversal a les societats i cultures del planeta. Per això, és un canvi lent en el temps i l’espai. Citant l’escriptor William Gibson: “el futur ja és aquí, només que està mal distribuït”. Si entenem la cultura com a sector econòmic, observem com ha sofert diverses transformacions i ha hagut d’aprendre a adaptar-se. Com a espai on convergeix tot el capital simbòlic, ha vist diferents conflictes i tensions dialèctics entre aquestes transformacions i també respecte de les reestructuracions d’hegemonies i polítiques.

Tanmateix, pel que fa a la innovació, convé puntualitzar que estan emergint noves lògiques que posen en qüestió els models predominants. La innovació en cultura és encara un tema més susceptible de caure en ambigüitats —de vegades es confon amb cultura de la innovació, altres amb la simple aplicació de noves tecnologies en l’àmbit cultural, etc.— i es troba en una situació de

desenvolupament emergent, experimentació i adequació. Per això, en els primers apartats de l'informe, s'hi fa una revisió de l'estat de l'art en l'estudi de l'economia de la cultura i s'hi fa una proposta de criteris per a la caracterització de la innovació economicocultural dins l'àmbit de Barcelona.

Actualment, podem trobar molts casos, tant d'àmbit local com global, que introdueixen nous canvis en la forma de producció, de conversió del valor en algun tipus de sosteniment econòmic, o de difusió de manera gradual —i, recordant la cita del William Gibson, també irregularment distribuïda—, fet que implica que hi ha més casos que es podrien considerar, més aviat, a mig camí de ser totalment oberts, procomuns o *vius*, que no pas totalment purs. Al quart apartat, hi explorem una primera mostra de casos vinculats a aquests models i paradigmes de l'àrea de Barcelona. Aquests casos es van estudiar mitjançant la distribució de qüestionaris, en el marc del projecte de recerca europeu DECODE<sup>1</sup>. Podeu consultar el detall de les fitxes i els materials al web del projecte: <http://dimmons.net/new-economy-for-a-new-culture>.

- 14 L'aspecte més viu de la recerca, el trobem en la duta a terme d'unes sessions de cocreació (apartat 5) amb metodologies participatives que van implicar un total d'onze entitats de referència. En aquestes sessions, s'hi va treballar conjuntament en les pràctiques i expectatives econòmiques que diversos casos o organitzacions de la cultura i sector creatiu contemplen.

Paral·lelament, es van entrevistar nou persones expertes<sup>2</sup> en diferents àrees clau per a la recerca, com ara l'economia de la cultura —catalana i global—, innovació i cultura, moviment *maker*, o cultura lliure. Aquest treball ens ha permès d'explorar de manera més qualitativa qüestions com ara la innovació, les àrees emergents d'interès o els criteris que s'han de tenir en compte per a la detecció de pràctiques de referència.

1 <http://dimmons.net/decode-project>

2 Podeu consultar la relació de persones entrevistades a l'Annex I d'aquest informe.

La participació d'experts en la recerca també és present a la part final de l'informe, amb les píndoles de coneixement: uns capítols de caire monogràfic que ens parlen de conceptes clau, com ara la tecnologia de cadena de blocs —*blockchain*—, les monedes socials complementàries (MSC) o l'economia FLOSS<sup>3</sup>. Així, les píndoles de coneixement ens aproximen de manera didàctica a qüestions cabdals per a la comprensió del present i el possible futur de l'economia de la cultura, i, també, a recomanacions de polítiques públiques per tal d'estimular-les o dinamitzar-les.

#### APUNTS DE PARTIDA

Les transformacions i innovacions no es distribueixen de manera uniforme, menys en els casos en què es tracten de transformacions i iniciatives que no tenen un encaix exacte en les estructures globals —globals i locals en combinació— de mercat o institucionals —*Inventar el futuro: postcapitalismo y un mundo sin trabajo*, de Nick Srnicek i Alex Williams (2016). La introducció de nous valors culturals oberts, col·laboratius i participatius no respon simplement a la introducció d'un corrent únic, sinó que són perspectives, ètiques i valors que s'introdueixen de manera entreteixida en altres corrents de molt diversa naturalesa. L'entorn cultural és l'espai on les idees, costums, pràctiques, rituals i creences d'una societat o un col·lectiu —com pot ser una societat— s'intercanvien, entren en tensions dialèctiques, i muten. I més encara en un context històric d'acceleració contínua propiciada pel propi funcionament del mercat i les noves tecnologies.

- 15

En la perspectiva econòmica, la diversitat de configuracions pel que fa a la combinació de pràctiques econòmiques, models de gestió i governança, i propòsits i orientacions productius, és relativament plural, i es troba en una tensió constant entre les oportunitats que la relativa distribució de les eines virtuals ofereix, i les constriccions o coerció de l'entorn econòmic i les dinàmiques institucionals pròpies, o, fins i tot, amb la lenta distribució, desigual, de les possibilitats tècniques i jurídiques dels nous models.

3 De l'acrònim FLOSS en anglès: Free Libre Open Source Software.



Sobretot, no queda clar si ens trobem davant d'un punt de trobada entre, senzillament, antigues organitzacions que es transformen amb les innovacions digitals, i noves organitzacions innovadores que mimetitzen algunes velles fórmules per una simple conveniència o adaptació al context economicocultural. Més aviat, sembla que hi ha una diversitat d'estratègies econòmiques i culturals i, tenint en compte els criteris de selecció, i d'acord amb els valors entorn el concepte de *cultura viva*, sembla que les organitzacions analitzades en aquesta recerca prioritzen més l'acció cultural i l'impacte social, mentre que el model econòmic se situa en un terme secundari, amb menys experimentació radical en aquest àmbit.

### CARACTERITZACIÓ DE LA INNOVACIÓ ECONOMICOCULTURAL

La nostra proposta a l'hora de definir les vies d'innovació econòmica en l'àmbit cultural posa en relleu aquestes dimensions democràtiques dels models econòmics:

- 16 ~ Finalitat i orientació cap al benefici versus finalitat i orientació cap a una missió social.
  - Destinació dels beneficis: garantir sostenibilitat i reinvertits en el projecte / distribuïts entre els propietaris i les propietàries.
  - Comercialització de les relacions. Relacions més enllà del seu valor comercial.
- ~ Finançament i pràctiques bancàries: banca tradicional / banca ètica.
- ~ Sostenibilitat: volum d'activitat econòmica i d'actius de valor; anàlisis partides, costos i ingressos.
- ~ Model de sostenibilitat.
- ~ Model de creixement: orgànic / rèplica / *start-up*.

Així mateix, en aquests models, hi conviuen —i s'hi combinen de diverses maneres— diverses vies d'ingressos, entre les quals cal destacar:

- capital privat
- crèdit bancari
- estalvis familiars
- finançament públic
- programes d'innovació (Horizon 2020, per exemple)

- premis
- microfinançament, *match-funding*
- donacions voluntàries
- comercialització de la marca
- marxandatge
- serveis prèmium
- publicitat
- quotes de soci
- monedes alternatives
- donacions no monetàries (internes)
- donacions monetàries (externes)
- explotació de recursos en línia lliures
- esdeveniments
- programes d'emprenedoria (La Comunicadora, per exemple)
- subproductes o serveis derivats
- comercialització de dades

### MODELS ECONÒMICS

La recerca en els models econòmics de les organitzacions vinculades a models oberts —*open*— és relativament recent i posa el focus en l'avaluació de la diversitat de models vinculats a la nova economia digital, i també en el reconeixement dels patrons que caracteritzen aquest tipus d'economia diferenciada dels models més tancats i tradicionals. Amb diferència, el sector del programari obert o *open source* —la producció, distribució i serveis derivats d'aquest tipus de programari— és el que està despertant més interès en l'àmbit de la recerca. És un terreny complex, ja que **l'ús de llicències obertes** per permetre la modificació, l'ús, i una reproducció i distribució més àmplies ha esdevingut una autèntica **capacitat competitiva** per a moltes empreses del sector, especialment per a les PIME —Marco Berlinguer, Elisabet Roselló i K. Kourkoutas, 2017. És a dir, estem parlant igualment de la convivència de models de negoci que en moltes ocasions operen amb lògiques tant *open* com de mercat.

Els nous models emergents vinculats a la lògica oberta i de xarxa —Yochai Benkler, 2006— o en l'informacionalisme —Castells, 2006— s'emmirallen inevitablement en els models econòmics que el programari obert —*open software*— o les comunitats creatives p2p, i, fins i tot, els *fandoms*, han anat generant en les darreres dècades, en tant que són casos d'èxit. Tot i així, cada cas de producció cultural és suficientment complex com perquè es pugui produir un model d'ingressos sostenible imitant-ne un altre d'un àmbit diferent, amb uns productes, serveis o comunitats ben diversos —Louis-David Benyayer, 2016.

Les radiografies del moment apunten cap a una proliferació de fórmules híbrides d'innovació oberta i tancada, o d'innovació amb llicències duals amb *copyright* i *copyleft* alhora. Autors com ara Henry Chesbrough assenyalen que les organitzacions han de ser remodelades en la seva estructura perquè es puguin permetre aquests nous tipus de processos i, d'aquesta manera, que s'accelerïn i es deixin fluir les capacitats d'innovació. Les fórmules i estructures organitzatives tradicionals de l'era industrial són ineficients, restrictives o incoherents amb noves lògiques d'organització i gestió dels recursos, incloent-hi els bens immaterials —informació, coneixement, etc.—. Si bé la majoria d'atenció es posa en innovacions vinculades a noves tecnologies de gestió —Big Data, Business Intelligence, algoritmes, etc.—, de nous mitjans —transmèdia, ludificació, realitat virtual, etc.— i nous canals de finançament —*crowdfunding*, metodologies d'inversió tipus *start-up*—, hi ha hagut també esforços per determinar quines són les característiques i especificitats de les organitzacions i iniciatives que treballen amb lògiques de **producció de capital cultural i simbòlic**.

18 Pel que fa als models de negoci *open*, hi ha una confusió entre models complets de negoci o sostenibilitat econòmica i mecanismes d'ingressos que es basen en mètodes participatius o col·laboratius, inclosos aquells que es fonamenten en models més oclusius o híbrids —a tall d'exemple, es mencionen músics com ara NIN o Peter Gabriel. En aquest sentit, doncs, s'obre, alhora, la visió d'un moment en què —com passa en l'àmbit de l'*open source* i dels treballs en TIC— l'obertura de llicències, l'alliberació de continguts o l'ús de mecanismes col·lectius —*crowd*— s'estan adoptant com a capacitats competitives en una societat molt mediatitzada i hiperconnectada.

Són molt interessants les aportacions de l'àmbit específic de l'*open design*, segons el qual els **bens digitals** —en aquest cas, els patrons o *blueprints*, vídeos, articles i imatges— esdevenen bens lliures, comuns o oberts amb llicències FLO escalties, mentre que les versions físiques —les impressions 3D, el mobiliari, la roba, etc.— o els **serveis derivats** —consultoria, formació i pedagogia, desenvolupament o creació a mida— es converteixen en els canals principals d'ingressos, exceptuant casos en què es combinen aquestes fonts d'ingressos amb d'altres d'origen públic —a tall d'exemple, subvencions. Es dona una importància

cabdal —o es posa com a objectiu— a l'accessibilitat i l'*apoderament creatiu* o a l'alfabetització mediàtica del disseny quant als usuaris amb una important diversitat formativa.

Un altre aspecte que afegeix complexitat a l'estudi de la microeconomia cultural és la pròpia **diversitat de pràctiques culturals**, que cada cop més transcendeix les categories clàssiques de la cultura, les indústries culturals, o de la llavors divorciada *indústria creativa*, i torna a classificar la ciència, la creativitat i part de la tecnologia com a cultura. Una de les tendències més rellevants que s'ha de tenir en compte és la perspectiva de l'anomenada economia de l'atenció, que considera l'atenció com un bé escàs i un factor extern vinculat a la interacció humana amb els mitjans —digitals o no— i a la interacció amb un bé cultural.

19 Malgrat que ha augmentat la capacitat de **visibilitat** en els mitjans digitals respecte a un moment previ analògic, a causa de les barreres d'accés més baixes a canals molt diversos —la gratuïtat de tenir un perfil en diverses plataformes digitals i el fet de poder-se comunicar directament a moltes persones—, no és tan significatiu com de vegades se sol magnificar en alguns àmbits professionals. Alguns factors que baixen la capacitat de ser visible serien la multicanalitat —l'atenció d'una persona es distribueix entre una extensa *ecologia de mitjans*—, els canvis constants d'algoritmes i de les lògiques de visibilitat a les plataformes digitals, o la dificultat d'escalar en nous públics —un artista desconegut que tingui poca xarxa teixida tindrà menys recursos i capacitats d'escalar, que un de ben conegut.

Per això, la comunicació esdevé un ingredient important en el desenvolupament de models de negoci i cal avançar cap a models de governança que permetin l'equilibri de la visibilitat i l'economia de les plataformes digitals. Amb la intenció de generar un ecosistema cultural més enriquidor i obert, s'hauria de posar l'èmfasi en el fet de permetre una major visibilitat a aquells artistes i creadors que no obtenen tanta atenció, perquè són nous o perquè tracten temàtiques minoritàries o diferents. Pel que fa a la sostenibilitat econòmica, alguns exemples de mecanismes d'obtenció d'ingressos innovadors habituals en l'àmbit *open* són: donacions, mecanismes basats en la microparticipació, adaptacions d'una obra posada en obert a una necessitat més específica, subvencions i crèdits públics,

*match-funding* —mixt públic-privat—, subscripció, quotes de membres, mecenatge i patrocinis, o paga-el-que-vulguis —*pay-what-you-want*— i taquilla invertida —quan finalitza l'obra.

En canvi, un **model de sostenibilitat econòmica** —que pot implicar no-lucrativitat— **o de negoci** —amb lucrativitat— implica l'encaix entre una posició de valor —el contingut, obra o serveis que ofereix—, les necessitats o desitjos d'algun col·lectiu social o clients —implica que es trobi, almenys inicialment, un col·lectiu potencialment interessat en el valor, que el percebi i el carregui de capital simbòlic i social—, i l'accés i manteniment dels recursos necessaris per a la producció i la distribució.

En general, els models de referència per al sector cultural són:

~ Accés lliure sense compartir o obrir la propietat. Aquest és un model que **no és basat en procomú sinó en obert**: busca l'oferta de continguts de manera més oberta i pública, amb una finalitat que pot ser molt variada en funció de cada projecte, i que pot tenir un impacte cultural relativament positiu. Moltes empreses, emprenedors i autònoms fan servir aquesta perspectiva com a tàctica de màrqueting digital. Per tant, encaixa dins d'altres models, oberts i tancats. Tanmateix, quan el fet d'obrir l'accés als continguts però no a la propietat esdevé el nucli del model, estem parlant de models d'aquest tipus.

Exemples: Tesla, SXSW Festival, IAM Media Weekend, etc.

Subcategories: *freemium*, *free-to-use*, comunitats de marca amb plataforma.

~ Inspirats en FLOSS i obert: diversos tipus d'organitzacions que generen bens oberts i/o de caràcter procomú i que, per tal de no damnificar la seva naturalesa oberta i/o lliure, cerquen vies d'ingressos des d'altres activitats econòmiques complementàries:

- monetització del bé físic: Arduino, SparkFunElectronics (en aquest darrer cas, agafen dissenys oberts de tercer i produeixen i/o distribueixen en la seva plataforma), espais *maker* o alguns Fab Labs.
- monetització d'intangibles i serveis: RedHat, model inicial d'Arduino, etc.
- monetització de la gestió de la plataforma: Lektu, Deviantart, moltes plataformes de finançament col·lectiu, etc.

~ Cooperativa de plataforma: plataforma on es generen intercanvis, apps on s'ofereixen serveis. Poden tenir un aspecte familiar respecte als anteriorment mencionats o a les plataformes unicorn, o poden ser cooperatives de treball cultural assistides amb plataforma interna. La plataforma la poden entendre com a bé comú per als membres de la cooperativa.

Exemples: Resonate (similar a Spotify), Smart IB, etc.

~ Sense ànim de lucre

- Plataforma de coneixement obert: pot variar molt. Sol ser una plataforma on altres persones dipositen coneixement obert i continguts de manera voluntària.

Exemples: Wikipedia, El Recetario.

- Comunitats amb plataforma: en aparença, aquest sembla que és un model en decadència, en tant que són les marques d'eines creatives, com ara Adobe, o de videojocs, les que generen i acaparen les seves pròpies plataformes de comunitats (estil fòrum), on permeten als usuaris fer ús de part de la seva propietat intel·lectual (marca, part del codi per a la generació de *mods* en el cas dels videojocs, etc.). Anteriorment, van ser comunitats que sorgien espontàniament, sense ànim lucratiu.

Exemples: comunitats d'aficionats a una afició manual o cultural (cosplay, ciència, etc.), comunitats d'aficionats a un univers fictici (Hielo y Fuego Wiki, etc.).

~ Artistes individuals: com que un gruix important de creadors i creatius del sector cultural solen treballar per compte propi, és interessant de fer un petit abordatge a un dels models més modernitzats que s'estan assolint amb la intervenció de les plataformes digitals. Ofereixen obres (de música, il·lustracions, literatura, etc.), coneixement obert limitat, etc.

Exemples: Fran Meneses (il·lustradora), escriptors, músics (Amanda Palmer).

La mostra de casos d'innovació a Barcelona ens ha permès fer una aproximació a les casuístiques i realitats pròpies del nostre entorn més proper. Amb més d'un centenar d'organitzacions contactades, la nostra proposta passa per l'agrupació de les iniciatives en quatre grans grups o categories:

## I. MODELS TRADICIONALS AMB INNOVACIÓ

Per una banda, hi ha entitats amb una aparença d'espais i empreses tradicionals de la cultura, com ara llibreries, editorials o sales de teatre. Si hi incloguéssim també alguns dels casos que es troben ubicats en la subcategoria de cooperatives i *protooops* isomòrfiques, com ara la llibreria La Caníbal o Zumzeig Cooperativa de Cinema, es pot observar que existeixen exemples locals i reals on es poden posar en pràctica noves maneres d'organització i gestió d'aquestes organitzacions i espais més tradicionals o amb recorregut històric d'una manera horitzontal —amb un model de governança de cooperativa, de fundació, o d'associació—, o bé participativa, que planteja espais que es poden compartir amb altres editorials i autors, investigadors, experts o individuals amb propostes culturals afins, i per a la generació de debats més enllà d'una presentació comercial; que per tant superen el model tradicional de la tipologia d'espais al qual estan adscrits —com són, en aquest cas, les llibreries—, i de lògiques tradicionalment o merament comercials i funcionals.

22 Per una altra banda, s'identifica una interessant tendència de formació i constitució de cooperatives, o bé d'entitats organitzativament afins al model cooperatiu —les que anomenem aquí cooperatives i associacions *protooops* isomòrfiques—, que, a nivell operatiu i econòmic, o de morfologia vist des de fora, prenen orientacions afins al d'altres agències o organitzacions creatives i del coneixement, però aposten per, precisament, una estructura i governança interna predominantment distribuïda i, valgui la redundància, cooperativa, amb importants valors d'impacte o transformació social.

## 2. MODELS NATIUS DIGITALS

Amb l'expansió de l'adopció d'Internet durant les dues darreres dècades, van anar apareixent nous models i espais de producció cultural i de coneixement, en força ocasions basats en la col·laboració i participació entre iguals. Des de l'emergència de la Web 1.0 fins a les noves pràctiques postdigitals —on l'espai d'activitat sobrepasa els límits *on-off*—, aquesta categoria es refereix a aquelles organitzacions de la cultura i fonamentades en la creativitat i el coneixement que es basen en una plataforma digital i les seves potencialitats —i, per defecte, limitacions—, però, també, en la inspiració o imitació de la cultura digital —ja en un sentit antropològicament ampli, referent a les pràctiques, mirades, costums.

En totes les àrees classificades dins d'aquesta categoria, s'hi veu, en general, no un únic patró comú pel que fa a la forma organitzativa o l'estratègia d'ingressos, sinó una important heterogeneïtat d'estructures, dimensions, volums, pràctiques i orientacions més o menys properes als criteris de la recerca. En part, a causa del propi biaix que produeix observar aquestes noves i ja no tan innovadores fórmules entorn del component tecnològic, o dit altrament, tot i que el denominador comú i l'eix central de molts d'aquests projectes són plataformes i eines digitals i impliquen maneres diferents d'operar, els propòsits i les estratègies finals són diversos. Per tant, la morfologia de les organitzacions, la seva cultura i el model productiu són heterogenis.

## 3. MODELS BASATS EN FORMES D'ACTIVISME SOCIAL I/O CULTURAL

23 Aquesta categoria apella a iniciatives i organitzacions en què la missió o propòsit —d'alt impacte social— és al centre de tota l'activitat i, en alguns casos, fins i tot és la prioritat a l'hora de definir un model de sostenibilitat econòmica, en detriment de la possible rendibilitat. Els tipus d'organitzacions que aquí es concentren solen estar constituïdes com a cooperatives, associacions i, ocasionalment, com a petites empreses amb models organitzatius oberts o fluids —que s'eixamplen o es retreuen, col·laborant amb altres entitats o amb freelances, o treballant des del nucli d'unes dues o tres persones— en funció del flux de projectes.

Hi trobem les subcategories de: ciència ciutadana, coneixement col·lectiu i generació de laboratoris urbans; activisme cultural i art activista; i pedagogia tecnològica per a col·lectius específics. Els casos inclosos en aquestes categories, aparentment, depenen més de models de sostenibilitat econòmica tradicionals que no pas del moviment associatiu o la pràctica artística.

## 4. ESPAIS D'INTERCANVI DE VALOR, CATALITZADORS I HUBS

En aquesta última categoria congreguem una pluralitat de casos que entre ells comparteixen el fet d'operar des de lògiques col·lectives, com ara de suport mutu, treball cooperatiu, enxarxament de professionals, suport financer, etc., amb diverses intensitats de participació i governança. Allò interessant d'aquesta àrea és la gran diversitat de pràctiques, fórmules i orígens que convergeixen vers

les mencionades lògiques o s'hi integren, especialment per a la generació de resistència enfront del sistema econòmic dels sectors i professionals cultural-creatius en molts dels casos recollits.

Durant les darreres dècades, el sector cultural i creatiu ha vist una explosió d'agents independents o individuals professionals, que, per motivacions personals, però sobretot pel context econòmic i sectorial, s'han trobat en l'única alternativa d'operar, en el millor dels casos, com a autònoms o *freelance*. Situació de precarietat agreujada en l'última crisi econòmica, en aquest context, s'ha vist en diverses grans ciutats del món amb un sector creatiu més o menys dinàmic —vinculat especialment al subsector de la publicitat— l'emergència d'iniciatives no lucratives dirigides a aquest segment de professionals lliures, autònoms, emprenedors de petites iniciatives o en situació d'atur per fer xarxa, enfront d'altres tipus de xarxes i clubs creatius, especialment dirigits a les grans empreses i firmes creatives.

En definitiva, les innovacions econòmiques estan més aviat relacionades amb les fórmules d'obtenció d'ingressos, almenys des d'una primera revisió dels casos. No sembla que hi hagi consens en els tipus de models de negoci entre les categories presentades aquí —però sí similituds—, i menys entre categories de convencions com a tipus d'organització jurídica o àmbit cultural o artístic d'actuació. El detall d'iniciatives, per àmbits o categories, queda recollit en aquesta taula:

24

25

## MODELS TRADICIONALS AMB INNOVACIÓ

**Espais i empreses tradicionals de la cultura:** teatres, cinemes altres espais usualment vinculats a la cultura més tradicional —la de l'espectacle o del segle XX, la de les indústries culturals, etc.—, però que presenten, específicament aquí, traces d'innovació cultural, sociocultural o economicocultural.

- Tuuulibrería
- Llibreria Gigamesh
- Llibreria Calders
- Orciny Press-Inner Circle
- Sala Beckett

**Empreses creatives transformad(es):** empreses, associacions, organitzacions o iniciatives que, malgrat que presentin una caracterització més usual dels serveis tradicionals creatius o de les indústries emergents creatives, se'ls detecta algun tipus d'aproximació a pràctiques de cultura oberta, lliure i participativa.

- Utopia 126
- BeAnotherLab
- Apps4Citizens
- Coocció
- mobilityLab
- Domestic Data Streamers
- Internet Age Media Weekend
- Mandarina
- MOB (Makers of Barcelona)

**Cooperatives i protooops (associacions) isomòrfiques:** organitzacions habitualment classificables com a pertanyents a les indústries creatives constituïdes i/o operatives com a cooperatives, amb vincles amb l'economia social i solidària.

- Compacto Producciones
- creaRSA
- Lamosca
- Txarango
- Metromuster
- RiceUp
- La Tremenda
- La Hidra Cooperativa
- La Ciutat Invisible
- Espai Contrabandos
- La Caníbal
- Zumzeig Cinecooperativa

Taula 1

Models d'innovació a Barcelona. Mostra de casos.  
Font: elaboració pròpia (2018)

## NATIUS DIGITALS

**Webs, blogs i diaris:** plataformes de continguts informatius, divulgatius o notícies, amb fórmules obertes i/o lliures.

- CCCB Lab
- Barcelona Photobloggers
- ArsGames
- Vilaweb
- Nativa (Indigestió)
- Crític
- LaMosca.tv

**Plataformes de bens o continguts digitals:** webs, plataformes, entitats o comunitats que operen des de plataformes 2.0 —a tall d'exemple, Wikipèdia— per a la compartició de bens digitals o, fins i tot, d'aquells caracteritzables com a procomuns.

- Consorci de Serveis Universitaris de Catalunya (CSUC): Memòria Digital de Catalunya, Materials Docents en Xarxa (MDX), Revistes Catalanes amb Accés Obert (RACO), Dipòsit de la Recerca de Catalunya (RECERCAT), Tesis Doctorals en Xarxa (TDX)
- Hamaca Online
- Filmin
- La Teixidora
- Teatron
- Grup OpenStreetMap Barcelona
- Freesound

**Plataformes de mercat (marketplaces de la cultura):** organitzacions i iniciatives que pertanyen o participen, en certa manera, en l'anomenada economia de plataformes, i/o en l'economia col·laborativa en un sentit molt ampli, i que, en moltes ocasions, també participen en noves maneres de dilució de les barreres entre creadors i públics, o en la promoció de nous tipus de relacions entre ambdós agents —tradicionals— de la cultura.

- Sharing Academy
- Lektu
- Myplayz
- Chefly
- Coconcert
- Screenly
- Terrats en Cultura (Associació Coincidències)

Taula 1

Models d'innovació a Barcelona. Mostra de casos.  
Font: elaboració pròpia (2018)

## NATIUS DIGITALS

**Makers i disseny obert:** casos que, tant a nivell cultural —de pràctiques, formats de creació, valors i idees comunes— com econòmic —pràctiques i models econòmics—, comparteixen vinculacions amb els corrents maker i del disseny obert.

- Fab Lab Barcelona
- MakerConvent
- TransfoLAB
- Lab Libertario
- Makea Tu Vida
- MADE Makerspace
- Holon
- La Deriva, espacio adisciplinar
- AttA33 TMDC (Taller para la Materialización y Desarrollo de (grandes) Conceptos)
- Mediodesign
- Leka Open Source Restaurant
- MaCUS
- Tangencial

## BASADES EN FORMES D'ACTIVISME SOCIAL I/O CULTURAL

**Ciència ciutadana, coneixement col·lectiu i generació de laboratoris urbans:** casos en què s'ofereixen tant serveis com alguns recursos per al desenvolupament de pràctiques participatives, col·laboratives, o consultoria en innovació oberta o per a la ciència ciutadana, amb valors cívics pel que fa al seu posicionament en tots els casos.

- Collectiu Punt 6
- DIYBio Barcelona
- Platoniq Lab
- Raons Públiques
- Public Lab
- Collectiu Volta Arquitectes
- LaCol, arquitectura cooperativa
- Amical Wikimedia
- Iniciativa Barcelona Open Data
- Taller d'Història de Gràcia

**Activisme cultural i art activista:** entitats culturals que aborden l'activisme amb eines creatives, o bé aborden l'activisme cultural.

- XNet
- Taller de Infografia Popular
- Colectivo Enmedio
- Megafone.net

Taula 1

Models d'innovació a Barcelona. Mostra de casos.  
Font: elaboració pròpia (2018)

## BASADES EN FORMES D'ACTIVISME SOCIAL I/O CULTURAL

### Pedagogia tecnològica per a col·lectius específics —nens, dones, etc.:

iniciatives el propòsit de les quals es vincula amb l'apropament de la sobirania tecnològica a col·lectius específics.

- Generattech  
MakerKids  
Barcelona
- Girls In Lab  
• Soko Kids  
• Tarpuna

### Acció en gènere, feminisme i transgènere:

entitats que promouen una mirada inclusiva i tolerant vers perspectives no normatives del gènere i/o sexualitat, i que es creuen amb les arts o la cultura, o, fins i tot, amb la filosofia més avantguardista.

- Associació Cúrcuma
- Post-opQuimera Rosa  
• Mantis Lab

## ESPAIS D'INTERCANVI DE VALOR, CATALITZADORS I HUBS

Organitzacions i plataformes que ajuden o catalitzen altres iniciatives culturals o creatives, o bé faciliten la circulació de noves idees, noves pràctiques o suport mutu entre els membres a diverses intensitats entre alguna comunitat concreta.

- LabCoop
- Can Batlló
- La Escocesa
- DeDo Barcelona/  
Ableton Live  
Barcelona
- Audio Commons
- Goteo Barcelona
- Creativechain
- CreativeMornings  
Barcelona
- Ladies, Wine &  
Design
- Extraordinaria
- SMartbLaFundició
- Gràcia Territori  
Sonor/Festival LEM
- Festival de Cinema  
BccN
- Festival GRAFFira  
Literal

## LA VISIÓ DELS ACTORS:

### SESSIONS DE COCREACIÓ ENTRE PROJECTES INNOVADORS

Un treball més viu és el que es va fer a través de les sessions de cocreació, amb una selecció de les entitats que van formar part de la mostra de casos anterior. Concretament, es van dur a terme dues sessions de treball amb grups petits de quatre a set persones, que es presentaven com a fundadors o impulsors de diferents tipus d'iniciatives culturals i creatives. El disseny de les sessions es va centrar en l'aprofundiment en el context de les pràctiques econòmiques més freqüents tradicionalment o emergents que estan implicades en la sostenibilitat d'un projecte.

L'intercanvi de serveis o productes per un valor monetari, en qualsevol variant o posició estratègica en els models de negoci —inclosos, a tall d'exemple, els serveis i els productes derivats d'una obra oberta o lliure— és, també, un dels mecanismes de generació d'ingressos actius més habitual entre, almenys, els projectes participants. Tot i així, no per a tots els casos és la font principal d'ingressos.

Un dels fets més significatius que es va observar és la coincidència en el fet que tots els projectes mostraven que feien servir més d'un mecanisme, mètode i pràctica econòmica per a l'obtenció d'ingressos i finançament, és a dir, allò que anomenaríem una **multicanalitat** —on s'opera des d'una lògica de diversificació de canals econòmics—, i, potser, aquesta podria ser una de les innovacions econòmiques més interessants.

Malgrat tot, es veu certa dependència —o almenys reincidència— quant al finançament públic, incloent-hi, en moltes ocasions, aquell que prové de l'Ajuntament de Barcelona i la Generalitat de Catalunya, amb certa redundància en casos en què es considera tenir certa dificultat a l'hora de generar ingressos constants per diversos factors: a tall d'exemple, que l'organització no contempli persones que hi treballin a temps complet, sinó parcialment o en fragments de temps lliure voluntari, o bé que el propòsit, els valors i l'orientació d'aquesta organització sigui poc *mainstream*, alternativa o directament que es consideri com a radical, amb dificultat d'ampliar públics o escalar vendes.

Pel que fa a mecanismes desitjats, és un tret comú l'interès per l'experimentació d'innovacions econòmiques, i el fet d'emprendre certs tipus de finançament públic o privat. Només en un cas —Iniciativa Barcelona Open Data—, s'hi va exposar la intenció, en un futur proper, d'engegar una fórmula híbrida de mecanismes, propera al *match-funding*, que ja feia un temps que planificaven i dissenyaven. En la majoria de casos, les mancances més recurrents, en aquest aspecte, han estat la falta d'estructura i recursos per poder-les engegar. En general, el major desig s'orientava al fet de poder abordar una major sostenibilitat i estabilitat, o un equilibri entre ingressos i despeses, que, en bastants casos, s'aconseguia amb dificultats o, directament, no s'hi arribava.

Els mecanismes que no van rebre cap tipus d'interacció, és a dir, que els projectes que participaven no els havien fet servir ni hi tenien cap mena d'interès aparent, van ser la microparticipació indirecta —incloent-hi mecanismes com ara el *crowdticketing*—, la venda de dades captades a web, apps, IoT, etc., i la venda o cessió d'espais per a anuncis —també mitjançant serveis intermediaris com ara Adwords.

30

En el debat sobre possibles **polítiques públiques** de suport al sector, hi podem destacar aquestes propostes:

- ~ Reforç de l'aposta per a projectes d'alt risc social-cultural, com ara els feminismes, l'eròtica, la producció independent, o l'activisme sociocultural.
- ~ Millora o agilització dels pagaments de les administracions públiques, especialment als creadors, ja que els períodes de seixanta dies o, en moltes ocasions, de diversos mesos, després d'haver executat el servei, els precaritza encara més.
- ~ Optimització de la contractació o l'adquisició d'equipaments públics col·lectius o veïnals, en d'acord amb: necessitats, existència d'una comunitat implicada, normativa.
- ~ Programes d'ajuda a estructures bàsiques: ajudes que incloguin i/o s'orientin cap al suport dels costos derivats, com és el cas del lloguer dels espais de treball, i, també, per a projectes de baixa rendibilitat, per tal d'ajudar que siguin viables.
- ~ Ajudes per a la internacionalització, com ara la traducció a idiomes dels webs, o per a viatges de caràcter professional.

- ~ Impuls d'un programa de jornades de microfinançament i microcrèdits ràpids, presencial.
- ~ Creació de *hubs* amb professionals i projectes locals afins per tal de compartir experiència i coneixement.

En general, un dels indicis més cabdals que es poden extreure, per una banda, ha estat el fet que molts dels projectes participants tenen o han tingut una mínima dependència del finançament públic. La correlació d'aquells projectes que podríem dir que són més alternatius o nínxol, o políticament diferenciats, amb una major dependència, sembla que és més clara.

La visibilitat i l'atenció en entorns digitals i no digitals han estat altres temes d'importància econòmica —no monetària, però sí clau per a la producció i reproducció a diversos nivells dels projectes—, ja que, juntament amb la importància reiterada en les sessions que tractaven de la manera com arribar als públics que són sensibles a l'hora de donar suport als projectes —econòmicament o en altres tipus de relacions—, s'ha fet patent la dificultat que hi ha avui dia per arribar a aquestes persones que són susceptibles d'esdevenir públic, malgrat que amb Internet s'hagin reduït els costos de tenir una primera veu.

31

Un problema comú entre molts dels participants va ser la dificultat de diferenciar-se, en molts nivells, de l'industrial i les grans indústries, tant per motius econòmics o de posicionament diferencial en relació amb l'esmentat, com, també, per motius polítics o de valors culturals, en què moltes persones veuen una tensió existent en el fet d'haver d'imitar o relaxar continguts cap a valors més *mainstream* o populars.

Per concloure, observem que no es dibuixa un patró clar d'innovacions socioculturals —noves formes d'organitzar-se per a la producció de cultura, nous vessants o corrents culturals que generin revisió de temes socials, com ara postgènere, postdigital, reformulació de públics, etc.— que participin intrínsecament de noves fórmules o models de negoci íntegres totalment innovadors. La majoria de casos seleccionats tenen poca trajectòria —és a dir, que són *joves*—



i experimenten amb la diversificació de fonts d'ingressos i finançament, i no només pel que fa a la *diversificació de cartera de serveis o productes*, que seria un mecanisme empresarial més tradicional.

Sí que és cert, però, que pot estar dibuixant-se una tendència. Tanmateix, també hi ha un component estratègic o paradigmàtic en la reformulació dels models econòmic-productius-culturals com passa de manera més clara en l'àmbit *maker*. En aquest cas, estan obligats a repensar des de la manera en què es dissenya, es comparteix o l'impacte social, fins a fórmules de finançament i oportunitats que s'aprofiten per a la generació de noves fórmules.

Sembla que les regulacions —enteses, també, com el context i el marc socioeconòmic al qual pertanyen— exerceixen pressió per a l'adopció, adaptació o, en el millor dels casos, el hacking, tant de les fórmules econòmiques preexistents com de les pràctiques d'*isomorfisme invers*. Igualment, es percep que aquest fet també podria estar relacionat amb factors interns, com ara la manca de coneixement de noves realitats, mecanismes, recursos —tant públics, com privats, comunitaris, etc.—, o d'alternatives en general.

32

#### TENDÈNCIES EMERGENTS:

#### PÍNDOLAS D'INNOVACIÓ CULTURAL I ECONÒMICA A BARCELONA

Les **píndoles de coneixement**, al final de l'informe, aprofundeixen en aquests i altres debats, al voltant d'uns capítols temàtics sobre:

- ~ El model productiu FLOSS: perquè és un àmbit que ja compta amb dècades d'innovació i que pot fer veure com pot evolucionar la innovació col·laborativa en altres àmbits. Economies *maker*: perquè és un àmbit nou i que té potencial perquè aportí els principis del valor immaterial del model FLOSS, al valor material dels mobles. El *match-funding* (i l'estudi de cas de Goteo): perquè és un model d'ingressos que va aparèixer a l'onada anterior d'innovacions i que ara sembla que es reinventa.
- ~ La tecnologia *blockchain* i les monedes socials complementàries: perquè són dues tendències no consolidades, però que apunten a una nova onada d'innovació econòmica en pocs anys.

A **El FLOSS: un nou model productiu** (apartat 6.1), Marco Berlinguer ens parla de l'ecosistema de programari lliure i de codi obert, que va néixer als anys noranta en comunitats que, en gran part, eren informals i estaven basades, pràcticament de manera íntegra, en el treball col·laboratiu voluntari. Aquests projectes van desenvolupar noves llicències que revertien el principi d'exclusivitat imposat pels drets de propietat intel·lectual. Yochai Benkler va suggerir que estàvem observant el sorgiment d'un tercer model de producció, diferent del mercat i l'esfera publicoinstitucional, que va batejar com a «producció entre parells basada en els bens comuns» —Yochai Benkler, 2006.

Actualment, podem dir que l'ecosistema FLOSS ha evolucionat molt. Els projectes de petites comunitats i els desenvolupadors autònoms també han donat pas a la participació d'empreses en l'ús i el desenvolupament de programari lliure. Tot i que això pot plantejar alguna incoherència, l'ús i el desenvolupament del FLOSS ha entrat amb força en les estratègies de moltes empreses i s'ha mostrat una eina potent per a qüestions com ara la reducció de costos, l'acceleració d'innovacions o la generació d'ecosistemes sinèrgics.

33

L'expansió del FLOSS al mercat avança amb les seves pròpies ambigüitats i contradiccions i genera nous desafiaments. Algunes configuracions —com ara la de Linux— poden veure's com a formes de col·laboració que resolen de manera innovadora els dilemes relacionats amb la producció de bens públics i infraestructures comunes. En altres casos, aquests models es poden utilitzar, més aviat, per a la configuració de noves formes de concentració de valor i poder.

Tot això, també deixa albirar un camp molt ampli i encara escassament explorat d'innovació per a les polítiques públiques, ja que l'actor públic, paradoxalment, s'ha quedat més endarrerit respecte del mercat a l'hora d'articular-se amb aquestes novetats. No és que hagin mancat programes públics de suport a projectes FLOSS, la veritat és que n'hi ha hagut a molts nivells. En canvi, falten estudis que avaluïn les iniciatives públiques i els seus resultats. També està insuficientment explorat —de fet, gairebé ignorat— el tema de la manera com s'han de modular, en el nou paradigma informacional, els emergents bens comuns digitals amb les pràctiques pròpies del mercat i amb les funcions de l'estat.

La diversitat d'experiències que han tingut i tenen lloc a Barcelona, juntament amb la iniciativa de l'Ajuntament, situen l'ecosistema de la ciutat en una posició capdavantera a nivell internacional, en l'experimentació d'una original articulació de polítiques públiques aplicades a aquest model d'innovació tecnològica, social i econòmica.

Per continuar avançant, els temes i les àrees d'acció potencials són nombrosos. És fonamental el mapatge de l'ecosistema dels actors que es mouen al voltant del FLOSS a Barcelona i el desenvolupament d'un sistema eficaç de visibilització. També, però, és de vital importància que les ciutats —i Barcelona està en el bon camí per aconseguir-ho— tinguin la capacitat de cooperar, coproduir i compartir entre elles. Probablement, en el desenvolupament d'aquesta capacitat de cooperació públic-públic, és a dir, entre diverses administracions públiques, i en l'agregació al seu voltant d'amplis ecosistemes i mercats, s'hi troba la palanca desaproveitada més potent per aconseguir l'expressió del potencial inexpressat dels actors públics en aquestes noves formes de producció.

34 **A Economies maker, de la fabricació digital i convergències amb cultura** (apartat 6.2), Elisabet Roselló hi explora nous corrents de producció vinculats a la fabricació i el fet que, cada cop més, convergeixen amb el sector creatiu, les pràctiques de recerca científiques i l'I+D continu. Aquí, hi té un paper fonamental el disseny, fortament vinculat al desenvolupament de noves tecnologies —pensem, a tall d'exemple, en el cas de les impressores 3D.

Especialment, a partir de la primera dècada del dos mil, les comunitats de maquinari obert van emergir a l'entorn d'iniciatives semiprivades, especialment *start-ups*. Molts projectes pretenien superar la divisió digital-tangible i experimentaven des de paradigmes transdisciplinaris en l'ús d'eines i maquinari de fabricació digital de manera distribuïda o bé descentralitzada, amb la voluntat de superar el marc convencional de la producció industrial centralitzada i massiva.

Si l'any 2001 es creava el primer Fab Lab, avui dia n'hi ha més de 1200 arreu del món —Fablabs.io, 2017. Aquests espais es defineixen com “una xarxa global de laboratoris locals, que permeten la invenció mitjançant l'accés a eines per a la fabricació digital” —Fab Foundation, 2017—, *xarxa* tant en un sentit de marca com en un sentit, sobretot, operacional, en què comparteixen conei-

xement, dissenys, suport i assessorament, entre d'altres. Els espais es defineixen com “una plataforma tècnica per a la innovació i la invenció, que proveeixen d'estímul l'emprenedoria local. Un Fab Lab també és una plataforma per a l'aprenentatge i la innovació: un lloc per al joc, la creació i l'aprenentatge, l'ensenyament, la invenció” —Fablabs.io, 2017.

El model econòmic dels Fab Labs és molt diversificat. Hi ha Fab Labs que són *makerspaces* o tallers impulsats des dels *grassroots* o moviments de base —associacions d'aficionats i activistes tecnològics, cotreballs de creadors, etc.—, per universitats i entitats educatives com a espai per a l'aprenentatge i la investigació, fundacions, o, fins i tot, per a aliances d'empreses.

35 Sovint, el moviment *maker* s'havia autodefinit com a moviment que promou, en primer lloc, la sobirania creativa i tecnològica; en segon lloc, la proactivitat —el *Do It Yourself* o *Fes-ho tu mateixa*—; en tercer lloc, l'abandonament de la idea del geni emprenedor solitari a favor del poder del col·lectiu —el *DIWO*, *Do It With Others* o *Fes-ho amb altres*; en quart lloc, la compartició de dissenys, coneixements i processos en línia i fora de línia; i, finalment, l'autogestió comunitària en espais físicodigitals —a tall d'exemple, tallers *maker* recolzats amb eines i plataformes digitals. Hi ha molta divergència pel que fa a la concepció del *maker* com una actitud o una estratègia enfront de la sobirania tecnològica, creativa i productiva, o bé com un subsector creatiu i mitjà instrumental per a un model de progrés i economia. Aquest darrer punt ha fet que el terme *maker* generi rebuig entre alguns creadors, inventors i educadors, malgrat que se'ls podria identificar amb aquesta tendència de fonamentar-se en l'aprenentatge constant basat en l'assaig i l'error, la creació i la invenció a preus reduïts o al hacking i l'alteració de maquinari o objectes físics.

El que ens interessa pel que fa a l'àmbit cultural, per una banda, és que l'anomenat *moviment maker* connecta amb nous abordatges transdisciplinaris, que poden incloure l'art, les artesanies i altres tècniques i espais creatius. A Barcelona —exceptuant algunes iniciatives puntuals—, la incursió d'aquestes noves onades de creativitat transdisciplinària i de fabricació postdigital, que combina noves i velles tècniques, s'hi podria remuntar al “gir conceptual” que l'espai Hangar —que es va impulsar el 1997 per l'Associació d'Artistes Visuals de Catalunya (AAVC)— va fer a partir del seu segon any de vida. D'altra banda, l'any

2007 neix el Fab Lab Barcelona, el primer Fab Lab espanyol i un dels primers del món. I, el 2011, es va obrir l'espai *Makers of Barcelona* a la zona d'Arc de Triomf, amb un model de negoci basat en el cotreball, amb el propòsit de fer convergir *freelances* i persones del sector creatiu i *makers* en un sentit ampli.

Actualment, i de manera aparent, se'ns presenta, a la ciutat de Barcelona, un moment en què el propi moviment *maker* ha madurat i és percebut de manera més crítica. Hi tenen cabuda tota mena de projectes, alguns dels quals provenen de les primeres iniciatives del moviment, altres representen noves fórmules i propòsits, però tots, en general, experimenten noves fórmules i evolucionen cap a direccions diferents.

La tercera píndola es titula ***El match-funding com a fórmula de micro-finançament: un cas d'estudi a Goteo*** (apartat 6.3) En aquest cas, Enric Senabre ens parla de l'evolució de les plataformes de finançament col·lectiu —*crowdfunding*— des de la primera dècada del 2000, quan van viure una forta proliferació. Una de les noves modalitats i formes de funcionament que han sorgit fruit d'aquesta evolució és el *match-funding*, o finançament coincident entre ciutadans i institucions.

36

Aquest model específic de finançament permet que organitzacions de diferent tipus multipliquin les aportacions econòmiques als projectes que fan els usuaris individuals. És característic tant per la seva eficàcia si es compara amb campanyes de finançament col·lectiu normals, com per les implicacions d'impacte o vinculació amb altres institucions i modes de finançament.

Abans de l'aparició del finançament col·lectiu, el concepte de *match-funding* amb donacions o pagaments de fons coincidents ja funcionava en contextos de caritat, filantropia o bé públic (Markus Görsch, 2011). A nivell institucional el model més popular havia estat aquell en què una organització pública, entitat patrocinadora o de responsabilitat social corporativa alliberaven el finançament restant en forma d'inversió —com a subvenció o préstec— a un projecte que aconseguia, per altres vies, una altra part substancial per al seu objectiu de finançament (Catherine Walker, 2016).

En moltes iniciatives de finançament col·lectiu, però, l'èxit dels projectes no s'arribava a assolir. L'exigència d'uns resultats mínims de finançament per tirar endavant els projectes generava “buits” de finançament que, finalment, no s'assignaven a cap campanya i que calia retornar. D'altra banda, les dinàmiques de grans actors en el sector van fer més complex l'arrelament i la vinculació entre projectes locals amb plataformes de proximitat. Aquests i altres factors expliquen que s'experimentés amb noves fórmules que exploressin la manera d'ampliar l'efectivitat i la resiliència del sector, ja sigui per a projectes de l'àmbit cultural com per a d'altres.

La plataforma Goteo ha estat pionera en el desenvolupament del model de *match-funding* a nivell internacional. Va ser una de les primeres plataformes que va començar a operar localment i internacionalment des d'Espanya, l'any 2011, cobrint diferents sectors i temàtiques dins del que s'ha anomenat *finançament col·lectiu cívic* (Richard Davies, 2014). Alhora, presenta un creixement sostingut d'activitat que la fa especialment rica en tipus de casos, diversitat d'usuaris i iniciatives.

37

Les convocatòries de Goteo s'articulen al voltant d'entitats promotores, ja siguin institucions públiques o privades, que fan crides a projectes de determinades temàtiques que volen promoure, tot anunciant la quantitat total de capital que disposen —anomenat *borsa de match-funding*— per a la multiplicació de les donacions individuals, i la resta de detalls i condicions de la convocatòria. Diverses iniciatives *competeixen* per a la captació del favor dels donants, fins que, en una ronda final —en què també participen experts de viabilitat de Goteo— es fa una selecció d'aquelles campanyes que, després de tot, podran accedir al capital de la borsa de finançament.

Des del 2013, la plataforma ha estat aplicant amb èxit aquesta fórmula en universitats, governs regionals, fundacions privades, ajuntaments o agències d'innovació locals, amb convocatòries enfocades a projectes dins dels àmbits de la innovació sociocultural, la innovació educativa, la infància i la cooperació, el patrimoni cultural i els bens de domini públic, l'esperit empresarial, la salut, projectes de ciutats intel·ligents, educació, patrimoni cultural, i les arts.

Si les campanyes no arriben a l'objectiu establert de finançament, s'activa el mateix mecanisme que s'utilitza en la resta de campanyes: es retornen els diners compromesos i visualitzats sense cap cost addicional, tant als usuaris individuals com a les institucions convocants —que veuen com els diners preassignats a projectes que no han tingut prou suport social per mitjà de finançament col·lectiu és tècnicament estalviat.

En el funcionament del *match-funding*, tal com s'aplica a Goteo, s'hi podrien estar donant dinàmiques interessants de canalització de volums significatius de fons públics o privats sota una modalitat de donació que dona peu a la participació ciutadana, molt més enllà del que els mateixos fons podrien assolir per ells mateixos. La utilització creixent del finançament col·lectiu per comunitats de creadors a Europa i el món encara ha d'augmentar els propers anys. Per això, opcions com ara el *match-funding* i la seva tendència a l'associació d'estratègies de finançament transinstitucionals, allà on cal activar iniciatives amb impacte social, pot suposar una millora no només en l'efectivitat, sinó també en la visibilitat i l'impacte local d'aquestes noves fórmules híbrides de finançament.

38

Les dues últimes píndoles introdueixen dues tendències que no estan actualment consolidades, però que és possible que veiem en una nova onada d'innovació econòmica durant els propers anys. En el primer cas, ***Monedes socials per al bé comú i activitats culturals*** (apartat 6.4), Susana Martín i Yasuyuki Hirota ens presenten diferents casos de monedes socials complementàries. Concretament, aquelles que tenen l'efecte de contribuir al finançament, el que es podria denominar *externalitats positives* o el procomú, amb una particular atenció en el finançament d'activitats culturals.

Hi ha casos com ara el de la moneda chiemgauer de Baviera, que destina a finalitats socials un 3% dels euros corresponents a tota la moneda emesa. Després, hi ha la turuta de Catalunya, que es posa en circulació amb el pagament d'allò que es vol finançar. També, tenim el cas de la peix a Hondures, una moneda que s'emet amb el pagament de serveis necessaris per a la producció de biodièsel, amb la finalitat de reduir la dependència del petroli i les emissions de CO2 en aquell país. Un altre exemple n'és el col·lectiu brasiler Fora do Eixo, que utilitza un sistema d'intercanvi, similar a un sistema LETS, a través del qual els

membres es paguen mútuament tot tipus de serveis auxiliars i col·laboracions per a la producció musical, cinematogràfica o artística en general, fet que els permet el pagament d'aquestes despeses sense l'ús de moneda convencional.

La majoria de les experiències que s'han exposat es gestionen o bé amb tecnologia digital convencional, o bé amb vals de paper. Encara que són molt recents, també hi ha interessants casos de monedes generades segons el protocol de cadena de bloc (*blockchain*) per a la contribució al procomú, el desenvolupament que convé que se segueixi. A tall d'exemple, solarcoin, que va ser creada l'any 2014 per al finançament de la instal·lació de generadors d'energies renovables.

Ja sigui extraient una comissió en cada canvi amb el qual s'emet moneda, com mitjançant el monedatge, el pagament en espècie o l'estalvi de moneda convencional a través d'intercanvis de col·laboracions i altres favors mutus, els exemples que s'han presentat mostren que les monedes socials complementàries, a part de ser instruments que ofereixen finançament en general a les persones que les utilitzen, s'empren, també, per al finançament de diferents tipus de procomú.

39

En matèria de política pública, existeixen diferents projectes finançats per la UE —Commonfare, B-Mincome, Vilawatt, etc.— que tenen com a objectiu la promoció d'algun tipus de benefici cultural, social o mediambiental finançat amb MSC. Aquests projectes pilots estan enfocats a l'avaluació de l'impacte d'aquests instruments en l'assoliment d'aquests objectius, i serà interessant d'avaluar-ne els resultats quan finalitzin.

Potencialment, l'engegada de MSC ofereix nombrosos beneficis, ja que permet el finançament de manera alternativa de tot tipus d'infraestructures, bens o activitats destinades al bé públic. Tanmateix, la creació d'un instrument que una comunitat accepti com a pagament és un repte considerable, perquè aquesta comunitat ha de percebre el benefici del fet d'acceptar en pagament un instrument diferent als diners convencionals, la qual cosa exigeix una alta capacitat tècnica i comunicativa de l'equip impulsor, i moltes hores de treball amb les persones involucrades.

Finalment, a **Blockchain i cultura** (apartat 6.5), Marc Rocas ens hi parla de la cadena de blocs o *blockchain*, una tecnologia que permet l'emmagatzematge de dades i l'execució de transaccions de manera oberta, pública, pseudoanònima, segura, neutral, immutable, i sense la necessitat de recórrer a terceres parts que actuïn com a mitjanceres per tal de generar confiança. Les diferents transaccions, que contenen les dades, són validades per al node que les recull i s'inclouen en blocs de dades. Cada bloc fa referència al bloc anterior, i, per aquest motiu, es parla de cadena de blocs. La *blockchain* fa servir un mecanisme de consens per tal d'acceptar la inclusió en la cadena d'un nou bloc.

La tecnologia *blockchain* és una de les anomenades tecnologies DLT (Distributed Ledger Technologies). Per DLT, entenem aquelles tecnologies que permeten el desament de dades de manera immutable, distribuïda, sincronitzada entre nodes d'una xarxa, amb capacitats de garantir transparència, privacitat i seguretat. Actualment, hi ha un cert abús del llenguatge, una certa confusió i interessos de negoci, quan es fan servir els termes *blockchain* o DLT. En determinats entorns, es parla de tecnologia *blockchain* per referir-se a determinades xarxes —que són en realitat *permissioned* i/o privades—, en altres entorns s'utilitza per referir-se de manera genèrica a qualsevol tipus de DLT —obertes i tancades—, i, alhora, també s'empra el terme en plural per mencionar no pas la tecnologia sinó les diverses xarxes que fan servir *blockchain*, i, en conseqüència, llegim expressions del tipus: “les *blockchain* fan servir diversos sistemes de consens”.

Una de les possibles aplicacions de la tecnologia *blockchain* al sector de la cultura és la criptomoneda, que ha permès l'aparició d'un nou sistema de finançament de projectes basat en el finançament col·lectiu anomenat *oferta inicial de moneda* o *Initial Coin Offering* (ICO), en anglès. Les ICOs consisteixen en l'obtenció de liquiditat a canvi de l'emissió d'uns *tokens* amb un valor prefixat, que s'emeten en forma de criptomoneda.

A diferència d'altres sistemes de finançament, les ICOs no donen cap dret o títol sobre l'empresa que les emet, més enllà del valor dels propis *tokens*. A Espanya hi ha hagut fins el moment dues ICO, una de les quals, la de Creativechain<sup>4</sup>,

4 <https://www.creativechain.org>.

es va produir dins de l'àmbit de la cultura, i va aixecar 480.000€ el maig de 2017<sup>5</sup>. El 2% d'aquest valor correspon a projectes de l'àmbit de la cultura.

A tot el món, nombrosos projectes es plantegen l'aplicació de *blockchain* per a la transformació del negoci musical, mitjançant l'eliminació de terceres parts, és a dir, amb l'apropament de músics i consumidors<sup>6</sup>. Alguns dels projectes en aquest àmbit són Pledge Music<sup>7</sup> o Mycelia<sup>8</sup>, el darrer dels quals va ser impulsat per la cantant Imogen Heap. Una de les opcions per als artistes musicals i també per als editors de contingut digital, a tall d'exemple, és la implementació dels micropagaments com a mètode per a la monetització de les seves creacions. La idea és que sempre es cobri una petita quantitat per la unitat mínima de transmissió de l'obra creada: en el món musical, per l'audició d'una cançó o fragment; i, en el món de l'edició digital, podria ser per la lectura d'un article. A tall d'exemple, SatoshiPay<sup>9</sup> permet l'obtenció de petits pagaments per cada unitat mínima de contingut —descàrrega, segon de vídeo, vida extra d'un joc, etc.

L'ús de criptomonedes implica un canvi de cultura pel que fa a la manera com fem servir els diners habitualment en les transaccions digitals —accés als nostres comptes bancaris, transferències en línia, pagaments en línia, etc. Paradoxalment, aquesta nova cultura és molt propera a la de la transmissió del diners en paper. Cal trencar amb la barrera tecnològica que suposa la gestió de les cartes digitals (*wallets*), de les claus privades i públiques, de les adreces digitals, i de les mesures bàsiques de seguretat que cal prendre per a la protecció dels nostres diners. En aquest sentit, cal desenvolupar entorns pràctics d'aprenentatge natural, un dels quals podria ser la implementació de monedes socials en l'àmbit de les ciutats, sobre tecnologies DLT<sup>10</sup>.

5 Canvi a euros de les criptomonedes que es va obtenir a taxa de canvi el maig de 2017.

6 <https://techcrunch.com/2016/10/08/how-blockchain-can-change-the-music-industry>.

7 <http://www.the-blockchain.com/2016/10/10/blockchain-can-change-music-industry-part-ii>.

8 <http://myceliaformusic.org>.

9 <https://satoshipay.io>.

10 Jané, Carme, «Barcelona tindrà la seva moneda digital per a ús social», publicat a El Periódico, el 14-11-2017. Disponible a: <http://www.elperiodico.cat/ca/barcelona/20171114/barcelona-tindra-seva-moneda-digital-us-social-6423549>.

La cultura viva es troba íntimament lligada al desenvolupament de models de cocreació entre parells, és a dir, entre iguals. Aquests parells han de ser vistos no com a elements aïllats que s'agreguen en moments determinats, sinó com a part d'una xarxa de talent, coneixement, i transmissió de cultura, una xarxa viva en la qual els elements interactuen de manera continuada. Per tal de facilitar-ne no només la interacció física, sinó també la virtual, cal desenvolupar comunitats que siguin capaces de compartir talent i recursos físics.

La *blockchain* permet la creació d'estructures de compartició de recursos entre creadors i artistes —temps, treball, un estudi, equips o eines, coneixement, etc.—, en què els elements característics de qualsevol plataforma són presents —plataforma que posa en contacte els membre de dos comunitats, mitjà de pagament, i mitjà de reputació i confiança. La proposta de política pública passa per la creació d'una xarxa de talent i recursos que estigui apadrinada per polítiques públiques, però que esdevingui un mercat d'intercanvi de talent i recursos entre el món públic i privat, i, que, en una segona fase, sigui exportable a altres ciutats, de manera que el concepte perdi el seu confinament territorial i permeti interaccions entre nodes-ciutat de coneixement, talent i cultura.

42

#### APUNTS FINALS. EL MIRALL ENTRE LA CULTURA I L'ECONOMIA: DEL TANCAMENT D'UNA ONADA D'INNOVACIÓ ECONOMICOCULTURAL A L'EMERGÈNCIA D'UNA NOVA ONADA

Voldríem destacar dues idees centrals: per una banda, que **les innovacions en pràctiques culturals i en sostenibilitat econòmica s'emmirallen, es retroalimenten**. Una va acompanyada de l'altra; i, per una altra, que el moment actual és un moment entre onades d'innovació economicocultural: la que va tenir lloc amb l'adopció de l'ICT i la cultura lliure entre 2001 i 2011, i una onada en estat emergent, en la qual la tecnologia *blockchain*, les monedes socials i/o la confluència amb l'administració pública —com ara el *match-funding*— poden jugar un rol important.

A continuació, us proposem una visualització sintètica dels principals elements que, de manera contraposada, són característics d'una i altra onada. Aquest esquema permet una lectura de contrast que reforça la idea de l'element mirall que es produeix entre economia i cultura en ambdues onades.

#### Onada de l'adopció de l'ICT i la cultura lliure entre 2001 i 2011

##### Pràctiques culturals

- ~ Transvasament entre les arts i des de les arts, i difusió d'eines creatives: trencament de barreres entre sectors culturals i expansió de l'expressió artística a altres subjectes més enllà d'artistes professionals.
- ~ Emergeix la producció col·laborativa que es recolza en la xarxa i els models de propietat de coneixement obert.
- ~ Expansió de producció que està lligada a àmbits immaterials i entorns digitals, cap a models que estan més integrats i barrejats amb la dimensió material.

##### Mirall econòmic

- ~ Interès que està lligat, sobretot, a la sostenibilitat dels projectes, més que no pas que sigui de caràcter individual.
- ~ Debat a l'entorn del valor.
- ~ Predomini de la dependència de les subvencions. S'amplia, però, el ventall d'opcions i apareixen estratègies múltiples de sostenibilitat.
- ~ Emergència i consolidació del finançament col·lectiu com a via de finançament.

43

#### Onada en estat emergent

##### Noves àrees de pràctiques culturals

- ~ Expansió de pràctiques col·laboratives que es recolzen en la xarxa de creació cultural i es desenten de la dimensió política del coneixement. Visió procomú sota el paraigua de l'escola d'Ostrom com a model de governança, i de no propietat i caràcter públic de la producció (procomú digital).
- ~ Increment de pràctiques d'acció amb institucions, amb Barcelona en Comú al govern de Barcelona.
- ~ Increment de discursos crítics amb la tecnologia (*El somni d'Internet ha mort*).

- ~ Àrees emergents de creativitat i aplicacions artístiques sobre tecnologies emergents: intel·ligència artificial, *blockchain*, *biohacking* i realitat virtual i/o augmentada.
- ~ Intervencions artístiques emmarcades en el context de postveritat. Major vincle i cocreació amb la ciència (*science shops*).

### **Mirall econòmic**

- ~ Major preocupació per la sostenibilitat individual a partir d'opcions d'emprenedoria col·lectiva. Confluència amb el moviment cooperativista.
- ~ Estratègia de sostenibilitat econòmica i resiliència basada en la comunitat (outcome o resultat del debat sobre el valor).
- ~ Major accés a subvencions públiques (tot i que sigui amb un model de subvenció molt perjudicial).
- ~ Dos grups amb diversos tipus de pràctiques (cadascuna amb un conjunt d'identitats, xarxes i vies de finançament): subvencions dependents versus subvencions orientades al mercat social.
- ~ Vies de sostenibilitat econòmica en estat iniciàtic: monedes socials i criptomonedes, renda bàsica.

44

Les noves àrees de pràctiques culturals es caracteritzen per una banda, per l'expansió de pràctiques col·laboratives que es recolzen en xarxes de creació cultural i que es desentenen de la dimensió política del coneixement; i, per una altra, per una visió del procomú sota el paraigua de l'escola d'Ostrom com a model de governança, i no de propietat de caràcter públic de la producció —procomú digital.

És significatiu l'increment de pràctiques d'acció amb institucions amb Barcelona en Comú al govern de Barcelona. També s'estan incrementant els discursos crítics amb la tecnologia i despunten les àrees emergents de creativitat i aplicacions artístiques sobre tecnologies també emergents, com ara la intel·ligència artificial, la tecnologia de cadena de blocs, el *biohacking* o la realitat virtual. Les intervencions artístiques queden emmarcades en un context de postveritat, alhora que es detecta un major vincle de cocreació amb la ciència —com ara amb les *science shops*.

En el mirall econòmic, hi podem veure una major preocupació per la sostenibilitat individual a partir d'opcions d'emprenedoria col·lectiva, i, en determinats casos, també amb confluència amb el moviment cooperativista. Les estratègies de sostenibilitat econòmica i resiliència es basen en la comunitat i proven de posar en valor altres resultats a part de l'econòmic. En aquesta línia, moltes pràctiques o vies de sostenibilitat econòmica es troben en estat iniciàtic —monedes socials complementàries, criptomonedes, renda bàsica, etc. Potser els dos blocs que estan més en contraposició serien un definitiu cap a la dependència de subvencions, contra un altre orientat al mercat social.

### **TANCAMENT: QUATRE DEBATS NECESSARIS I UNA PREGUNTA**

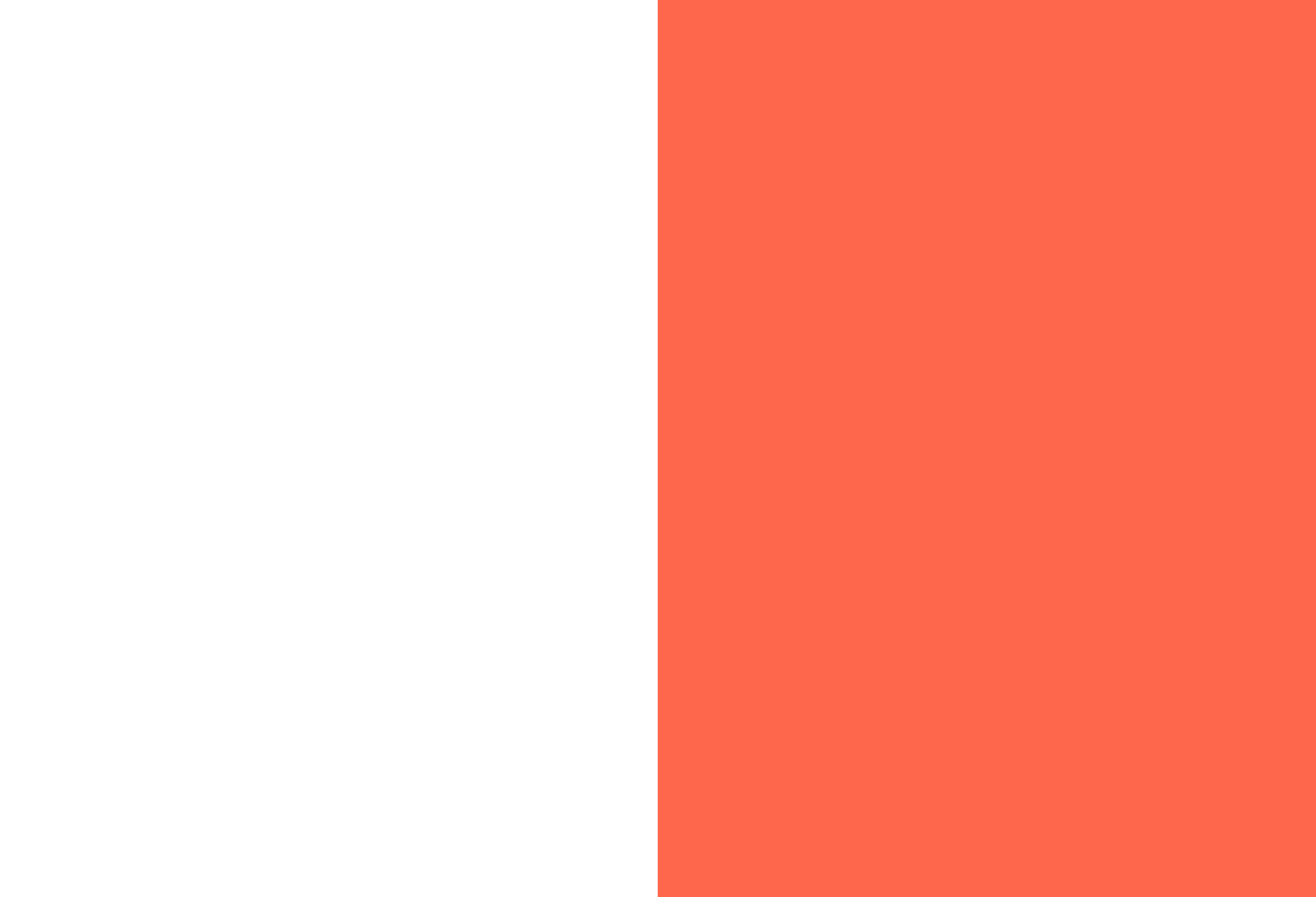
Calen els debats sobre:

- ~ Ètica de la consultoria (pel que fa a la gestió del coneixement) i la interacció amb les administracions.
- ~ Perspectiva de gènere i mediambiental: una major dinàmica comunicativa no assegura una major responsabilitat social.
- ~ El futur del treball i l'ocupació en aquest sector.

45

I voldríem acabar llançant una pregunta:

**Com es pot guanyar l'espai de l'economia des de la cultura?**





# INTRODUCCIÓ ALS MODELS DE SOSTENIBILITAT EN LA CULTURA: REVISIÓ DE L'ESTAT DE L'ART

1

La concreció d'uns criteris teòrics que ajudin en l'avaluació de propostes d'innovació ha topat amb alguns reptes conceptuals: en primer lloc, que la trajectòria de l'estudi de l'economia de la cultura, no gaire extensa, s'ha centrat majoritàriament en la mesura de l'impacte econòmic de la cultura sobre el capital econòmic total de les nacions contemporànies, o bé e l'impacte que ha creat la seva activitat en altres sectors econòmics; en segon lloc, que la recerca en l'estudi de les configuracions productives i econòmiques de les organitzacions, o els anomenats *models de negoci*, és relativament recent, i l'àmbit de les economies obertes i col·laboratives és encara més nou i una mica més minoritari respecte a tot aquest nou camp d'estudi; en tercer lloc, que el terme *innovació* no és exempt d'ambigüitats ni, valgui l'expressió, de polèmiques, almenys pel que fa als tipus

de polítiques que alguns governs —de caire neoliberal— han fomentat en les dues darreres dècades, seguit de les formes d'extracció i explotació de valor que corporacions i empreses han impulsat per a la continuació de la carrera; finalment, allò més important, però, és que ens trobem sota un model econòmic i polític globalitzat que impera on la innovació és al centre del motor econòmic, de manera paral·lela al consum.

## L'ESTUDI DE L'ECONOMIA DE LA CULTURA

### 1.1.

50 L'estudi de l'economia de la cultura, entesa tradicionalment com a sinònim d'arts i patrimoni —tangible i intangible—, no és un camp gaire extens de recerca, i ha tendit a centrar-se en l'impacte macroeconòmic sobre l'economia total de les nacions, o en l'impacte econòmic que genera amb referència a altres sectors, en un context de societat del coneixement industrial i digital. L'estudi de l'economia interna de les organitzacions culturals és encara menys ampli. De la mateixa manera, l'estudi dels models econòmics i de sostenibilitat econòmica de les organitzacions i empreses és relativament recent.

Específicament, l'estudi d'aquelles organitzacions que operen sota lògiques FLO —lliures i/o obertes— és força recent, si bé s'ha d'afegir que organitzacions, empreses i iniciatives d'arreu del món i de molt diferents sectors estan compaginant l'experimentació sota aquestes lògiques socioeconòmiques pel que fa a la sostenibilitat, amb el sistema econòmic, cultural i polític vigent.

La literatura sobre l'**economia de la cultura** s'ha centrat, des que va aparèixer aquest subcamp d'estudis entorn dels anys seixanta i setanta (Helmut K. Anheier, 2008 i Jaron Rowan, 2016) en l'anàlisi, amb objectius instrumentals, del valor total econòmic que el sector cultural podia arribar a generar, ja sigui entès com un nou àmbit industrial comú, com un de sol, o bé com a diverses

indústries culturals —sobretot amb la música, el cinema i l'editorial com a àmbits diferenciats—, amb l'objectiu de poder avaluar l'impacte econòmic —i, per tant, el benefici social— tant en el PIB total, com en altres sectors i àmbits, especialment, en el moment en què es van extirpar les indústries creatives com a nou àmbit d'aquest sector al voltant dels anys 90 (Helmut K. Anheier, 2008 i Jaron Rowan, 2016), mitjançant estudis i informes governamentals, i, tot plegat, de manera paral·lela a l'emergència de teories del benefici econòmic d'aquestes indústries creatives en les ciutats i les empreses —teories encapçalades per pensadors com ara Richard Florida, entre d'altres.

L'estudi dels models de negoci fora de la cultura com a camp teòric s'inaugurà des de l'àmbit de les ciències empresarials en els anys 90, amb autors destacats, com ara Alexander Osterwalder i Ash Maurya. Aquesta onada d'estudis va suposar una nova manera d'entendre l'anàlisi del model d'ingressos i sostenibilitat econòmica de qualsevol tipus d'organització, i va afavorir el desenvolupament d'eines visuals per a emprenedors i consultors estratègics, com ara el *business canvas*.

51

Si bé existeixen diverses definicions sobre què és l'**estudi de models de negoci**, el focus es disposa en la comprensió —o bé en l'avaluació, segons l'objectiu— de la manera com els diferents elements d'una organització es combinen i serveixen per a l'elaboració d'un model d'autosostenibilitat, o bé de creixement i generació de beneficis. Quan s'empra un model visual d'anàlisi, els elements essencials són descrits dins d'un *canvas*. Majoritàriament, gran part de l'interès acadèmic s'ha centrat en l'estudi dels models de negoci d'èxit dins de les economies capitalistes, que es caracteritzen per l'orientació cap a la generació de beneficis (*profit-oriented*). Sovint, Osterwalder, Maurya i altres autors fan referència a empreses com ara Apple, Lego o Google.

La recerca en els models econòmics de les **organitzacions vinculades a models oberts** (open) és quelcom més nou i que es caracteritza per un interès en l'avaluació de la diversitat de models vinculats a la nova economia digital (Alex Osterwalder i Yves Pigneur, 2010), i també en el reconeixement dels patrons que caracteritzen aquest tipus d'economia diferenciada dels models més tancats i tradicionals.

## UN APUNT SOBRE ELS TIPUS D'ORGANITZACIONS CULTURALS A CATALUNYA

### 1.2.

En comparació, l'àmbit del programari obert o *open source* —la producció, distribució i serveis derivats d'aquest tipus de programari— és el que, certament, té més recerca desenvolupada i aplicada —Eric S. Raymond, 1997, Anup Gosh, 2001, i Greg Goth, 2005, en són alguns exemples destacats. És un terreny complex, ja que l'ús de llicències obertes per tal de permetre la modificació, l'ús, la reproducció i la distribució més amplis ha esdevingut una autèntica capacitat competitiva per a moltes empreses del sector, especialment per a les PIME (Marco Berlinguer, Elisabet Roselló i K. Kourkoutas, 2017). És a dir, estem parlant, igualment, de la convivència de models de negoci que, en moltes ocasions, operen amb lògiques tant *open* com de mercat.

Alhora, la recerca de la producció p2p i de la *commons-based peer-production* (Richard Stallman, 2002, Michel Bauwens, 2005, i Yochai Benkler, 2006), tant en el món del programari com en les comunitats aficionades d'àmbits creatius o comunitats de creació online (CCO) (Jenkins, 2006, Mayo Fuster Morell, 2010, Marco Berlinguer, Martínez, i altres, 2013), també compta amb un relatiu desenvolupament en els últims anys amb l'emergència i la consolidació d'aquestes noves —i antigues— fórmules de producció i economia.

Aquests darrers dos àmbits, doncs, comparteixen la producció i/o la circulació compartida de material intangible, capital cultural o simbòlic. Tenen, per tant, prou punts de similitud amb la producció cultural, en tant que també és producció de capital cultural i simbòlic. Sense anar més lluny, el desenvolupament de programari s'ha inclòs, sovint, com a àmbit econòmic que pertany al sector creatiu (John Howkins, 2001, Department for Culture, Media & Sports of UK, 2015). Els estudis que exploren models econòmics emergents vinculats a la societat digital són més recents, com ara la lògica FLOSS, el finançament col·lectiu o plataformes com ara Spotify i Netflix.

Tradicionalment, els tipus d'entitats culturals es dividien en **tres esferes: la pública, la privada i la cívica**. En el primer cas, parlem d'institucions, infraestructures i empreses públiques, com ara museus, teatres municipals o instituts de divulgació lingüística, entre d'altres. L'esfera privada, en canvi, engloba diverses tipologies d'organitzacions dins l'espectre de registres legals d'empresa, incloent-hi cooperatives i PIME. A les memòries i informes de les indústries culturals, no s'hi presenta cap mena de desglossament de les tipologies d'empreses, ja sigui per subsectors econòmics —escèniques, patrimoni, etc.— com pel conjunt del sector cultural. Finalment, ens trobem amb el sector cívica, que té una forta arrel històrica en la promoció i la reproducció de la cultura popular, però que, alhora, inclou una pluralitat extensa d'associacions de tota mena, per a centenars de diferents expressions culturals i creatives.

Per a l'**àmbit públic**, el model i els mecanismes de finançament principals són públics i poden combinar, en ocasions, el finançament privat que procedeix dels membres dels patronats, i els ingressos que solen quedar en un pla secundari —que provenen de la venda d'entrades, tallers i altres activitats complementàries.

En el cas de l'**àmbit privat**, el panorama és una mica més complex: per a les empreses que pertanyen a les indústries culturals/creatives, la Generalitat de Catalunya contempla vies de finançament públiques —crèdits, subvencions, etc.— per a l'estímul del creixement de les empreses culturals i creatives que, avui en dia, està gestionat des de l'Institut Català de les Empreses Culturals. Si volguéssim citar altres models com a mostra de la certa complexitat o varietat, ens trobaríem amb un escenari en què bastantes infraestructures de propietat pública —centres cívics i culturals, museus, etcètera— són gestionades per empreses privades —i, ocasionalment, per altres tipus d'organitzacions. Altrament,

## CARACTERITZACIÓ DELS MODELS ECONÒMICS EMERGENTS

### 1.3.

en aquest mateix context, s'hi poden donar casos de models cogestionats —gestió comunitària més empresa de gestió cultural—, o que, directament, queden en mans de la gestió comunitària o associativa.

Finalment, **el teixit cívic o ciutadà**, que sol estar constituït de manera jurídica amb la fórmula d'associació, es finança segons cada cas, i, freqüentment, es fa a través de subvencions públiques que es convoquen a escala autonòmica i municipal, o del treball voluntari i de les quotes de soci, que, en moltes ocasions, són secundàries.

Malgrat tot, l'associació com a fórmula jurídica, en la realitat, no és sinònim del fet de formar part d'un teixit cívic, amateur o voluntari com se sol vincular des de les institucions. En moltes ocasions, s'hi poden trobar grups de treball d'artistes i creatius que, sense un gran interès lucratiu, i sobretot a causa de limitacions econòmiques, no es troben enregistrats en un model empresarial, sinó d'associació. És a dir, se subscriuen sota aquesta fórmula jurídica per tal de poder tenir un paraigües de protecció legal mínim com a col·lectiu i, sobretot, per poder accedir als circuits públics culturals —convocatòries de subvencions i ajuts, participació en concursos, accés a recursos, etc.

Segons la Generalitat de Catalunya<sup>11</sup>: “l'associacionisme cultural engloba el conjunt d'entitats jurídiques sense ànim de lucre que duen a terme activitats de promoció i difusió de la cultura en els seus diferents àmbits, caracteritzades pel voluntarisme i la participació dels seus associats”. Aquesta percepció limitada, ja que entén que la forma jurídica és igual a un tipus específic d'organització i d'activitat social i econòmica, implica que, en els ajuts econòmics per al creixement empresarial o emprenedor, s'hi exclouen automàticament aquelles associacions que actuen com a protoempreses o espais de treball alternatiu, les quals, alhora, només tenen accés, com s'ha dit, a les subvencions públiques anuals molt més restrictives (CREARSA, Jordi Sellas, 2017).

Els nous models emergents vinculats a la lògica oberta i de xarxa (Yochai Benkler, 2006) o a l'informacionalisme (Manuel Castells, 2006) s'emmirallen, inevitablement, en els models econòmics que el programari obert (*open software*), o les comunitats creatives p2p, i, fins i tot, els *fandoms*, han anat generant en les darreres dècades, com a exemples d'èxit. Tot i així, cada cas de producció cultural és suficientment complex com per poder produir un model d'ingressos sostenible imitant-ne un altre d'un àmbit diferent, amb uns productes, serveis o comunitats ben diferents (Louis-David Benyayer, 2016).

La recerca dels *models open* en els negocis o com a model econòmic d'una organització també es remunta a **una tercera visió** —a més de *l'open source* o les pràctiques comunitàries digitals dels *fandom*—, que procedeix d'una visió de l'open innovation (Henry Chesbrough, 2003 i 2006). Aquest cas, i només breument, implica que les organitzacions necessiten, per innovar a la mateixa velocitat que els competidors en el context contemporani, l'obertura dels processos de gestió del coneixement i les patents, contràriament al que planteja l'enfocament previ, que és més tancat. Tot i que amb lògiques industrials més tradicionals, Chesbrough i altres acadèmics de l'empresa i la innovació, com, a tall d'exemple, Esteve Almirall, solen proposar fórmules híbrides d'innovació oberta i tancada, o d'innovació amb llicències duals amb *copyright* i *copyleft* alhora. Chesbrough va arribar a la conclusió que les organitzacions han de ser remodelades en la seva estructura perquè es puguin permetre aquests nous tipus de processos i, així, s'accelerïn i es deixin fluir les capacitats d'innovació. En aquest sentit, doncs, aquest autor comparteix un mateix enteniment amb els teòrics dels models d'organització oberts: les fórmules i les estructures organitzatives tradicionals de l'era industrial són ineficients, restrictives o incoherents amb noves lògiques d'organització i gestió dels recursos, inclosos els bens immaterials —informació, coneixement, etc.

11 [http://cultura.gencat.cat/ca/departament/estructura\\_i\\_adreces/organismes/dgcpt/05\\_documents\\_i\\_recursos/02\\_jornades\\_estudis\\_leg/03\\_estudis\\_informes/#bloc3](http://cultura.gencat.cat/ca/departament/estructura_i_adreces/organismes/dgcpt/05_documents_i_recursos/02_jornades_estudis_leg/03_estudis_informes/#bloc3).

Les mencions als nous models econòmics dins de la cultura o el sector creatiu són escassos. Els esments a les innovacions es troben vinculats a les noves tecnologies de gestió —Big Data, Business Intelligence, algorismes, etc— de nous mitjans —transmedia, gamificació, realitat virtual, etc— i nous canals de finançament —*crowdfunding*, o metodologies d'inversió tipus *start-up*—, des de la literatura fins als congressos i esdeveniments internacionals o locals —com ara els que organitza l'ICEC, o els Anuaris de Cultura Digital, Dosdoce.com i A/CE, 2014-2017. Les lògiques de **producció de capital cultural i simbòlic** tenen unes característiques una mica diferents i especials (Helmut K. Anheier, 2008) de les de la producció econòmica industrial. A més a més, cal afegir-hi el fet que l'anomenat sector cultural inclou diversos formats, disciplines, circumstàncies i mecanismes sectorials, i contextos històrics, entre d'altres factors que condueixen a la impossibilitat de definir models de negoci universals per a tot aquest sector econòmic (Louis-David Benyayer, 2016, Paul Stacey, Sara H. Pearson, 2017). A tall d'exemple, no és el mateix la producció de teatre que la creació d'una instal·lació artística, o un videojoc. Això implica que un model de negoci en un àmbit, com ara l'audiovisual, no sigui aplicable a un altre àmbit, com ara el disseny.

56

Malgrat això, ja es poden observar diferents models basats en lògiques d'obertura o *openness*. Louis-David Benyayer (2016) assenyala **una distinció**, per una banda, **entre els models** open, que es descriuen com a iniciatives o projectes que poden ser o no ser amb lògiques no monetàries, i que es basen o no en la producció de procomú cultural; i, per una altra, **les plataformes** —fórmules per al sosteniment d'infraestructures— i les estratègies col·laboratives, que tenen, majoritàriament, un caràcter pur corporatiu i mercantil, i que empenen mètodes, eines, tàctiques i mecanismes d'obtenció d'ingressos de l'àmbit *open*. Aquesta categorització és aplicable en molts diversos àmbits més enllà de la cultura.

En tota la literatura que s'ha trobat que descriu models econòmics basats en el focus *open*, existeix una confusió habitual entre els models o estratègies econòmiques *open*, i els canals o tàctiques d'ingressos: és a dir, el tot per la part. Així, doncs, no és el mateix un músic que ocasionalment ha dut a terme una campanya de finançament col·lectiu per a la producció d'un nou àlbum, que un grup de música que fomenta tota la seva producció, difusió i distribució en la seva comunitat de fans, i implementa diversos canals d'ingressos o d'obtenció de

recursos i de conversió en valor de retorn social o als fans —com ara finançament col·lectiu, microdonacions, *crowdsourcing*, *couchsurfing*. Un exemple canònic en seria la cantant Amanda Palmer.

Per altra banda, es veu una distinció interessant de **pràctiques econòmiques innovadores** que poden variar segons si es parla per una banda, d'organitzacions i artistes o creadors en solitari, i, per una altra, de plataformes, projectes, comunitats o organitzacions col·lectives de qualsevol natura —corporatives i amb lògiques de mercat, o de producció de procomú p2p—, com podria ser la producció del film *El Cosmonauta* (Alcalá, 2013). En el primer cas, Benyayer, Stacey i Pearson, igual que molts altres autors i espais mediàtics d'Internet, com ara Austin Kleon, recorren amb freqüència als casos de la compositora i cantant Amanda Palmer i de l'escriptor Cory Doctorow, ambdós nord-americans.

En una part d'aquesta literatura sobre models de negoci *open*, hi apareix una confusió entre models complets de negoci o sostenibilitat econòmica, i mecanismes d'ingressos que es basen en mètodes participatius o col·laboratius, o, inclús, en models més oclusius o híbrids —es mencionen, a tall d'exemple, músics com ara NIN o Peter Gabriel. En aquest sentit, doncs, s'obre, alhora, la visió d'un moment en què, com passa en l'àmbit de l'*open source* i dels treballs en TIC, l'obertura de llicències, l'alliberació de continguts o l'ús de mecanismes col·lectius s'estan adoptant com a **capacitats competitives** en una societat molt mediatitzada i hiperconnectada.

57

Amb l'adveniment de la postdigitalitat, especialment en la vessant del trencament de la dicotomia digital-físic o *real*, en línia-fora de línia (Nathan Jurgenson, 2012 i Florian Cramer, 2014) i de les tecnologies i pràctiques de la fabricació digital, des dels àmbits *maker* i els Fab Labs, les lògiques de la producció p2p, *open* i de l'economia FLOSS s'han transvasat a l'esfera de la producció de tangibles. Si bé aquí parlem ja de la manufactura, l'àmbit del disseny es troba a cavall de les lògiques productives funcionals i la producció de capital cultural, creatiu i simbòlic.

En l'àmbit de l'*open design* (Bas van Abel, Lucas Evers i altres, 2011, Anderson, 2012), s'hi troben transformacions i innovacions en la producció i l'economia cultural. En aquest espai, s'hi ha hagut de tractar el repte de la traducció

d'aquestes fórmules econòmiques FLOSS, en què els bens són intangibles i maleables, es poden reproduir a quasi cost zero i són rarament esgotables, enfront dels bens físics, limitats, consumibles.

Per a l'*open design*, els **bens digitals** —en aquest cas, els patrons o *blueprints*, vídeos, articles, imatges— són bens lliures, comuns o oberts amb llicències FLOSS escaients, mentre que les versions físiques —les impressions 3D, el mobiliari, la roba, etc.— o els **serveis derivats** —consultoria, formació i pedagogia, desenvolupament o creació a mida— esdevenen els canals principals d'ingressos, exceptuant-hi casos en què es combinen aquestes fonts d'ingressos amb d'altres d'origen públic, com ara les subvencions. Es dona una importància cabdal —o es posa com a objectiu— a l'accessibilitat i l'apoderament creatiu o l'alfabetització mediàtica del disseny respecte als usuaris amb una important diversitat formativa.

Així, doncs, l'absència d'una literatura extensa de nous models econòmics de la cultura, i la ràpida obsolescència d'algunes anàlisis i observacions o, fins i tot, d'alguns casos que s'exhibeixen en aquesta literatura, es presenta, en part, a causa de diversos angles de complexitat: un angle històric quant als estudis econòmics de la cultura, que radiquen, majoritàriament, en perspectives neoclàssiques o, fins i tot, neoliberals, que tenen per objectiu l'avaluació de la potència i la capacitat econòmica de la producció cultural (David Throsby, 2001 i Helmut K. Anheier, 2008). En moltes ocasions, els estudis d'economia procomú o que es basen en la *peer-production* inclouen petites anàlisis de la producció cultural *open* i el procomú digital dins de tot el seu conjunt, i, rarament, de manera aïllada i més detallada.

58

59

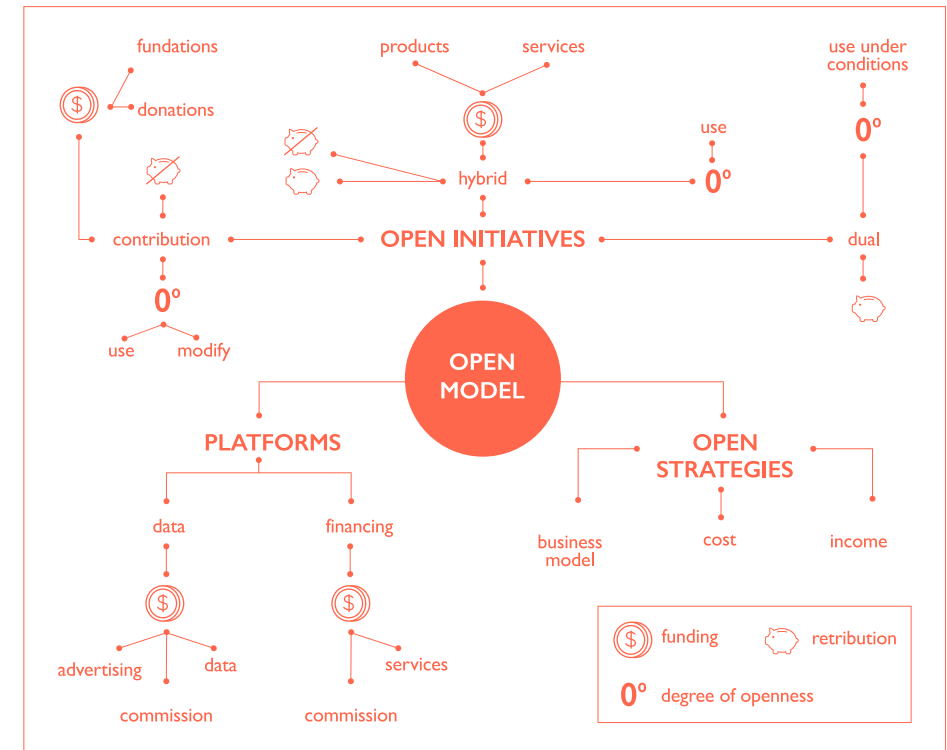


Figura 1

Diagrama Mapping the Open models  
Font: Louis-David Benyayer (2016: 20)

Un altre aspecte que afegeix complexitat a l'estudi de la microeconomia cultural és la pròpia **diversitat de pràctiques culturals**, que, cada cop més, transcendeixen les categories clàssiques de la cultura, de les indústries culturals, o de la llavors divorciada *indústria creativa*, i reclassifiquen la ciència, la creativitat i part de la tecnologia com a cultura. Alhora, en aquesta diversitat de pràctiques, les seves comunitats i practicants hi estan descobrint —o redescobrint— noves i antigues fórmules que, a causa de les TIC, encaixen millor en l'actualitat, com és el cas del treball col·laboratiu. A més, la delicadesa o vulnerabilitat del propi sector pel que fa a les dinàmiques de la societat del coneixement i les polítiques neoliberals (YProductions, 2009 i Jaron Rowan, 2016) fan que l'experimentació sigui més gradual i complexa del que potser es desitjaria.

# ECONOMIA DE L'ATENCIÓ I CULTURA POSTDIGITAL

## 1.4.

Almenys des de finals dels anys noranta, l'economia de l'atenció és un tema que genera debat en la diversa literatura sobre l'economia digital (segons Aigrain, 1997 i 2012, Michael Goldhaber, 1997 i Anup Gosh, 1997). L'atenció ha estat considerat un *bé escàs* (sic) per diversos experts —a tall d'exemple, Chris Anderson (2006)—, en tant que la capacitat d'una persona de mantenir l'atenció en un estímul o un contingut és limitada. És un factor que s'ha de tenir molt en compte en l'àmbit cultural, tant si es considera un bé que ha de convertir-se de prestació de temps sobre un contingut en una possible venda —des d'un punt de vista del màrqueting digital—, com un factor extern que està vinculat a la interacció humana amb els mitjans —digitals o no— i a la interacció amb un bé cultural.

60

Com s'apunta, doncs, i malgrat que hagi augmentat la capacitat de visibilitat en els mitjans digitals respecte a un moment previ analògic a causa de les barreres d'accés més baixes a canals molt diversos —la gratuïtat de tenir un perfil en diverses plataformes digitals i poder comunicar directament a moltes persones—, aquest fet no és tan significatiu com de vegades se sol magnificar en alguns àmbits professionals. Alguns factors que baixen la capacitat de visibilitat són:

- ~ **Multicanalitat:** els mitjans tradicionals, actualment, es troben en un procés de transformació digital, si bé es mantenen (ràdio, televisió, premsa), alhora que conviuen altres tants canals en línia, com ara el correu electrònic, la diversitat de xarxes socials i canals de missatgeria, entre d'altres. Aquest fet implica que l'atenció d'una persona es distribueix entre una extensa *ecologia de mitjans* al llarg del seu temps disponible.
- ~ **Canvis constants d'algoritmes i de les lògiques de visibilitat a les plataformes digitals:** ja sigui en una plataforma d'economia sota demanda en què es presenten recomanacions, o en un mitjà social, els gestors solen canviar algoritmes i les seves polítiques, que poden sotreure la visibilitat d'uns en detriment d'altres i a favor d'interessos

estratègics de la companyia. A tall d'exemple, a Facebook o Instagram, hi és recurrent el canvi continu d'aquestes lògiques dels algoritmes per a la generació de major demanda als serveis de publicitat que ofereixen, o per a l'assoliment d'una major taxa de permanència i recurrència dels usuaris a la plataforma amb la generació d'entorns mediàtics més agradables per a l'usuari en funció dels seus gustos. Alhora, van canviant al llarg del temps (Taina Bucher, 2012). Això ha provocat que, per exemple, les actualitzacions i els continguts nous de les pàgines d'artistes, creadors a Facebook, tinguin una visibilitat baixa pel que fa als continguts convertits en anuncis.

- ~ **Estratègies noves d'atenció i la dificultat d'escalar en nous públics:** a mesura que els usuaris passen de l'adopció a la normalització dels mitjans, aprenen noves maneres de filtrar reclams d'atenció, i tendeixen a concentrar-se en xarxes més tancades d'afinitat, o bé segueixen mitjans, pàgines i continguts afins als gustos estètics o ideològics (Nadia Yusuf, Nisreen Al-Banawi i Hajjah Abdel Rahman Al-Imam 2014). Tot plegat, sumat a la tendència de canvis d'algoritmes i polítiques dels mitjans socials que abans s'ha comentat, genera el que es coneix com a *cambres d'eco* (ibídem). Això implica que, combinat amb tot el negatiu de l'efecte xarxa, un artista desconegut que tingui poca xarxa teixida tindrà menys recursos i capacitats per escalar, que no pas un de ben conegut i que ja té capital social, com ara un influenciador (*influencer*) o una marca, o que ja té capital econòmic per traduir-lo en impactes de visibilitat (Dwayne Winseck i Dal Yong Jin, 2011, Sarah Geber, Helmut Scherer i Dorothee Hefner, 2016). En el fons, això sempre ha passat, però és bo insistir en el fet que, tot i que hi ha noves eines, encara no s'ha solucionat aquesta barrera.

61

Per aquests motius diversos, la comunicació esdevé un ingredient important en el desenvolupament de models de negoci (Alexander Osterwalder i Yves Pigneur, 2010, i Philippe Aigrain 2012). En aquest sentit, Aigrain, en el seu llibre *Sharing: Culture and the Economy in the Internet Age* (2012:68-69), hi proposa un **model de governança equilibrada quant a visibilitat i economia per a plataformes digitals** que tingui en compte aquests diversos tipus de factors, i que posi major èmfasi en el fet de donar una major visibilitat a aquells artistes i creadors que, per nous o per temàtiques minoritàries o diferents, no obtenen tanta atenció, amb la intenció de generar un ecosistema cultural més enriquidor i obert.

# SOSTENIBILITAT ECONÒMICA

## 1.5.

A cada territori (com bé apunta Philippe Aigrain, 2012), hi existeixen casuístiques molt diverses i diferències, també dels marcs reguladors propis, que condicionen el desenvolupament de les iniciatives i pràctiques econòmiques i culturals. És important remarcar que, en l'àmbit general dels models de negoci, de vegades s'hi confonen els mecanismes amb els models complets, és a dir, les parts i les tàctiques estratègiques per a la generació d'ingressos respecte de tota la dinàmica o sistema de generació de valor, distribució i conversió de valor, com passa en la creació d'un contingut, i que, després, es distribueixi en els canals corresponents, es monetitzi o se n'obtingui algun altre tipus de valor.

Així, doncs, i per posar-ne alguns exemples, podem definir com a **mecanismes d'obtenció d'ingressos innovadors habituals en l'àmbit open:**

62

- ~ donacions
- ~ mecanismes basats en la microparticipació<sup>12</sup>
  - finançament col·lectiu per a projectes (Verkami, Goteo, Kickstarter, etc.)
  - finançament col·lectiu per a creadors (Patreon, propi)
  - *crowdfunding* (Arboribus, MytripleA, etc.)
- ~ mecanismes basats en serveis derivats
  - fer classes els coneixements de les quals són derivats o estan vinculats amb un projecte (a tall d'exemple, en programari obert o lliure i en fabricació digital, s'hi poden obtenir ingressos fent formació a través de l'eina o de programació)
  - consultoria relacionada amb la matèria o projecte

<sup>12</sup> Al mateix temps, es poden dividir entre donació —que sol ser la caracterització habitual i recurrent d'aquests models— i prevenda. Aquesta diferenciació no es fonamenta en la plataforma, sinó en funció de l'enfocament estratègic del propi projecte, i, específicament, de les recompenses. A tall d'exemple, sol ser molt habitual en

videojocs, jocs de taula, o tecnologia. Una manera de diferenciar-ho és quan una de les recompenses és l'obtenció del producte final, que, alhora, té un preu similar a altres obres o productes del mateix tipus en el mercat, i no hi ha cap compromís d'alliberar un disseny o patró en obert per a un major impacte sociocultural.

- ~ adaptacions a una necessitat més específica d'una obra que s'ha posat en obert (es considera un treball per encàrrec o comissió, llavors)
- ~ subvencions i crèdits públics
- ~ *match-funding* (mixt públic-privat)
- ~ subscripció
- ~ quotes de membres
- ~ mecenatge i patrocini
- ~ paga-el-que-vulguis (*pay-what-you-want*) i taquilla invertida (quan finalitza l'obra)

En canvi, un **model de sostenibilitat econòmica** —que pot implicar no lucrativitat— **o de negoci** —amb lucrativitat— implica l'encaix entre una posició de valor —el contingut, l'obra o els serveis que ofereix—, les necessitats o desitjos d'algun col·lectiu social o clients —suposa que es trobi, almenys inicialment, un col·lectiu potencialment interessat en el valor, que el percebi i el carregui de capital simbòlic i social—, i l'accés i manteniment dels recursos necessaris per a la manutenció de la producció i la distribució.

63

Les variables implicades en cada disciplina i creació que s'hagin escollit —també de governança— i els models de sostenibilitat o de negoci variaran en funció de diverses variables que estan implicades en les formes de producció i el tipus de valor que s'ofereix, incloses les que es refereixen a la producció artística. Per a Wouter Tebbens (2017), és important el fet de destacar diversos elements que adquireixen un important pes en la caracterització dels models de sostenibilitat econòmica oberts i procomuns. Aquests elements són:

- ~ la llicenciació dels bens (el tipus de distribució i l'ús que se'n podrà fer)
- ~ els models o tàctiques d'ingressos, governança (interna, i de la distribució dels bens produïts)
- ~ els modes de producció (P2P, col·laboratiu, internament a l'organització, etc.)
- ~ alguns elements externs, com ara el marc regulador en què ha d'operar l'organització i els impactes o externalitats que genera (socials, culturals, etc.)



## DIFERÈNCIA ENTRE BENS COMUNS, OBERTS, FÍSICS, DIGITALS I POSTDIGITALS

### 1.6.

Seguint diverses perspectives del que seria una cultura viva, oberta, fluïda i lliure en la nostra època i context social, ens podríem trobar casuístiques molt diverses. Usualment, quan s'examina l'economia de la cultura se sol fer més de cara a les dades generades per les anomenades indústries, que són, en general, conglomerats d'empreses i companyies que produeixen i fan possible una diversitat d'obres que se solen sotmetre sota lògiques de mercat. Com s'ha comentat, però, hi participen miríades d'agents individuals amb caracteritzacions, de vegades, complexes —com ara amb diverses professions o formes d'ingressos diversificades— i d'altres entitats que no participen dels mateixos models de governança o de constitució organitzativa, ni de mercat.

Així, doncs, veuríem, per un costat, projectes amb models de sostenibilitat o de negoci en què s'allibera l'accés a recursos, mitjans o continguts, però que el *codi* o el coneixement no és lliure, o només s'allibera en determinades condicions —parcialment, per pagament, quota de filiació o subscripció, models *freemium*, etc.. En aquests casos, estaríem parlant d'un **model simplement obert**. Per un altre costat, trobaríem els procomuns, uns models en què el coneixement, el contingut o els recursos es consideren lliures, se'n permet la modificació, la distribució i l'ús de tercers en diverses graduacions, en moltes ocasions són creats per una comunitat, i, finalment, esdevenen bens d'ús comú. Entre aquestes dues famílies de models, per tant, poden existir moltes variacions.

Per altra banda, amb l'emergència d'aquests models des d'àmbits digitals i del programari obert i lliure (FLOSS), amb la producció col·lectiva de cultura i l'aparició de noves tecnologies que converteixen dissenys digitals en bens tangibles, com ara la impressió 3D, s'ha dut la reflexió als àmbits físics, en què els

bens, doncs, són limitats, igual que els recursos dels quals estan fets i les capacitats productives de l'organització. Per això, aquest aspecte té conseqüències importants i genera diferències considerables entre els models de sostenibilitat.

Pel que fa a cultura, ens podem trobar amb **bens intangibles**, que poden ser digitals —videojocs, sèries, entorns de realitat virtual— o no virtuals —concerts, coneixement tàcit de la societat i folklore, mites, etc.—, i també **tangibles** —quadres, escultures, llibres, etc. Aquesta darrera és la dimensió amb què s'ha pensat tradicionalment, en certa manera, la gestió econòmica i productiva dels entorns creatius de la cultura. En canvi, aquells bens intangibles que solien trobar-se fora de les pantalles, com ara concerts, tendeixen a poder-se digitalitzar, també, però, la hipernormalització del digital ha impulsat un interès en el tangible i el presencial. Per tant, és possible que, en ocasions, alguna organització es plantegi que els bens i serveis que proporcionen tinguin presència en els dos plànols, o que, pel seu caràcter local i de proximitat, no els comporti un gran valor el fet de dur a terme una traducció al digital.

En el plànol digital, doncs, si s'empra la distinció que es fa a P2P Value (Mayo Fuster Morell, Marco Berlinguer, Jorge Luis Salcedo, i Wouter Tebbens, 2015), podem trobar **bens digitals natus** oberts i/o comuns, o **bens que se suporten digitalment** —menys el cas en què, com dèiem, no hagin trobat un encaix o una necessitat de transformar-se al digital— i s'obren, ja siguin els plànols o codi d'un bé tangible, o la gestió del bé i/o de la comunitat mitjançant una o més plataformes.

# CARACTERITZACIÓ DE LA INNOVACIÓ ECONOMICO- CULTURAL

## 2

Com a resultat del procés de recerca-acció dut a terme en aquest projecte, proposem una aproximació a la innovació economicocultural des d'una visió holística, mitjançant:

- ~ L'observació i la comprensió de la diversitat de pràctiques i disciplines existents, la manera com transformen diversos tipus de valors (no només econòmics, sinó també socials, simbòlics, nous imaginaris, etc.) i com els distribueixen amb una perspectiva històrica.
- ~ La integració de sectors en el marc d'anàlisi que fins fa unes dècades estaven separats de la cultura, com són el sector creatiu (disseny, àmbit *maker*) o la ciència (especialment la ciutadana).
- ~ La visualització de nous discursos i transformacions culturals i socioculturals en curs, i la manera com influencien en la innovació cultural a escala de ciutat.

Aquestes són diverses premisses i variables que avaluem per a la generació d'una caracterització d'una cultura nova i transformadora a Barcelona:

- ~ Les diverses perspectives a l'entorn del concepte d'innovació i d'innovació cultural de manera crítica.
  - Anàlisi de les externalitats, positives i/o negatives, que aquestes noves fórmules estan generant.
  - Visualització de les diverses col·laboracions i relacions de valors que es generen entre diferents actors i agents, i entre diversos àmbits i sectors entre la cultura i fora de la cultura.
  - Observació de les possibilitats i restriccions que els marcs legals puguin generar actualment.
- ~ Els nous espais de cultura, transformacions culturals catalitzadores de canvi.

68

- Comprensió de les diverses dinàmiques i mètodes que emfasitzin un impacte social i mobilitzador a escala glocal, caracterització de les perspectives de cultura viva, inspirat en valors o corrents com ara cultura lliure, oberta, inclusiva, participativa, acció local i comunitària, ciència ciutadana.
  - Basades en processos i mètodes participatius, inclusivament i/o oberts: que experimenten o innoven amb les possibilitats que ofereixen les noves tecnologies (en un sentit molt ampli), que experimenten amb metodologies de cocreació i col·laboratives, que busquen la mobilització o obertura del coneixement i la informació, que es produeixen amb recursos oberts i/o públics, i/o bé que fomenten la sobirania tecnologicocreativa.
  - Basades en l'atenció cap a una tipologia molt diversa de reptes socials i contemporanis (com ara l'accessibilitat, la bretxa digital, la bretxa de gènere, la crisi climàtica i global, etc.) o comprenen una visió més democratitzadora envers la cultura.

- Comprensió dels processos que qüestionen les estructures de creació imperants o hegemònics (a tall d'exemple, visió de l'artista geni en solitari, cap a modalitats més col·lectives o compartides) o que fomenten noves obertures i punts de partida respecte al públic.
  - Crítics a les estructures clàssiques de pensament.
  - Generadores d'expressions culturals que mobilitzen perfils o sectors de la població nous, per base social o edat, com ara gent jove i/o cultures emergents de creació.
  - Generadores d'ecosistemes o comunitats de suport entre creadors/ creatius, ja siguin en línia o mixtes, oberts o procomú.

- ~ Els nous models de sostenibilitat econòmica (i com es generen) per al complex sector cultural, és a dir, com encaixen aquestes noves formes de cultura més obertes amb noves fórmules de producció i economia més obertes (arts, pensament, entitats de mediació cultural, patrimoni, disseny, creatiu, etc.).

69

- Comprensió de la manera com s'encaixa l'aproximació i la relació de nous models econòmics a nous models i visions culturals, i viceversa, o si existeixen.
- Aproximació i visualització d'altres transformacions econòmiques en altres àmbits o casos no tan innovadors culturalment parlant.
- Atenció i avaluació del fenomen d'hibridació i penetració de les noves pràctiques a una cadència pausada, és a dir, amb la valoració de la situació habitual de trobar-nos amb projectes que no necessàriament adopten totes les característiques d'una nova cultura, sinó que les adopten lentament, a diferents ritmes.

# MODELS DE REFERÈNCIA PER AL SECTOR CULTURAL

3

Aquí, hi oferim una petita guia de diferents tipus de models de sostenibilitat econòmica i de negoci que ens podríem trobar o que poden ser referència per a l'àmbit de la cultura viva. Tanmateix, advertim que presentem uns models en versió més simple, però cal tenir en compte que cada cas té un model exclusiu i propi, alhora que sol ser més complex i sol tenir més facetes.

## ACCÉS LLIURE SENSE COMPARTIR O OBRIR LA PROPIETAT

### 3.1.

Aquest és un model que **no es basa en el procomú sinó en l'obert**: busca l'oferta de continguts de manera més oberta i pública, amb una finalitat que pot ser molt variada en funció de cada projecte i que pot tenir un impacte cultural relativament positiu. Moltes empreses, emprenedors i autònoms fan servir aquesta perspectiva com a tàctica de màrqueting digital. Per tant, encaixa dins d'altres models, oberts i tancats. Ara bé, quan el fet d'obrir l'accés als continguts però no a la propietat esdevé el nucli del model, estem parlant de models d'aquest tipus.

#### ~ **Bé o servei que ofereixen**

Contingut digital

#### ~ **Forma de producció**

Intern, tancat —intrafirma. En funció del projecte, potser poden combinar *crowdsourcing*, com ara àmbit dades obertes.

#### ~ **Tipus d'organització i governança**

Companyia, empresa o organització sota qualsevol forma legal d'entitat. Cedeixen continguts lliurement.

En el cas de cultura, hem de pensar que si parlem de companyies que representen de manera pública i lliure una obra, se sol fer en un context clientelar i, usualment, pagats per una administració pública.

#### ~ **Llicències**

El contingut obert o lliure pot tenir llicències bàsiques tipus Creative Commons que no permetin que tercers en facin un ús comercial, per exemple. La resta de continguts, coneixement, codis o disseny estan sota altres llicències més restrictives.

#### ~ **Models d'ingressos**

Dels serveis i productes principals.

#### ~ **Exemples**

Tesla, SXSW Conference & Festivals, IAM Weekend, etc.

### 3.1.1. FREEMIUM

#### ~ **Bé o servei que ofereixen**

Continguts creats per tercers, de vegades continguts que generen ells mateixos.

#### ~ **Forma de producció**

Intrafirma —usualment la plataforma o programari—, per a tercers, *crowdsourced*.

#### ~ **Tipus d'organització i governança**

Companyia, *start-up*. Jerarquitzat o semijerarquitzat i tancat. Els usuaris poden accedir de franc i de manera lliure a uns continguts bàsics.

#### ~ **Llicències**

Restrictives —copyright. En funció de la plataforma poden ser duals, com ara copyright combinades amb Creative Commons, o no ser-ho, per la qual cosa, aleshores, esdevé simplement una plataforma *on-demand*.

#### ~ **Models d'ingressos**

Subscripció o pagament per a l'accés a més continguts, millors serveis o bé per al desbloqueig o bloqueig de funcions —a tall d'exemple, un entorn sense publicitat.

#### ~ **Exemples**

Spotify, plataformes com ara fòrums, apps, l'editorial Orciny Press, etc. No s'hi inclouen plataformes *on-demand* com ara Netflix perquè no és *freemium*. L'accés a l'ús més bàsic no és ni obert ni gratuït, si bé tenen unes quotes de subscripció escalonades pel que fa a l'accés a més funcionalitats.

### 3.1.2. FREE-TO-USE

Aquest cas és una variant de l'anterior, i és molt freqüent en l'àmbit del videojoc.

~ **Bé o servei que ofereixen**

Contingut, servei, experiència.

~ **Forma de producció**

Intrafirma, *crowdsourced*, etc.

~ **Tipus d'organització i governança**

Companyia, *start-up*. Jerarquitzat o semijerarquitzat i tancat. Els usuaris poden accedir de franc i de manera lliure a uns continguts bàsics —en el cas del videojoc, poden descarregar-lo gratuïtament i fer-lo servir en la seva forma més bàsica—, i es desbloquegen mitjançant pagaments serveis extra, *mods*, complements, pagament per cada bé o extra.

~ **Llicències**

Restrictives —copyright. Ocasionalment, poden alliberar parts del codi o complements per al foment de la creació col·laborativa de *mods*, com ara en el cas de The Elder's Scroll.

~ **Models d'ingressos**

Pagament dels extres i ampliacions, de recursos específics, serveis de certificació, etc.

~ **Exemples**

League Of Legends, plataformes d'aprenentatge en línia (*e-learning*) com ara Coursera, Ártica.

74

### 3.1.3. COMUNITATS DE MARCA AMB PLATAFORMA

Aquest model procedeix de la inspiració en les comunitats informals creatives —d'aficionats, creadors, etc. Són les marques, a tall d'exemple, d'eines creatives —com ara Adobe— o de videojocs que generen i acaparen les seves pròpies plataformes de comunitats —estil fòrum—, en què permeten als usuaris que facin ús de part de la seva propietat intel·lectual —marca, part del codi per generar *mods* en el cas dels videojocs, etc. —, com en el cas de Guild Wars. Aquest model es pot considerar també un mecanisme d'extracció de valor —generen millor percepció i llarga vida a un producte o obra.

~ **Bé o servei que ofereixen**

Cobertura legal i cessió de drets de propietat intel·lectual, obertura de certs codis, assistència tècnica oficial.

~ **Forma de producció**

*Crowdsourced*. La pròpia comunitat genera i comparteix coneixement que han generat ells mateixos, es donen suport amb els dubtes, comparteixen voluntàriament modificacions, fan-fics, etc.

~ **Tipus d'organització i governança**

Vertical i tancada. És la companyia la que posa límits, nomena moderadors —propis o de la comunitat—, i cedeix els drets de les seves obres i modificacions al propietari dels drets de la marca.

~ **Llicències**

Una mica més obertes, però basades en llicències restrictives —copyright, *open source* limitat, etc.

~ **Models d'ingressos**

Indirectes. D'aquesta manera, estimulen que els usuaris habituals es fidelitzin. Rarament, els usuaris perceben ingressos, ja que no tenen els drets legals per fer-ho, excepte si la companyia organitza concursos, sortejos, etc. Allò que guanyen, però, és reputació i acceptació entre una comunitat d'iguals.

~ **Exemples**

Guild Wars, Star Wars —Disney.

75

# INSPIRATS EN FLOSS I MAQUINARI OBERT

## 3.2.

En els casos que presentem en aquest apartat, s'hi situen diversos tipus d'organitzacions que generen bens oberts i/o de caràcter procomú, i que, per tal de no damnificar la seva naturalesa oberta i/o lliure, cerquen vies d'ingressos des d'altres activitats econòmiques complementàries.

### 3.2.1. MONETITZACIÓ DEL BÉ FÍSIC

- ~ **Bé o servei que ofereixen**  
Serveis, codis, disseny obert, eines.
- 76 ~ **Forma de producció**  
Disseny que, de vegades, és centralitzat, obert o crowdsourced. Fabricació distribuïda globalment o centralitzada en una fàbrica —pròpia o més usualment outsourced.
- ~ **Tipus d'organització i governança**  
Pot variar molt. A tall d'exemple, una organització tancada però amb comunitats productives, plataformes de producció, etc.
- ~ **Llicències**  
Obertes o lliures —Apache, Creative Commons— o semirestrictives —copyright + Creative Commons.
- ~ **Models d'ingressos**  
Mitjançant la venda del bé físic i, secundàriament, mitjançant la monetització.
- ~ **Exemples**  
Arduino, SparkFunElectronics —en aquest darrer cas agafen dissenys oberts de tercers i produeixen i/o distribueixen a través de la seva plataforma—, espais *maker* o alguns Fab Labs.

### 3.2.2. MONETITZACIÓ D'INTANGIBLES I SERVEIS

- ~ **Bé o servei que ofereixen**  
Serveis, programari, maquinari obert.
- ~ **Forma de producció**  
Intrafirma, *crowdsourced*.
- ~ **Tipus d'organització i governança**  
Pot variar molt: organització tancada però amb comunitats productives, plataformes de producció, etc.
- ~ **Llicències**  
Obertes —Apache, GNU, Creative Commons, etc.— o duals versió bàsica o simple en obert i/o lliure, versió a mida amb llicències més restrictives.
- ~ **Models d'ingressos**  
Serveis de consultoria, confecció a mida d'un producte o una creació fent servir de base un model obert o lliure, formació —usualment, en llenguatge o ús de programari produït per la mateixa entitat, etc.
- 77 ~ **Exemples**  
Red Hat, model inicial d'Arduino.

### 3.2.3. MONETITZACIÓ DE LA GESTIÓ DE LA PLATAFORMA

~ **Bé o servei que ofereixen**

Plataforma C2C —consumidor a consumidor— o B2C —creador o productor a consumidor.

~ **Forma de producció**

Creen i mantenen la plataforma en què es generen intercanvis.

~ **Tipus d'organització i governança**

Pot variar molt: des de empresa o *start-up* fins a petita comunitat, fundació, etc.

~ **Llicències**

També pot variar molt: la plataforma tant pot ser *open source* com pot ser feta a mida i no ser distribuïda. Els continguts poden permetre's tenir funcionalitats per a la selecció de llicències —com ara en Creative Commons—, o pot haver-hi una imposició d'algun tipus de llicència —com ara a Goteo, en què només permeten projectes que emprin algun tipus de llicència oberta o lliure.

~ **Models d'ingressos**

Publicitat, subscripció a serveis especials per a creadors —*freemium*—, percentatge de les transaccions generades a la plataforma.

~ **Exemples**

Lektu, Deviantart, moltes plataformes de finançament col·lectiu.

78

## COOPERATIVA DE PLATAFORMA

### 3.3.

~ **Bé o servei que ofereixen**

Plataforma en què es generen intercanvis, apps en què s'ofereixen serveis. Poden tenir un aspecte familiar respecte als que s'han mencionat anteriorment o a les plataformes unicorn, o poden ser cooperatives de treball cultural assistides amb plataforma interna. La plataforma la poden entendre com a bé comú per als membres de la cooperativa.

~ **Forma de producció**

Producció horitzontal, més distribuïda, poden tenir valor afegit per una comunitat de productors o creadors.

~ **Tipus d'organització i governança**

Cooperativa, distribució en horitzontal dels guanys.

~ **Llicències**

Obertes —GNU i Creative Commons—, tot i que poden variar.

~ **Models d'ingressos**

En funció del valor que ofereixin, pot ser que es quedin un percentatge de les transaccions, ingressos de taxa de socis, publicitat, ingressos en concepte dels serveis o bens que ofereixen, etc.

~ **Exemples**

Resonate —similar a Spotify—, Smart IB.

79



## SENSE ÀNIM LUCRATIU

### 3.4.

#### 3.4.1. PLATAFORMA DE CONEIXEMENT OBERT

~ **Bé o servei que ofereixen**

Pot variar molt: sol ser una plataforma en què altres persones dipositen de manera voluntària coneixement obert i continguts.

~ **Forma de producció**

P2P: la comunitat productiva aporta continguts, serveis o valor. Entitat que genera plataforma i la manté.

~ **Tipus d'organització i governança**

Fundació, associació. Es dona pes als interessos d'una comunitat o grup d'usuaris.

~ **Llicències**

Obertes —GNU i Creative Commons. En ocasions, poden ser semiprivatives —Wordpress, com en el cas de El Recetario.

~ **Models d'ingressos**

Subvencions públiques, donacions, treball voluntari.

~ **Exemples**

Wikipedia, El Recetario.

80

#### 3.4.2. COMUNITATS AMB PLATAFORMA

En aparença, aquest sembla ser un model en decadència, en tant que són les marques d'eines creatives, com ara Adobe, o de videojocs que generen i acaparen les seves pròpies plataformes de comunitats —estil fòrum—, on permeten als usuaris que facin ús de part de la seva propietat intel·lectual —marca, part del codi per a la generació de *mods* en el cas dels videojocs, etc.. Anteriorment, van ser comunitats que es generaven espontàniament, i sense ànim lucratiu. Aquí, hi representem el model no lucratiu.

~ **Bé o servei que ofereixen**

Coneixement obert i lliure —tutorials, trucs, etc.—, assistència p2p, obres.

~ **Forma de producció**

P2p.

~ **Tipus d'organització i governança**

Aparentment, sense cap fórmula legal, estructura informal i distribuïda globalment. En ocasions, amb una lleugera jerarquia que varia de comunitat en comunitat —a tall d'exemple, administradors i moderadors, impulsors originals, etc.

~ **Llicències**

Solen tenir coneixements escassos de programari i codi, i solen usar plataformes ja prefabricades, com ara fòrums gratuïts, o se'ls fan ells mateixos amb plataformes de codi obert. Amb l'aparició de Facebook, algunes comunitats basades en fòrums es van moure als grups de Facebook.

~ **Models d'ingressos**

Inexistents, o molt mínims, aportats voluntàriament, mitjançant finançament col·lectiu, publicitat, etc.

~ **Exemples**

Comunitats d'aficionats a una afició manual o cultural, com ara cosplay, ciència, etc., o comunitats d'aficionats a un univers fictici —Hielo y Fuego Wiki..

81

## ARTISTES INDIVIDUALS

### 3.5.

A causa del fet que un gruix important de creadors i creatius del sector cultural solen treballar per compte propi, és interessant que fem un petit abordatge a un dels models més modernitzats que s'estan assolint amb la intervenció de les plataformes digitals.

~ **Bé o servei que ofereixen**

Obres —música, il·lustracions, literatura, etc. Coneixement obert limitat.

~ **Forma de producció**

Els mateixos generen els seus continguts i obres. Col·laboracions puntuals amb tercers. Alhora, treballen *omnicanalment*, és a dir, amb l'ús de diverses plataformes i mitjans socials, en tasques de promoció i difusió de la pròpia obra.

82

~ **Tipus d'organització i governança**

Autònoms, *freelances insourced* —poden treballar per temporades per a empreses o agències de tercers—, col·laboracions amb altres artistes o col·lectius afins.

~ **Llicències**

Assidus a Creative Commons per aquells continguts que serveixen per a la difusió o promoció. Altres fórmules per als encàrrecs i comissions.

~ **Models d'ingressos**

Combinació de diverses fonts, com ara comissions c2c —de clients particulars—, venda de còpies digitals o làmines amb l'ús de plataformes com ara Etsy, donacions, finançament col·lectiu per a projectes, finançament col·lectiu perpetu/subscripció —Patreon—, comissions o treball temporal per a empreses o agències — de videojocs, de publicitat o comunicació. Quan esdevenen populars a les xarxes socials, els ingressos provenen de la promoció de productes de marques, drets d'autor, etc.

~ **Exemples**

La il·lustradora Fran Meneses, escriptors, i músics com ara l'Amanda Palmer.

# CASOS D'INNOVACIÓ A BARCELONA

## 4

A continuació, presentem una mostra de casos que s'ha elaborat després d'una tasca de mapatge d'iniciatives i organitzacions culturals i creatives i que, en una primera visualització o escaneig, podien encaixar en algun o diversos criteris de selecció dels que s'han fets servir en aquesta recerca. A partir d'aquí, es poden examinar els models de sostenibilitat econòmica o de negoci que cadascun d'aquests casos observa.

Alhora, aquests exemples es troben estructurats en un conjunt de categories que s'han extret d'una primera anàlisi superficial de les dades que s'han recollit via qüestionari, en què els criteris per definir-les es fonamenten en paràmetres que tenen en comú alguns dels casos, és a dir, amb la hipotetització de patrons culturals i econòmics<sup>13</sup>.

<sup>13</sup> Podeu consultar més informació sobre la recollida de dades de la mostra, al web del projecte: <http://dimmons.net/new-economy-for-a-new-culture>.

## MODELS TRADICIONALS AMB INNOVACIÓ

**Espais i empreses tradicionals de la cultura:** teatres, cinemes altres espais usualment vinculats a la cultura més tradicional —la de l'espectacle o del segle XX, la de les indústries culturals, etc.—, però que presenten, específicament aquí, traces d'innovació cultural, sociocultural o economicocultural.

- Tuuulibrerí
- Llibreria Gigamesh
- Llibreria Calders
- Orciny Press-Inner Circle
- Sala Beckett

**Empreses creatives transformad(or) es:** empreses, associacions, organitzacions o iniciatives que, malgrat que presentin una caracterització més usual dels serveis tradicionals creatius o de les indústries emergents creatives, se'ls detecta algun tipus d'aproximació a pràctiques de cultura oberta, lliure i participativa.

- Utopia 126
- BeAnotherLab
- Apps4Citizens
- Coocció
- mobilityLab
- Domestic Data Streamers
- Internet Age Media Weekend
- Mandarina
- MOB (Makers of Barcelona)

**Cooperatives i protooops (associacions) isomòrfiques:** organitzacions habitualment classificables com a pertanyents a les indústries creatives constituïdes i/o operatives com a cooperatives, amb vincles amb l'economia social i solidària.

- Compacto Producciones
- creaRSA
- Lamosca
- Txarango
- Metromuster
- RiceUp
- La Tremenda
- La Hidra Cooperativa
- La Ciutat Invisible
- Espai Contrabandos
- La Caníbal
- Zumzeig
- Cinecooperativa

Taula 1

Models d'innovació a Barcelona. Mostra de casos.  
Font: elaboració pròpia (2018)

## NATIUS DIGITALS

**Webs, blogs i diaris:** plataformes de continguts informatius, divulgatius o notícies, amb fórmules obertes i/o lliures.

- CCCB Lab
- Barcelona Photobloggers
- ArsGames
- Vilaweb
- Nativa (Indigestió)
- Crític
- LaMosca.tv

**Plataformes de bens o continguts digitals:** webs, plataformes, entitats o comunitats que operen des de plataformes 2.0 —a tall d'exemple, Wikipèdia— per a la compartició de bens digitals o, fins i tot, d'aquells caracteritzables com a procomuns.

- Consorci de Serveis Universitaris de Catalunya (CSUC): Memòria Digital de Catalunya, Materials Docents en Xarxa (MDX), Revistes Catalanes amb Accés Obert (RACO), Dipòsit de la Recerca de Catalunya (RECERCAT), Tesis Doctorals en Xarxa (TDX)
- Hamaca Online
- Filmin
- La Teixidora
- Teatron
- Grup OpenStreetMap Barcelona
- Freesound

**Plataformes de mercat (marketplaces de la cultura):** organitzacions i iniciatives que pertanyen o participen, en certa manera, en l'anomenada economia de plataformes, i/o en l'economia col·laborativa en un sentit molt ampli, i que, en moltes ocasions, també participen en noves maneres de dilució de les barreres entre creadors i públics, o en la promoció de nous tipus de relacions entre ambdós agents —tradicionals— de la cultura.

- Sharing Academy
- Lektu
- Myplayz
- Chefly
- Coconcert
- Screenly
- Terrats en Cultura (Associació Coincidències)

Taula 1

Models d'innovació a Barcelona. Mostra de casos.  
Font: elaboració pròpia (2018)

## NATIUS DIGITALS

**Makers i disseny obert:** casos que, tant a nivell cultural —de pràctiques, formats de creació, valors i idees comunes— com econòmic —pràctiques i models econòmics—, comparteixen vinculacions amb els corrents maker i del disseny obert.

- Fab Lab Barcelona
- MakerConvent
- TransfoLAB
- Lab Libertario
- Makea Tu Vida
- MADE Makerspace
- Holon
- La Deriva, espai adisciplinar
- AttA33 TMDC (Taller para la Materialización y Desarrollo de (grandes) Conceptos)
- Mediodesign
- Leka Open Source Restaurant
- MaCUS
- Tangencial

## BASADES EN FORMES D'ACTIVISME SOCIAL I/O CULTURAL

**Ciència ciutadana, coneixement col·lectiu i generació de laboratoris urbans:** casos en què s'ofereixen tant serveis com alguns recursos per al desenvolupament de pràctiques participatives, col·laboratives, o consultoria en innovació oberta o per a la ciència ciutadana, amb valors cívics pel que fa al seu posicionament en tots els casos.

- Col·lectiu Punt 6
- DIYBio Barcelona
- Platoniq Lab
- Raons Públiques
- Public Lab
- Col·lectiu Volta Arquitectes
- LaCol, arquitectura cooperativa
- Amical Wikimedia
- Iniciativa Barcelona Open Data
- Taller d'Història de Gràcia

**Activisme cultural i art activista:** entitats culturals que aborden l'activisme amb eines creatives, o bé aborden l'activisme cultural.

- XNet
- Taller de Infografia Popular
- Colectivo Enmedio
- Megafone.net

Taula 1

Models d'innovació a Barcelona. Mostra de casos.  
Font: elaboració pròpia (2018)

## BASADES EN FORMES D'ACTIVISME SOCIAL I/O CULTURAL

**Pedagogia tecnològica per a col·lectius específics —nens, dones, etc.:** iniciatives el propòsit de les quals es vincula amb l'apropament de la sobirania tecnològica a col·lectius específics.

- Generattech MakerKids Barcelona
- Girls In Lab
- Soko Kids
- Tarpuna

**Acció en gènere, feminisme i transgènere:** entitats que promouen una mirada inclusiva i tolerant vers perspectives no normatives del gènere i/o sexualitat, i que es creuen amb les arts o la cultura, o, fins i tot, amb la filosofia més avantgardista.

- Associació Cúrcuma
- Post-opQuimera Rosa
- Mantis Lab

## ESPAIS D'INTERCANVI DE VALOR, CATALITZADORS I HUBS

Organitzacions i plataformes que ajuden o catalitzen altres iniciatives culturals o creatives, o bé faciliten la circulació de noves idees, noves pràctiques o suport mutu entre els membres a diverses intensitats entre alguna comunitat concreta.

- LabCoop
- Can Batlló
- La Escocesa
- DeDo Barcelona/Ableton Live Barcelona
- Audio Commons
- Goteo Barcelona
- Creativechain
- CreativeMornings Barcelona
- Ladies, Wine & Design
- Extraordinaria
- SMartbLaFundició
- Gràcia Territori Sonor/Festival LEM
- Festival de Cinema BccN
- Festival GRAFFira Litoral

Taula 1

Models d'innovació a Barcelona. Mostra de casos.  
Font: elaboració pròpia (2018)

## MODELS TRADICIONALS AMB INNOVACIÓ

### 4.1.

Quan es parla de creació d'innovació, la imatge de l'organització o de l'actor que emprèn aquestes innovacions sol ser la d'un emprenedor o un petit grup que genera una iniciativa o un producte des de zero, o bé la d'empreses més o menys joves i d'estructura lleugera.

Per a aquesta mostra, ens interessava examinar, entre altres casuístiques, si existien entitats o iniciatives que, o bé presentessin una estructura o aparença tradicional envers la cultura i les anomenades indústries culturals —a tall d'exemple, en forma dels espais habituals de l'expressió artística com ara un teatre, o de l'experimentació o explotació de la creativitat, com ara les agències creatives—, o bé espais o entitats amb cert recorregut històric, en què estiguessin introduint, o ho haguessin fet durant els darrers anys, algun tipus de pràctica col·laborativa, de major obertura, de redefinició de relacions amb el públic, o d'altres vinculades amb els criteris d'innovació adscrits a aquesta recerca.

En aquesta categoria de models tradicionals amb innovació, hi podríem trobar, per un costat, entitats amb una aparença d'**espais i empreses tradicionals de la cultura**, com ara llibreries, editorials o una sala del teatre. Si també hi incloguéssim alguns dels casos que es troben ubicats en la subcategoria de **cooperatives i protooops isomòrfiques**, com ara la llibreria La Caníbal o Zumzeig Cinecooperativa, es pot observar que existeixen exemples locals i reals on es poden posar en pràctica noves maneres d'organització i gestió d'aquestes organitzacions i espais més tradicionals o amb recorregut històric, d'una manera o bé més horitzontal —amb un model de governança de cooperativa, de fundació, o d'associació—, o bé participatiu, que planteja que hi hagi espais que es puguin compartir amb altres editorials i autors, investigadors, experts o individuals amb propostes culturals afins, i que serveixin per a la generació de debats

més enllà d'una presentació comercial. Per tant, superen el model tradicional de la tipologia d'espais al qual estan adscrits —com serien, en aquest cas, les llibreries—, i de lògiques tradicionalment o merament comercials i funcionals.

Per un altre costat, hi ha una categoria vinculada a agències creatives, a **empreses creatives transformad(or)es**. Usualment, el model de negoci i de producció de les agències creatives implica com a model d'ingressos el treball per a clients segons necessitats prou concretes —com ara que es generi impacte de marca, que es doni a conèixer productes, que es faci fer atractiu un web, etc.—, fet que implica que, de manera freqüent, el contingut creatiu quedi vinculat a contractes de confidencialitat i a llicències o protecció de la propietat intel·lectual generada.

Hem trobat alguns casos que poden apuntar que també en aquest àmbit, hi existeix marge per a la presentació, en primer lloc, de noves propostes metodològiques —com ara la cocreació amb retorn social cap enfora de la relació comercial, o la proposta de processos participatius amb usuaris/clientes; en segon lloc, d'alliberament o compartició de continguts que es generen sota condicions econòmiques sovint privades; en tercer lloc, de conversió del model *coworking* en agències obertes d'innovació creativa; o, finalment, de noves relacions entre client i agència per tal de buscar un major marge de llibertat creativa a l'hora de proposar projectes propers a les instal·lacions artístiques.

D'altra banda, s'identifica una interessant tendència de formació i constitució de cooperatives, o bé d'entitats que són organitzativament afins al model cooperatiu —les que anomenem aquí cooperatives i associacions *protooops* isomòrfiques—, que, a nivell operatiu i econòmic, o de morfologia si es veu des de fora, prenen orientacions similars al d'altres agències o organitzacions creatives i del coneixement, però que, precisament, aposten per una estructura i governança interna predominantment distribuïda i, valgui la redundància, cooperativa, amb importants valors d'impacte o transformació social.

En aquests casos, això es deu a un fenomen d'isomorfisme (Paul J. DiMaggio i Walter W. Powell, 1983) o de caràcter coercitiu, o bé de caràcter mimètic. Traduït, això significa que es tracta d'organitzacions que aposten per una visió i uns valors socials molt específics i alternatius al de l'estatu quo, i, com a adap-

## MODELS NATIUS DIGITALS

### 4.2.

tació per a la cerca d'una sostenibilitat econòmica, ofereixen serveis i perfils similars o afins al d'altres entitats del sector o a allò que el públic al qual es dirigeixen està acostumat. Evidentment, com es comenta, aporten un viratge organitzatiu i propostes creatives o productives diferents als d'aquelles entitats que “aparenten”.

Així, doncs, es podria veure que, en un panorama d'innovacions culturals, socials o econòmiques i tecnològiques dins de l'ampli sector cultural, fins i tot estructures aparentment més clàssiques adopten noves pràctiques digitals i col·laboratives o fórmules de producció i organització més cooperatives o obertes. Certament, en aquest conjunt o categoria que aquí s'exposa, aquest fet no es deu únicament a un únic factor, sinó a diversos que convergeixen, com ara: un procés progressiu de transformació digital o d'adopció de trams i pràctiques culturals (post)digitals; la revisió o, fins i tot, crítica de la progressiva precarització dels sectors culturals i creatiu —en aquest darrer cas, especialment entre aquelles persones professionals que no tenen capacitats de decisió o control sobre les organitzacions, com ara equip tècnic de producció, realització, ideació i creativitat, consultoria i assessorament, etc.; o la posada en crisi de la concepció de la construcció del fet artístic que, en els darrers anys, també a nivell local, ha posat en qüestió, a tall d'exemple, les relacions amb el públic i els creadors i productors.

Mentre que en un altre grup —nadius digitals— es posaria l'èmfasi en la manera en què s'estructuren les pràctiques, les pròpies organitzacions culturals o les seves missions a l'entorn d'una plataforma o eines digitals —en què al centre se situaria la tecnologia com a columna vertebral—, aquests casos més aviat depenen de la pròpia estructura organitzativa i productiva.

Amb l'expansió de l'adopció d'Internet durant les dues darreres dècades, van anar apareixent nous models i espais de producció cultural i de coneixement que, en suficients ocasions, estaven basats en la col·laboració i la participació entre iguals. De l'emergència de la Web 1.0 fins a les noves pràctiques postdigitals —on l'espai d'activitat sobrepassa els límits *on-off*—, aquesta categoria es refereix a aquelles organitzacions de la cultura i que es fonamenten en la creativitat i el coneixement que es basen en una plataforma digital i les seves potencialitats —i, per defecte, limitacions—, però també de la inspiració o la imitació de la cultura digital —ja en un sentit antropològicament ampli, referent a les pràctiques, mirades, costums, etc.

En totes les àrees classificades dins d'aquesta categoria, s'hi veu, en general, no un únic patró comú pel que fa a la forma organitzativa o l'estratègia d'ingressos, sinó una important heterogeneïtat d'estructures, dimensions, volums, pràctiques i orientacions més o menys properes als criteris de la recerca, fet que, en part, es deu al propi biaix que produeix l'observació d'aquestes noves i ja no tan innovadores fórmules entorn del component tecnològic, o, dit altrament, tot i que el denominador comú i l'eix central de molts d'aquests projectes són plataformes i eines digitals, i impliquen maneres diferents d'operar, els propòsits i estratègies finals són diversos. Per tant, la morfologia de les organitzacions, la seva cultura i el model productiu són heterogenis.

Més enllà de tot això, els casos seleccionats per a aquesta part de la mostra són casos no representatius estadísticament sobre una totalitat d'empreses, projectes i iniciatives amb plataformes digitals al voltant de la cultura, l'àmbit creatiu i l'entorn geogràfic de Barcelona —amb seu i/o activitat—, sinó que, principalment a causa de la dificultat d'accés o descobriment de tots els possibles casos existents en aquesta categoria en aquest àmbit geogràfic acotat, s'han encabint tots aquells projectes que s'han trobat amb les metodologies i recursos mencionats en aquest informe.

En la subcategoria **webs, blogs i diaris**, s'hi agrupen iniciatives que giren entorn a la compartició o exposició d'informació i coneixement des d'una estructura organitzativa més o menys jerarquizada, amb llicències obertes —majoritàriament de la família de les Creative Commons—, i que, de manera tècnica o estètica, ofereixen un aspecte més o menys familiar amb els blogs i Webs 1.0 i 2.0. Tots comparteixen un grau d'amplitud o predisposició a l'observació d'una diversitat d'autories en l'escriptura col·laborativa. Com a particularitat, El Crític funciona des d'una organització juridicoproductiva de cooperativa, en què els col·laboradors o redactors també poden ser socis; i Barcelona Photobloggers, en realitat, és un web que opera com els antics anells de blocs (*blog rings*), que s'alimenten del *feed* de blocs de tercers que pertanyen a un col·lectiu de fotografia predefinit fora de línia.

A la subcategoria de **plataformes de bens o continguts digitals**, hi visualitzem un conjunt, també prou heterogeni, d'iniciatives en què el nucli del seu valor és justament un espai digital des del qual els usuaris intercanvien o afegixen valor —tant econòmic en un sentit ampli, com social en el millor dels casos. Aquest espai és una plataforma que s'entén com a eina en tant que permet, a tall d'exemple, que els usuaris puguin oferir i compartir les seves creacions, o bé, també es pot concebre com una botiga d'experiències culturals més o menys preseleccionades.

Totes aquestes plataformes ubicades en registres culturals com ara la literatura, les arts escèniques o el coneixement en general, poden oferir, per un costat, la possibilitat d'obrir l'accés amb barreres molt baixes a coneixement acadèmic o continguts culturals a persones amb interès en temes especialitzats —com ara els diferents serveis-plataforma del Consorci de Serveis Universitaris de Catalunya; o, per un altre, l'accés a la distribució, la venda, o, fins i tot, el suport fiscal a creadors amateurs i professionals —com ara Freesound.

D'altra banda, en l'evolució d'aquest macromodel o categoria, hi apareix un model que s'orienta més a convertir la plataforma en un mercat d'intercanvi de serveis o continguts i valor monetari —es coneixen en la literatura anglosaxona com a *marketplaces*. En aquest sentit, la plataforma no ofereix els bens, físics o digitals, que s'hi presenten, sinó que la plataforma actua com a servei— *Platform as a Service* o PaaS.

Tanmateix, cal exceptuar Terrats en Cultura —de l'Associació Coincidències—, Coconcert i Screen.ly. En el primer cas, l'Associació Coincidències fa una crida de col·laboració a veïns i propietaris que permetin l'ús de terrats d'edificis privats de l'àrea metropolitana de Barcelona, perquè, així, l'associació procedeixi a la producció, organització i venda d'entrades de concerts de petita escala amb artistes escènics locals —sobretot de música. En els altres dos casos, Coconcert i Screen.ly, a grans trets, presenten les plataformes com a espais des dels quals els usuaris s'encarreguen de proposar i promoure un grup de música o una projecció de pel·lícula, respectivament, que habitualment no es programen en altres espais, i, en el moment en què una quantitat crítica suficient de vots d'altres usuaris acull les propostes, les empreses que són darrere les plataformes actuen com a promotores i s'encarreguen de la gestió, i perceben una comissió o un percentatge en concepte d'aquest treball i el manteniment de la pròpia plataforma.

En qualsevol cas, els exemples que s'han recollit aquí són una mostra de la diversitat d'apropaments quant a nivells de governança, la participació i la col·laboració dels públics, de creadors o de consumidors proactius —o bé de creadors, amateurs o professionals, que és una classificació en cultura que sovint és perillosa, ja que no solien tenir sortida creativa pel que fa la seva creació.

En aquesta subcategoria, tot i que no es troben categoritzats, s'hi podrien esmentar, parcialment, els casos de l'Espai Contrabandos i del MOB. El primer cas és una cooperativa que entén la llibreria com una plataforma en què es lloga els espais —prestatges— directament a les editorials, les quals es fan càrrec de l'estoc enviat i perceben els ingressos que s'han generats directament de la venda dels seus llibres a la botiga, i no pas com una distribuïdora i venedora de llibres d'altres empreses editorials cap al lector/client. El MOB (*Makers of Barcelona*), alhora, està fent una peculiar transició d'espai de cotreball arquetípic a agència creativa d'organització oberta —l'anomenen MEAT—, on les empreses poden fer encàrrecs de desenvolupament i innovació, i el mateix col·lectiu d'autònoms o treballadors que hi comparteixen espai de treball poden esdevenir i formar equips per als projectes entrants. És a dir, es veu un peculiar procés de conceptualització de les fórmules econòmiques digitals en entorns més físics i fora de línia.



Finalment, a la subcategoria *makers i disseny obert*, ens apropem, directament, a iniciatives de dimensions i intensitats diverses, en què l'element central digital no és tant tecnològic —tot i que, en certa manera, també ho és ja que, al cap i a la fi, són artesans, dissenyadors i creatius que operen amb eines en línia i fora de línia, físiques i computades—, sinó, i sobretot, cultural en un sentit ampli.

## MODELS BASATS EN FORMES D'ACTIVISME SOCIAL I/O CULTURAL

### 4.3.

La tercera categoria es refereix a iniciatives i organitzacions en què la missió o propòsit, d'alt impacte social, és al centre de tota l'activitat i, en alguns casos, fins i tot és la prioritat a l'hora de definir un model de sostenibilitat econòmica, en detriment de la possible rendibilitat. Els tipus d'organitzacions que aquí es concentren solen estar constituïdes com a cooperatives, associacions i, ocasionalment, com a petites empreses amb models organitzatius oberts o fluids —que s'eixamplen o es recreen amb la col·laboració amb altres entitats o amb freelances, o treballant des del nucli d'unes dues o tres persones— en funció del flux de projectes.

En un primer grup, hi retrataríem entitats que classificaríem com a **ciència ciutadana, coneixement col·lectiu i generació de laboratoris urbans**. Són tant associacions com cooperatives que comparteixen metodologies, pràctiques i orientacions participatives o col·laboratives, per tal de dotar amb eines col·lectius aliens a la ciència o a la presa de decisions dels entorns urbans, i per promoure la digitalització i l'obertura de coneixement. En aquest grup, de manera col·lateral, s'hi podrien incloure altres entitats de l'àmbit *maker*, com ara Tangencial o Makea tu vida. Tots comparteixen, com es deia, l'aposta per a la dotació d'eines a col·lectius per tal d'encarar-los en processos participatius i/o col·laboratius, ja siguin eines com ara plataformes digitals obertes

—pròpies o de tercers a la qual estan lligades—, com eines intangibles, que seria el cas de l'organització d'esdeveniments i tallers oberts de cocreació, o les Wikimedia Hackathon.

En els darrers anys, s'ha vist a Espanya l'emergència i també la visibilització de diversos col·lectius d'arquitectura que tant busquen noves maneres d'organitzar-se laboralment quan els estudiants acaben la carrera universitària, com, sobretot, la generació d'un impacte social amb les eines apreses sobre la transformació de l'entorn humà, com ara barris o ciutats, mitjançant accions participatives i cocreatives, per la qual cosa, aquests col·lectius són molt propers al disseny obert.

Aquesta és una tendència d'escala global, amb exemples arreu del món —és el cas Perú amb grups com ara OPEA, o Argentina amb grups com ara a77, o agències col·lectives i transnacionals com ara Urbz, que es mouen entre l'Índia, Sud-amèrica i Europa—, i a Espanya, on és destacable, sobretot, la feina de col·lectius com ara Zuloark, Todo por la Praxis, Basurama o Laboratorio Urbano, que van emergir a partir de l'inici del mil·lenni. Els casos barcelonins Col·lectiu Punt 6, LaCol, Raons Públiques o Col·lectiu Volta Arquitectes són actius en la cerca de fórmules de sostenibilitat amb la seva pròpia missió, fins al punt d'oferir estructures properes o isomòrfiques al de les petites agències d'arquitectura més tradicionals, en el sentit que ofereixen, també, serveis clàssics com ara la projecció de reformes i d'obra nova.

El grup d'**activisme cultural i art activista** es refereix a aquelles iniciatives que aborden, estrictament, activisme a l'entorn de temes culturals, polítics o socials, i que, especialment, ho fan des d'una base artística o amb metodologies artístiques o de l'àmbit creatiu, incloses les tècniques de comunicació de guerrilla i *cultural jamming*, pedagogia comunicativa per a activistes, o recerca col·lectiva i transformació social convertida en fet artístic. Aquest és un petit grup en què s'inclou des del grup activista X.net, el Colectivo Enmedio i el projecte de Taller de Infografia Popular, fins el megaprojecte artístic de l'Antoni Abad, Megafone.net, que, actualment, està desenvolupant el projecte Blindwiki, una plataforma i una app col·lectiva per a la cartografia sonora, especialment dirigida cap al col·lectiu de persones amb diversitat de capacitats visuals.

Durant la darrera dècada, la difusió de la tendència o moviment *maker* des dels Estats Units va venir acompanyada d'un nou corrent educatiu molt estimulant per a diversos col·lectius —entre els quals el de professors i animadors socioculturals— i que proposa el fet d'entendre que la cultura digital i les noves formes de coneixement —i també noves necessitats en el mercat laboral— operen i es construeixen des de lògiques transdisciplinàries. El corrent més popularitzat és el de l'STEM o STEAM —de Science, Technology, Engineering i Mathematics, freqüentment, amb la introducció de les arts i les humanitats—, que opta, com en el moviment *maker*, per un aprenentatge construït a l'entorn de l'experimentació i la posada en pràctica manual dels coneixements, amb el disseny de projectes reals que necessiten abordar aquesta diversitat de camps.

98 L'ensenyança en matèria de programació, fins i tot per a col·lectius socials que estan desplaçats de l'àmbit tecnològic com ara el de les dones, també ha esdevingut, en aquesta darrera dècada, una mena d'urgència entre col·lectius educatius. Mentrestant, s'ha vist l'aparició de petits col·lectius i empreses que treballen de manera secundària —com seria el cas de La Mandarina de Newton— o de manera directa en l'oferta de serveis i esdeveniments, alguns dels quals són oberts o en col·laboració amb institucions públiques, per a l'aproximació del coneixement teoricopràctic d'aquests camps, que es recollecten en un petit grup anomenat **pedagogia tecnològica per a col·lectius específics**.

Tot i que, actualment, i des de la perspectiva de l'Ajuntament de Barcelona, els temes relatius al gènere es troben vinculats a la Conselleria de Feminismes i LGTBI, existeixen iniciatives transversals amb la pràctica cultural —i és que, en el fons, el gènere és una qüestió cultural, tal com les pensadores Judith Butler o Paul Beatriz Preciado recorden: des de col·lectius que organitzen activitats de reflexió i debat sobre la dona i el gènere queer, passant per la performance artística que dona un nou significat a la sexualitat i la treballa des de la cultura pornogràfica *mainstream* —el corrent conegut com a postporno— i la producció ètica de pornografia feminista i LGBTIQ, fins a l'experimentació tecnocultural al voltant de nous corrents com ara el postgènere i el posthumanisme.

Barcelona ha vist el creixement d'una mínima diversitat d'iniciatives i propostes que aborden d'una manera teoricopràctica i més participativa el significat del gènere fins l'entrada en contacte amb la filosofia. En aquest sentit, instituci-

onalment, podrien plantejar-se com a àmbit d'anàlisi molt interessant, casos com ara el de Post-OP o Quimera Rosa, que, per una banda, mantenen lligams amb institucions i iniciatives culturals de diversa natura —a tall d'exemple, van col·laborar amb el MACBA, o amb Hangar; per una altra, generen lligams amb teories que no són de gènere, com ara amb la postcolonialitat i decolonialitat i l'art digital o la filosofia dels objectes —ontologies orientades a l'objecte; i, finalment, influencien altres nous projectes. Els models de sostenibilitat en aquestes darreres categories, aparentment, depenen més de models de sostenibilitat econòmica tradicionals que no pas del moviment associatiu o la pràctica artística: el fet d'aconseguir plaça per a residències artístiques o programes artístics d'altres institucions —subvencionats—, l'accés a subvencions públiques, petits ingressos per a activitats que són un encàrrec puntual, i treball voluntari o no remunerat.

## 99 ESPAIS D'INTERCANVI DE VALOR, CATALITZADORS I HUBS

### 4.4.

En aquesta darrera categoria, hi congreguem una pluralitat de casos que comparteixen entre ells el fet d'operar des de lògiques col·lectives, com ara de suport mutu, treball cooperatiu, *enxarxament* de professionals, suport financer, etc., amb diverses intensitats de participació i governança. Un aspecte molt interessant d'aquesta àrea és la gran diversitat de pràctiques, fórmules i orígens que convergeixen —o integren— vers les esmentades lògiques, especialment per a la generació de resistència pel que fa al sistema econòmic.

En ordre, trobem un petit subgrup dins de la mostra, en què es representen iniciatives que doten amb eines o bé recursos, col·lectius, artistes i creadors o emprenedors creatius amb valors de governança més distribuïda, cooperativisme, o cultura lliure. A tall d'exemple, LabCoop és una incubadora de projectes cooperatius que inclouen, entre d'altres àmbits, aquells que es vinculen amb la cultura. A la mostra, hi hem inclòs dos espais culturals autogestionats i diferen-

ciats entre ells, que són els importants catalitzadors La Escocesa —reconegut com a Fàbrica de Creació— i Can Batlló, com a representació d'iniciatives amb uns models econòmics també diferent entre ells: per un costat, i respectivament, un model mixt d'autogestió econòmica i finançament públic; i, per un altre, un model autogestionat a nivell econòmic que es nodreix tant dels ingressos que es generen en les activitats contingudes i d'inversions de temps de voluntaris i membres de les comissions, o de donacions materials o en espècie, entre d'altres.

D'altra banda, es presenten dues plataformes plenament digitals que habiliten noves fórmules de finançament col·lectiu i que impliquen, alhora, un retorn social més ampli que els que són, estrictament, de micromecenatge—Goteo— o de circulació de continguts i protecció d'autoria més ètic, i de moneda alternativa digital per a una economia distribuïda, que es vincula a l'àmbit cultural i creatiu (*creativechain*). Aquests agents són interessants perquè, a part d'oferir nous mecanismes econòmics, impliquen seguir unes regles de joc o normes de participació que estan lligades al retorn social o la comunitat, i catalitzen aquest tipus de pràctiques.

100

El sector cultural i creatiu ha vist en les últimes dècades una explosió d'agents independents o individuals a nivell professional, que, per motivacions personals, però sobretot pel context econòmic i sectorial, s'han vist en l'única alternativa d'haver d'operar com a autònoms o freelance, en el millor dels casos. Situació de precarietat agreujada en la darrera crisi econòmica, en aquest context, s'hi ha vist en diferents grans ciutats del món amb un sector creatiu més o menys dinàmic —vinculat, especialment, al subsector de la publicitat— l'emergència d'iniciatives no lucratives dirigides a aquest segment de professionals lliures, autònoms, emprenedors de petites iniciatives o en situació d'atur per fer xarxa, enfront d'altres tipus de xarxes i clubs creatius, especialment les que s'adrecen a les grans empreses i firmes creatives.

Algunes de les iniciatives no lucratives i obertes que han arribat a Barcelona són els CreativeMornings i els Ladies, Wine & Design, que comparteixen la fórmula d'organitzar amb certa periodicitat uns esdeveniments informals i d'accés gratuït amb places limitades —en funció de l'espai—, en què es conviden persones emprenedores o creatives, sobretot vinculades a la PIME del sector, perquè es donin a conèixer i comparteixin experiències i coneixement en format de xer-

rada. En ambdós casos, el model econòmic es fonamenta en el treball voluntari de les persones organitzadores, en un baix ingrés procedent d'algun patrocini, o del patrocini en espècie que prové d'espais i marques de begudes, entre d'altres.

En el primer cas, s'enregistren les xerrades i es comparteixen íntegrament en un canal de Youtube per a aquelles persones que no hi han pogut assistir i les de tota la xarxa de CreativeMornings del món. El segon cas està dirigit a les dones d'un sector, en què poden representar, fins i tot, la meitat de la força de treball —almenys segons dades del Regne Unit, que és on s'ha estudiat més—, però que només ocupen un 28% de càrrecs directius (Diodd, 2012).

En una direcció més transgressora davant de la mateixa situació, contemplem dos casos de cooperatives. La primera és La Fundició, una cooperativa formada per un petit grup de gestors culturals que entenen el projecte com un mitjà per tal de paliar la precarització a nivell econòmic i professional. La segona és SmartIb, una cooperativa d'origen belga que comença la seva activitat a Espanya el 2013, i que s'entén, també, com a cobertura laboral i suport col·lectiu per a artistes individuals i professionals lliures, i no tant com a eina per a la facturació. L'estructura productiva i logística no s'assembla a altres tipus d'organitzacions anteriorment visitades. Per aquest motiu, doncs, se situen aquestes dues cooperatives en aquesta categoria.

101

Finalment, els festivals són espais d'esbarjo, però també per a la visibilització i la generació de connexions d'altres persones creadores, artistes o agents culturals. En la selecció, hi hem visualitzat alguns festivals alternatius com a models organitzatius no corporatius, com ara models autogestionats entre individus, com és el cas del Festival Graf, o bé entre col·lectius i organitzacions, com és el cas de la Fira Literal. També, són espais per a la difusió a diferents públics del fet que és possible de dur a terme pràctiques alternatives, com presenta el Festival BccN, o casos en què l'activitat més o menys continuada entre festivals anuals és clau, i també la connexió de disciplines amb corrents i mirades culturals diversos, com bé mostren Gràcia, Territori Sonor i el Festival LEM, altaveu de la música experimental amb quasi dues dècades de recorregut.

# SESSIONS DE COCREACIÓ

## 5

Les sessions de cocreació es van desenvolupar els dies 2 i 6 de novembre de 2017 a les instal·lacions de la UOC —seu del 22@, Barcelona. Per a ambdues sessions, es va dissenyar una mateixa metodologia i es va treballar amb grups petits de quatre a set persones, en tant que fundadors o impulsors de diferents tipus d'iniciatives culturals i creatives.

El disseny de les sessions es va centrar en la possibilitat de treballar, conjuntament amb persones representatives d'alguns casos que es van integrar en la mostra per a aquesta recerca, en l'aprofundiment en el context de les pràctiques econòmiques més freqüents a nivell tradicional o emergent que estan implicades en la sostenibilitat d'un projecte.

Tradicionalment o emergent perquè, en l'actualitat, estem observant que no sempre l'ús de nous mecanismes d'ingressos o finançament està lligat amb noves o diferents mirades i pràctiques productives culturals. Aquest punt es desenvoluparà també a l'entorn de l'anàlisi i les conclusions.

D'altra banda, el tipus de persones que es van convidar perquè participessin, com s'ha comentat, representaven una selecció prèvia de casos, i exercien rols de fundadors, impulsors o persones treballadores d'aquests fundadors i impulsors. Aquestes iniciatives culturals sota diverses fórmules jurídiques i estructurals —associacions, cooperatives, S.L., autoorganitzats— tenien en comú el fet

de formar part, alhora, de la mostra de més de cent casos mapejats per a aquesta recerca, dels quals es van seleccionar alguns que tenien models de negoci interessants en una primera anàlisi, o bé es trobaven en una posició de pràctiques culturals híbrides, parcials o en transició respecte de les que s'observen en el marc observatori d'aquest projecte.

Es van convocar prop de vint-i-cinc projectes, quasi una quarta part respecte de la mostra. Al final, hi van participar unes dotze persones, que representaven onze casos, cinc dels quals estaven vinculats a diversos serveis o producció de l'àmbit audiovisual, tres al disseny, dos a l'àmbit literari i editorial, i dos a la literacitat amb dades. Sis casos tenien més de cinc anys d'existència, tres casos duien entre cinc i dos anys d'existència, i dos casos es trobaven en fase d'arrencada i desenvolupament inicial, amb menys de dos anys d'existència.

Aquests són els onze casos:

104

- ~ **Makea tu Vida:** associació no lucrativa per a la generació d'entorns i experiències per al foment de l'apoderament tecnològic i material. Associació no lucrativa. Van començar el 2006.
- ~ **Mantis Lab:** petita productora independent de continguts eròtics i porno, i ocasionalment postporno, sota valors de tracte laboral ètic, feminista i de cura d'alternatives sexuals i de gènere. Temporalment, no tenen cap formació jurídica, només treballen sota marca. Van començar el 2017.
- ~ **Zumzeig Cooperativa de Cinema:** cooperativa i comunitat a l'entorn d'una sala de cinema on s'exhibeixen pel·lícules de caràcter independent. Cooperativa. Van començar el 2013.
- ~ **Hamaca Online:** distribuïdora d'obres artístiques en suport vídeo i mitjà audiovisual. S.L. Van començar el 2006.
- ~ **Espai Contrabandos/Pollen Edicions:** plataforma-llibreria i editorial que comparteixen seu o espai i que estan especialitzats en la literatura crítica i social. Cooperativa. Van començar el 2013 com a espai, i el 2011 com a editorial.
- ~ **Festival de Cinema BccN:** festival de cinema especialitzat en la divulgació de continguts i filosofia de la producció i distribució sota condicions de cultura lliure. Associació no lucrativa. Van començar el 2010.

- ~ **Lektu:** plataforma intermediària per a la distribució i/o venda de continguts literaris amb llicències obertes o sense, i amb mecanismes distributius socials o sense. S.L. Van començar el 2014.
- ~ **Fab Lab Barcelona:** espai de fabricació, disseny i recerca, sota preceptes de programari lliure, maquinari lliure i *open design*. Part de la xarxa mundial de Fab Labs. Operen des de l'IAAC, model similar al d'una fundació. Van començar el 2007.
- ~ **Iniciativa Barcelona Open Data:** entitat de promoció de l'ús i la reutilització de dades obertes, i que pertany a la xarxa del Open Data Institute. S.L. Van començar el 2016.
- ~ **Domestic Data Streamers:** agència transdisciplinària d'estratègia, comunicació i recerca, mitjançant noves aproximacions a la visualització i visualització de dades. S.L.. Van començar el 2014.
- ~ **Filmin:** plataforma a demanda (*on-demand*) de continguts audiovisuals amb caràcter independent. S.L. Van començar el 2006, i el 2010 es va relançar oficialment.

105

Les sessions es van dividir en tres activitats principals, que, alhora, es van dividir en diversos exercicis. A continuació es descriuen llistades per ordre seqüencial:

- ~ Mecanismes i pràctiques d'obtenció d'ingressos i finançament: es van presentar a les persones participants més de quinze pràctiques i mecanismes d'ingressos diferents, prèviament detectats en les primeres fases de la recerca, i que anaven des del finançament públic i privat, fins a nous mecanismes com ara el *matchfunding* o els models *freemium*, amb especial èmfasi en aquelles pràctiques que es circumscriuen en el marc analític d'aquesta recerca. Se'ls va proposar dos exercicis sobre aquesta llista:
  - Detall de quins mecanismes i pràctiques d'ingressos i finançament feien o havien fet servir i classificar-los en els que s'havien proposat o en un bloc de no identificats.

- Detall d'aquelles pràctiques que s'havien presentat i que s'estaven plantejant de posar en pràctica en un futur, tant si ja duïen un recorregut de reflexió previ a les sessions, com si en el decurs de la posada en comú de l'anterior exercici els generava noves reflexions. En aquest exercici, alhora, se'ls demanava que expliquessin quins obstacles, dificultats o mancances, tant d'origen intern a la seva estructura organitzativa i productiva, com d'origen extern (conjuntural o contextual) els impedièn o havien impedit d'adoptar la pràctica desitjada.
- ~ Desenvolupament d'un DAFO, que s'havia presentat per tal que es treballés de manera col·lectiva, i perquè les persones que representaven la seva entitat en definissin un d'individual. Es va dividir en dos moments:
  - En primer lloc, i aprofitant l'exercici anterior, es va exposar oralment amb la resta de participants i de manera visible quines eren les fortaleses i debilitats per a cada cas.
  - En segon lloc, i aprofitant aquest primer moment del segon exercici, es va prosseguir a definir les oportunitats i amenaces que, en la seva experiència, havien detectat en els darrers mesos i anys en relació amb la seva activitat i sector.
- ~ Finalment, se'ls feia desenvolupar un exercici de reacció i debat col·lectiu sobre diferents materials vinculats a polítiques públiques:
  - A un primer grup, se'ls va presentar les propostes del Pla de Cultures amb l'afegit del text *Trencant els murs* del senyor Jaume Collboni, ambdós del 2016.
  - Al segon grup, se'ls va configurar un exercici de reacció sobre polítiques-ficció, inspirades en el conjunt de propostes de polítiques públiques que es van generar en la primera i la segona edició de les Jornades d'Economies Col·laboratives Procomuns, del 2016 i 2017 respectivament, que estaven enfocades a la promoció i l'impuls d'iniciatives procomunes amb caràcter econòmic i social.

Els **objectius** inicials que van emmarcar el disseny d'aquestes activitats van ser:

- ~ Extracció de visions vers la sostenibilitat econòmica de les iniciatives culturals i la manera d'identificar-les.
- ~ Comprensió de l'entorn en què es contextualitzen les pràctiques econòmiques.
- ~ Comprensió d'aquells elements o camps d'accions de les iniciatives/organitzacions, i també de les polítiques públiques, que es poden millorar.
- ~ Extracció de connexions i inconnexions entre projectes culturals més o menys innovadors (més enllà de l'àmbit tecnològic) i noves pràctiques econòmiques o amb major governança econòmica.

Com que va ser una activitat col·lectiva, malgrat que se situessin exercicis en què es posava èmfasi en el caràcter i les condicions úniques de cada iniciativa o organització cultural, es va poder posar en comú, de manera cocreativa i relativament consensuada amb els propis participants, quines pràctiques i tendències econòmiques i innovadores eren més habituals en aquest context específic i local.

Els **indicadors** més interessants que es buscava sistematitzar en aquests exercicis eren:

- ~ Principals pràctiques econòmiques comunes entre projectes que comparteixen un mínim de característiques relatives al marc de la recerca.
- ~ Nombre (dins de la capacitat de ser quantificable) de pràctiques per a la sostenibilitat econòmica que cada projecte pot necessitar o tenir capacitat de desplegar.
- ~ Proporcionalitat de pràctiques econòmiques obertes i/o innovadores versus pràctiques més tradicionals.

## RESULTATS DEL PRIMER EXERCICI: MECANISMES I MITJANS DE FINANÇAMENT

### 5.1.

En aquest primer exercici, es va demanar a les persones participants que exposessin tant els mecanismes i mitjans de finançament que fan i han fet servir, com aquells mecanismes que voldrien fer servir o agregar en un futur més o menys proper.

Aquesta dada es podria obtenir de manera individualitzada mitjançant altres tècniques, si bé com que es va fer de manera col·lectiva es van obtenir, alhora, dades qualitatives.

108 S'ha d'aclarir que dels onze casos —dotze comptant que l'Espai Contrabandos es desdoblava també en l'editorial Pollen Edicions—, només dos eren associacions no lucratives que actuaven des de lògiques més properes a l'associacionisme o l'activisme sociocultural —Makea tu Vida i Panorama 180-Festival de Cinema BccN—, mentre que la resta de projectes cercaven o tenen un model en què el treball de les diferents persones agents o actors implicats passen a ser remunerats i coberts —entesos com a persones treballadores.

Això, sumat a altres factors de diversa natura en funció de cada cas —com ara apropament a diversos valors socials, culturals i/o polítics que podien interrelacionar cada participant al llarg de la sessió—, pel que enteníem, implicaven diverses formes d'apropar-se a una rendibilitat o una sostenibilitat econòmica de cada projecte.

Podem destacar aquells mecanismes de finançament i ingressos més recurrents, comuns entre les persones participants. S'ha de notar que, una participació d'onze persones de part d'onze-dotze casos culturals diversificats, no serviria per a la caracterització dels tipus de pràctiques econòmiques totals, però sí que

és interessant de veure com, de manera transversal, es comparteixen aquestes pràctiques entre els casos, i s'evidencien punts comuns i diferencials entre ells per tal de caracteritzar-los en la seva singularitat.

Així, doncs, tots els casos participants manifesten haver accedit o haver provat d'accedir a una diversitat plural d'ajuts i aplicacions públiques per al finançament. Es destaca en alguns casos, tal com ho van fer saber la cooperativa Zumzeig de manera explícita, que aquesta és una de les seves fonts principals de sostenibilitat econòmica. Només un dels casos, aparentment, no ha pogut accedir encara a cap subvenció, en part, pel poc temps de desenvolupament que duu de vida el projecte, però també per la manca de subvencions susceptibles al tipus d'obra que fan —Mantis Lab, que van néixer aquest 2017, i que es dediquen a la producció de continguts i promoció d'eròtica i pornografia ètica i feminista.

109 L'intercanvi de serveis o productes per un valor monetari, en qualsevol variant o posició estratègica en els models de negoci —inclosos, a tall d'exemple, els serveis i productes derivats d'una obra oberta o lliure— és un dels mecanismes de generació d'ingressos actius també més habitual entre, almenys, els projectes participants. Tot i així, no per a tots els casos és la font principal d'ingressos.

Mètodes de pagament que fa uns anys es van marcar com a innovadors, com ara la qüestió de la taquilla inversa o el “pagui el que vulgui” (pay-what-you-want), a part de no haver tingut gaire recurrència entre els projectes, en un parell de casos —Filmin i Zumzeig— comentaven haver experimentat en el passat males experiències amb aquests mètodes.

### MULTICANALITAT D'INGRESSOS I FINANÇAMENT

Un dels fets més significatius que es va observar és la coincidència que tots els projectes mostraven l'ús de més d'un mecanisme, mètode i pràctica econòmica per a l'obtenció d'ingressos i finançament, és a dir, una multicanalitat —en què s'opera des d'una lògica de diversificació de canals econòmics—, i, potser, aquesta podria ser una de les innovacions econòmiques més interessants.

És evident que els projectes culturals, almenys en territori català, han operat des, d'almenys, dos o tres canals bàsics. De manera general serien: el finançament públic i/o privat, l'intercanvi econòmic serveis/productes —o, per defecte, l'accés— per un valor econòmic, i també el patrocini en què es bescanvia el fet de compartir capital simbòlic —marca i visibilitat associada amb una entitat cultural— per un valor econòmic determinat, com ara les companyies de teatre, les empreses de gestió cultural o els festivals.

A aquests mecanismes, diguem-ne, més o menys tradicionals, se n'hi afegixen alguns que han anat apareixent en els darrers anys, com ara el finançament col·lectiu per a projectes puntuals —exceptuant Mantis Lab, on fan servir la modalitat que ofereix Patreon per a creadors i projectes de llarg recorregut—, o modalitats de subscripció, quotes de filiació o models *freemium*. Així, doncs, entre els casos participants, han fet o fan servir, de mitjana, uns sis mètodes i mecanismes de finançament i d'ingressos diferents.

110 Si tenim en compte els debats mantinguts durant les sessions, no tots els mètodes i mecanismes solen ser recurrents en el dia a dia o transkurs de les iniciatives. Segons això, el finançament col·lectiu es destina a projectes específics o com a mètodes de prevenda de nous productes o experiències —i, tot i així, no és dels mètodes més idonis o efectius segons alguns casos—, o bé com a mecanisme de comunicació i expansió de comunitats —com el cas del Festival BccN. També, com un altre exemple, l'aposta per crèdits privats o públics —com ara ENISA—, la injecció de capital d'inversors privats, o, fins i tot, la capitalització de l'atur —en el cas de Pollen Edicions/Espai Contrabandos— només són mecanismes que s'han abordat una única vegada, que corresponia a l'inici de l'activitat de les entitats per tal d'impulsar-les.

Malgrat tot, es veu certa dependència, o almenys reincidència, de l'accés al finançament públic, inclòs, en moltes ocasions, aquell que ve de l'Ajuntament de Barcelona i la Generalitat de Catalunya, amb certa redundància en casos en què es considera que es té certa dificultat a l'hora de generar ingressos constants per diversos factors, com que, a tall d'exemple, que l'organització no contempli persones que hi treballin a temps complet, sinó de manera parcial o en frag-

ments de temps lliure voluntari, o bé que el propòsit, els valors i l'orientació d'aquesta organització siguin poc *mainstream*, alternatius o, directament, que es considerin com a radicals, amb dificultat d'ampliar públics o escalar vendes.

### MECANISMES CLÀSSICS FORA DEL MARC DE RECERCA VERSUS NOUS MECANISMES

Un dels objectius —secundaris?— d'aquesta recerca és determinar quines relacions podrien existir entre noves formes de producció i reproducció d'una cultura i la creativitat, el fet d'expandir-les entre la ciutadania o de vetllar pel seu manteniment —inclosos nous corrents culturals—, amb noves formes de generació de sostenibilitat econòmica, i l'aplicació d'innovacions tecnològiques per a aquesta comesa.

111 En aquesta sessió, hi han participat projectes amb alguna característica innovadora a nivell cultural, o bé que apliquen innovacions tecnològiques per a la cultura o en la cultura —en consonància amb els criteris de selecció, que incloïen processos o mètodes inclusius, participatius i/o oberts, en major o menor grau.

Malgrat aquest component comú entre tots els casos participants, es veia que es continuen conservant alguns mecanismes i mètodes d'ingressos que no són gens nous, però sí, diguem-ne, bàsics —l'intercanvi de producte/servei principal per un valor monetari, o bé per un producte/servei derivat d'un d'obert o lliure—, i també mètodes de finançament que depenen del públic, i que es combinen amb nous mecanismes que han emergit del context digital.

Si fem matisos, podríem constatar, potser, dues excepcions: una de les organitzacions que va participar es tracta d'una plataforma de mercat o intermediació entre editorials i autors amb lectors, en què una de les fonts principals d'ingressos era una comissió per cada venda —Lektu—, i un altre cas consistia en una plataforma de vídeo sota demanda (*video-on-demand* o VOD), en què alguns dels mecanismes d'intercanvi de valor eren tant la subscripció mensual per usuari com el lloguer/venda d'accés directe a un visionat en línia —Filmin.



D'altra banda, en alguns casos, s'hi va remarcar la importància d'altres formes econòmiques d'intercanvi de valor o de suport en què l'element monetari no fa acte de presència. Així, doncs, s'han presentat com a recursos clau en alguns casos —Mantis Lab com a cas més paradigmàtic— el fet de comptar amb el suport d'una comunitat d'aficionats i persones que donin suport al projecte en diversos nivells —econòmic o comunicatiu, i/o econòmic en modalitat de consum—, o les col·laboracions amb altres entitats, o bescanvis de serveis per anuncis —Filmin. Tot i així, aquests tipus de recursos no monetaris no han estat remarcats pels participants, i tampoc havien estat situats com a mecanismes o pràctiques econòmiques principals amb les quals poder reaccionar. Per tant, no se sabia determinar el grau d'importància a partir d'aquest exercici.

#### **MECANISMES DESITJATS, OBSTACLES I MANCANCES COMUNES DETECTADES**

Una de les activitats dutes a terme dins d'aquest primer exercici va ser també el fet de demanar quins mecanismes o pràctiques econòmiques per al finançament i obtenció d'ingressos desitjarien poder implementar en un futur, i les mancances i obstacles pels quals consideraven que no podien aplicar-los. En ocasions, aquesta activitat es nodria de l'anterior.

112

Segons cada cas, s'han presentat diversitat de posicions. En general, però, es va veure com a fet comú tant l'interès per l'experimentació amb innovacions econòmiques com les que s'havien presentat o com les que altres casos havien explicat que feien servir, com l'abordatge de certs tipus de finançament públic o privat. Només en un cas —Iniciativa Barcelona Open Data—, s'hi va exposar la intenció, en un futur no gaire llunyà, d'engegar una fórmula híbrida de mecanismes, propera al *match-funding*, que duïen un temps planificant i dissenyant.

Les mancances més recurrents han estat la falta d'estructura i recursos per tal de poder-les engegar. A tall d'exemple, des d'Hamaca Online es va comentar que desitjaven des de feia temps el fet d'aconseguir patrocinadors més o menys alineats amb els seus valors i propòsit, però, que pel tipus de plataforma i públic a què s'adreçaven de manera directa, tenien molt poc valor de visibilitat per als potencials patrocinadors. En general, el major desig s'orientava a la possibili-

tat de tractar una major sostenibilitat i estabilitat, o equilibri entre ingressos i despeses, que, en bastants casos, aconseguïen amb dificultats o, directament, no hi arribaven.

Finalment, cal remarcar que, en algunes ocasions, les persones participants havien comentat que havien experimentat amb altres fórmules, com ara el finançament col·lectiu o, com ja s'ha citat, el mètode *paga el que vulguis*, però que les havien descartat pel fet de ser poc eficients en algun sentit.

Els mecanismes que no van rebre cap tipus d'interacció, és a dir, aquells que no havien fet servir els projectes participants o no hi tenien cap mena d'interès aparent, van ser:

- ~ microparticipació indirecta, inclosos mecanismes com ara el *crowdticketing*
- ~ venda de dades captades a web, apps, IoT, etc.
- ~ venda/cessió d'espais per a anuncis, fins i tot mitjançant serveis intermediaris com ara Adwords

113

## **RESULTATS DEL SEGON EXERCICI: DAFO DEL MODEL ECONÒMIC DELS PROJECTES I DEL SECTOR**

### 5.2.

En el segon exercici, es va fer treballar un DAFO en dues activitats separades. En la primera, tot aprofitant la inèrcia del fet de pensar sobre la sostenibilitat i el funcionament econòmic de les organitzacions convidades, de manera individual, se'ls va fer posar en comú aquelles principals fortaleses i debilitats que explicaven el seu caràcter econòmic. En la segona, se'ls va fer posar en comú aquelles oportunitats i amenaces que detectaven en el seu entorn.

Entre les **fortaleses**, els punts i les conclusions comunes en què van coincidir, més o menys, la majoria de casos, hi ha:

- ~ Importància de les xarxes o de la base social que ja s'havien generat en alguns dels casos, com ara Fab Lab Barcelona, Hamaca Online i Zumzeig. Valoració del posicionament i la proposta de valors socials i culturals com a font de fortalesa, en altres casos: Mantis Lab, Makea tu Vida, Espai Contrabandos, Festival BccN.
- ~ Singularitat (o marca) del projecte propi també com a elements clau per a altres projectes: Lektu, Hamaca Online, Mantis Lab, Fab Lab Barcelona, Domestic Data Streamers.
- ~ No en tots els casos es van valorar recursos materials que ja tenien i eren existents. Sí, però, que ho van fer Filmin (quan parlaven del propi catàleg que, al llarg dels anys, han anat teixint) i Zumzeig (pel que fa a les seves instal·lacions).
- ~ En alguns casos, es va donar valor a capacitats i habilitats que ells mateixos aportaven, com ara l'atenció individualitzada als usuaris o l'experiència: Lektu, Hamaca Online, Filmin.

114

Entre les **debilitats** més recurrents, convé destacar:

- ~ La manca d'estructures, físiques, digitals i/o humanes, o de finançament (Fab Lab Barcelona, Hamaca Online, Lektu). Aquesta dada es podria combinar amb algunes mancances i obstacles detectats pel que fa als mecanismes que, idealment, voldrien provar o implantar.
- ~ El propi valor social, cultural o el tipus de producte o propòsit que ofereixen es presentava, alhora, com un handicap per a l'obtenció de més públic o mercat (Mantis Lab, Fab Lab Barcelona, Festival BccN, Hamaca Online). Tot i que no es va destacar aquest punt en tots els casos, sí que és cert que encara més participants, com ara Filmin o Makea tu vida, van especificar la caracterització de situar-se en un nínxol molt específic i el cost intensiu de la voluntat d'expandir-se, fet que, a tall d'exemple, implicaria un canvi d'hàbits o d'adopció més àmplia de nous corrents

culturals més afins, en l'entorn. Cost de les estructures i recursos ja presents o el trobament d'estabilitat (Filmin, Espai Contrabandos, Makea tu vida, Hamaca online).

- ~ Incapacitat de "competir" amb certes condicions i factors estructurals de l'entorn, com ara mercats envaïts per unes poques empreses (Lektu, Filmin i Mantis Lab en l'anterior exercici).

Les **oportunitats** detectades en comú foren:

- ~ Adopció creixent i, en ocasions, lenta, de nous paradigmes digitals.
- ~ Bon clima de creixent, però lenta, adopció de paradigmes socials i culturals més ètics, com ara feminismes o, en el cas més local de Barcelona, d'un ecosistema procliu a temes com ara l'autosostenibilitat o el cooperativisme.
- ~ Barcelona com a pol o *hub* d'innovació, que està lligat a una condició de doble fil en què hi ha una quantitat important (tal com es percep) d'iniciatives vinculades a la innovació social.

115

Les **amenaces** detectades i coincidents en la majoria de casos van ser:

- ~ Males pràctiques o interessos poc ètics sectorials.
- ~ El caràcter cíclic i canviant de les entitats polítiques i les administracions públiques, que és especialment problemàtic quan hi ha bastants casos que depenen, en certa manera, de subvencions, ajuts i altres formes de finançament públic municipal, regional i nacional.
- ~ Moment de censura i repressió (especialment remarcat per Mantis Lab i per Espai Contrabandos/Pollen Edicions).
- ~ En dos casos, la pirateria sí que se'ls presenta com un problema, ja que el mercat o el públic és molt nínxol en combinació amb una cultura de gratuïtat o fluïdesa audiovisual (Mantis Lab i Filmin). En canvi, es percep com a problema el temor de les indústries per a una evolució del propi territori audiovisual (Festival BccN).

## RESULTATS DEL TERCER EXERCICI: PROPOSTES DE POLÍTIQUES PÚBLIQUES

### 5.3.

El tercer exercici va diferir entre les dues sessions. En la primera sessió, se'ls va fer reaccionar davant d'una versió sintetitzada de les propostes de polítiques impulsades per l'ICUB el 2016, una revisió del Pla de Cultures juntament amb el discurs presentat també a la zona de documentació oberta de l'ICUB, *Trencant els murs*, que coincideix amb la incorporació de la cartera de cultura a la segona tinença de l'Ajuntament. Especialment, es va incidir en aquelles propostes que es vinculen d'alguna manera amb la creació, la producció i la regulació.

Les reaccions generals en aquest grup de propostes no van ser gaire intenses. A continuació es s'enumeren les propostes de polítiques o transformacions que es van presentar —els documents originals, que es troben a les planes web de l'Ajuntament de Barcelona, es van deixar per a la consulta de les persones participants, i se'ls va explicar amb més detall cada punt):

- ~ Ampliació de facilitats per tal que Barcelona esdevingui una ciutat atractiva per als rodatges cinematogràfics i publicitaris.
- ~ Interrelació del sector audiovisual, editorial i musical per a la creació d'espai de confluència en gestió de drets de propietat intel·lectual.
- ~ Festival de dansa per a la posada en comú de ciutadania i companyies locals.
- ~ Espai estable per a la representació de circ i expressions escèniques transfrontereres.
- ~ Consolidació de reformes normatives a l'entorn de permisos d'actuació musical.
- ~ Coordinació de sales d'exposicions de l'ICUB i convenis amb museus per que s'assegurin recorreguts estables als joves creadors locals d'arts visuals.

- ~ Programa de divulgació a BTV de creació/creadors en nous mitjans i tecnologies.
- ~ Programa pilot en escoles públiques per a la creació de residències col·laboratives amb artistes.
- ~ Elaboració d'un pla de contractes-programa amb els principals festivals públics i privats per al posicionament de creadors emergents de la ciutat com a protagonistes en les programacions.
- ~ Ampliació del marc normatiu en matèria de subvencions als agents del sector.
- ~ Creació d'un fons de capital risc per a iniciatives privades culturals que entrin en terreny d'emprenedoria empresarial amb noves tecnologies i mitjans.

De tots aquests punts, el que va rebre més reaccions va ser el desè: tres reaccions positives —de quatre participants— i una reacció-contraproposta sobre la inclusió i reforç de la revisió de regulacions de les contractacions. Seguidament, el novè i l'onzè punt van rebre diverses reaccions a favor, i el cinquè, el sisè i el vuitè punt van rebre, cadascun, una reacció a favor. Pel que fa al setè punt, va rebre una reacció a favor, una en contra, i una reacció-comentari-pregunta: “[ús de] recursos. Necessari?”; seguit d'un altre comentari: “projecte pilot, [seria un] projecte minoritari [per a petits públics, baix impacte segons comentaven mentre fixaven al mur el comentari]”.

Per a la segona sessió, es va modificar el disseny d'aquest tercer exercici, i, en lloc de buscar la reacció quant a polítiques reals o propostes de modificacions i canvis reguladors, normatius o estratègics, se'ls va fer reaccionar davant d'un material inspirat en les metodologies de prospecció i les propietats diegètiques de materials i objectes que ajuden al transport d'escenaris plausibles.

Com es comentava en la secció sobre metodologia, aquest material s'ha desenvolupat tot prenent com a base les propostes de polítiques públiques que es van generar col·lectivament durant el primer i el segon Fòrum d'Economies Col·laboratives Procomuns —2016 i 2017 respectivament). Aquesta és la llista que se'ls va presentar:

### 1. Millora de regulacions per a la cultura.

- ~ Reconeixement i posada en valor dels nous àmbits d'actuació en cultura i sector creatiu que posin per davant la innovació creativa cultural respecte d'aspectes com ara la governança participativa, la missió social, el coneixement obert, la inclusivitat (com ara de gènere i social) i/o la sostenibilitat mediambiental. Revisió de les regulacions actuals per tal d'assegurar-ne l'adaptació a la realitat d'aquests àmbits.
- ~ Polítiques laborals.
- ~ Polítiques fiscals.

### 2. Impuls de la incubació de nous projectes i iniciatives de cultura i sector creatiu.

- ~ Creació d'una incubadora amb infraestructures físiques, financeres i tecnològiques, que estigui pensada per a noves iniciatives culturals innovadores (participatives, obertes, socials, feministes i inclusives, procomunes, basades en el coneixement obert, postdigitals, amb sobirania econòmica, i/o sostenibilitat mediambiental).
- ~ Facilitació de recursos per a l'emprenedoria, particularment la col·lectiva, en què es promoguin projectes viables que compleixin amb aquest criteris.

### 3. Foment de fórmules existents o habilitar-ne de noves per al finançament de les iniciatives culturals.

- ~ Assegurança, per una banda, del finançament d'experiències pilot innovadores amb risc cultural (percebudes com a radicals, alternatives o minoritàries en relació amb el públic); i, per una altra, del finançament d'experiències pilot innovadores amb un model cofinançat (*match-funding*), amb la combinació del micromecenatge individual amb l'efecte multiplicador d'un capital llavor que multipliqui cada aportació ciutadana o de públic cultural.

### 4. Adopció o reassignació de l'ús d'espais i d'altra infraestructura municipal per al sector.

- ~ Habilitació de la gestió mancomunada d'espais de treball i locals buits per al treball i el desenvolupament de projectes de producció col·laborativa cultural, mitjançant la facilitació de la mobilitat, la compartició, la conciliació i l'impuls del sector entre les persones professionals.

### 5. Canvi de la manera en què opera internament l'Ajuntament en alguns fronts vinculats a la cultura i el sector creatiu.

- ~ Compra/contractació pública innovadora que involucri el sector.
- ~ Elaboració d'una experiència pilot en què l'Ajuntament utilitzi serveis d'actors o comunitats que funcionen com a empreses procomuns o cooperatives, com ara guifi.net, per a infraestructures de comunicació digital i de governança distribuïda.

### 6. Voluntat de combatre la mala pràctica de les administracions en l'àmbit de polítiques culturals, creatives i de coneixement

- ~ Contractació d'empreses que prioritzin els drets i la protecció laboral i/o la governança distribuïda entre treballadors i treballadores, i el registre obligatori de reunions i contactes amb els grups de pressió que representen interessos econòmics de les grans empreses culturals.

### 7. Ajuda en la difusió local i per barris per a l'apropament de sectors i altres economies afins.

- ~ Promoció d'una xarxa d'espais oberts de creació i fabricació, com ara els ateneus de fabricació, les fàbriques de creació, els equipaments d'assaig, etc.
- ~ Programes educatius, enfocats a la sobirania creativa.

## 8. Ampliació del segell Barcelona en clau de visibilitat exterior de les iniciatives locals.

~ Promoció d'iniciatives de cultura lliure/oberta, segells petits i creadors emergents, iniciatives amb impacte sociocultural innovador o mobilitzador.

## 9. Que les inversions en grans esdeveniments culturals i creatius recaiguin en la promoció de la creació local.

~ Potenciació del fet que els festivals i els grans esdeveniments de Barcelona donin visibilitat i suport a una cultura emergent, mobilitzadora, postdigital, innovadora, oberta i dinamitzadora.

## 10. Incentivació i suport a la recerca i la innovació en cultura per tal de continuar avançant.

120

~ Generació d'accés lliure a dades públiques sobre aspectes econòmics i socials, coneixement obert, emprenedoria, accions de suport, resultats, etc. (sempre amb respecte cap a normatives de privacitat i la permanència de dades).

Com es pot veure, certes propostes de polítiques-ficció no es troben tan allunyades d'algunes de les darreres propostes polítiques que s'han plantejat en els últims anys.

La proposta de política amb més reaccions positives va ser la segona, amb sis de set reaccions, seguida de la setena, amb cinc de set reaccions, i una sèrie d'altres propostes que van rebre més de tres reaccions positives: la primera i la sisena.

La novena política, en canvi, va obtenir, explícitament, dues reaccions negatives. Es valorava que els propis festivals fessin de pont entre local i internacional per a la generació d'intercanvis a diversos nivells, i es valorava negativament, lligat a la vuitena política-ficció, la tendència al reforç, per una banda, d'una marca Barcelona que opera en la homogeneïtzació; per l'altra, de l'impuls d'un

discurs-imatge universalitzador en contra de la diversitat; i, finalment, de l'impacte negatiu que estava tenint en aspectes com ara el turisme o l'especulació, juntament amb una por vinculada al fet d'emparellar marques/projectes a un projecte polític com és la marca Barcelona, és a dir, por que les iniciatives fossin polititzades o instrumentalitzades per agents externs.

Del debat que va prosseguir, se'n va extreure alguna informació que podria ser de valor:

Es va considerar que s'han descuidat els petits esdeveniments, especialment, aquells que sí que s'enfoquen a nínxols o àrees molt específiques, en contra dels grans esdeveniments *mainstream*.

~ Les persones participants van percebre la por dels instruments avaluadors dels projectes que són susceptibles de ser subvencionats o finançats a l'hora de donar prioritat a la qualitat, en lloc de fer-ho a la quantitat en mètriques mesurables, com ara el número d'assistents. Tot i això, es reconeixia, alhora, que ambdós fets podien anar de la mà.

121

~ Alguns dels assistents van considerar que les polítiques que s'encaminaven a la producció de procomú i/o l'economia social, s'orientaven a l'adaptació o inspiració en pràctiques que ja es feien en "el sistema", en lloc de fer-ho cap a la creació d'un nou paradigma per a les polítiques públiques per a la facilitació d'un entorn més acollidor per als nous paradigmes.

~ També es va apuntar la lentitud o dificultat dels canvis reguladors, sobretot quan s'enfoquen a una escala supranacional (Unió Europea).

~ Alguns dels projectes no volien tenir massa dependència de subvencions públiques, i buscaven trobar un equilibri en el fet de poder elaborar projectes i creacions que els vinguessin de gust, amb recursos monetaris/econòmics procedents de grans empreses i que apostessin per una negociació en què es pogués tenir llibertat creativa i un encaix amb desitjos o interessos de les empreses, inclòs l'impacte de marca. Un dels creadors situava aquest discurs des de l'experiència en el fet que les grans empreses han entès millor el tipus de retorn social que es genera, que no pas les pròpies administracions.

- ~ Un dels creadors replicava que no tots els projectes tenien tan bon encaix per a les empreses, o que no era una habilitat senzilla el fet de poder negociar i arribar a acords equitatius i creatius amb agents privats, o trobar agents que encaixessin amb els valors.
- ~ Mancaria també un espai d'experimentació i recerca per al descobriment de noves dimensions o mecanismes de finançament.
- ~ Sorgia el relat d'algunes administracions públiques que promouen l'ús del finançament col·lectiu enfront de l'austeritat. Alguns participants comentaven o estaven d'acord que el finançament col·lectiu no és un mecanisme absolutament democràtic, ja que aquells projectes petits, amb un encaix poc popular o *mainstream*, i/o les petites comunitats no tenien gaires possibilitats de visibilitat i/o progrés.
- ~ Es va proposar que es fessin altres iniciatives d'internacionalització o intercanvi d'experiències, de dur a terme, potser, intercanvis de creadors amb ciutats d'altres parts del món, tot plegat inspirat en un model Erasmus, potser, o una xarxa entre ajuntaments espanyols.
- 122 ~ En molts casos, les contradiccions que comentaven alguns són patents en aquests tipus d'iniciatives, com ara el fet d'apostar o no per un tipus de finançament privat, o públic, o l'obertura o el tancament dels tipus de creacions o serveis. Tanmateix, totes les persones participants, més o menys, acabaven dialogant sobre la importància de trobar un equilibri entre ètica i formes de finançament.
- ~ Es demanaria a les administracions públiques, però, que no donessin suport a la cultura que s'hagi generat per empreses sense valors o fonaments ètics. Es va proposar que es requerís un **codi ètic** nou o diferent per a la subvenció cultural, i es busqués una total coherència de valors socials.
- ~ Es va tractar també l'assumpte de la diversificació de les àrees que s'han de cobrir des dels ajuts i subvencions públiques, i van arribar a una conclusió més o menys consensuada en què, probablement, la inclusió de totes les especificitats, subàrees o condicions del complex àmbit cultural faria més feixuga la tasca de les administracions públiques, i es demanaria, més que una normativa barroca, una que fos flexible.

Finalment, en ambdues sessions i versions d'aquest exercici, també se'ls va donar opció a fer contrapropostes a les propostes de polítiques públiques que se'ls presentava. En aquest exercici, cal destacar les següents proposicions:

- ~ Reforç de l'aposta per projectes d'alt risc sociocultural, com ara els feminismes, l'eròtica, la producció independent o l'activisme sociocultural.
- ~ Millora de l'adjudicació i el control a ajuts per a la producció audiovisual, o l'abordatge de la inestabilitat econòmica dins d'aquest sector.
- ~ Millora o agilització dels pagaments de les administracions públiques, especialment als creadors, en què els períodes de seixanta dies, o, en moltes ocasions, de diversos mesos, després d'haver executat el servei, els precaritzen més.
- ~ Optimització de la contractació o adquisició d'equipaments públics col·lectius o veïnals, a partir de: necessitats, existència d'una comunitat implicada, normativa.
- 123 ~ Incentivació d'una expansió de quotes de pantalla per a la protecció del cinema audiovisual o independent, i plantejament d'algun programa de literacitat audiovisual.
- ~ Programes d'ajudes a estructures bàsiques: ajudes que incloguin i/o s'orientin al suport dels costos derivats, com ara el lloguer dels espais de treball, per a projectes de baixa rendibilitat, per tal d'ajudar que siguin viables.
- ~ Ajudes per a la internacionalització, com ara per a la traducció a idiomes dels webs, o per a viatges de caràcter professional.
- ~ Impuls d'un programa de jornades de microfinançament i microcrèdits ràpids, presencial.
- ~ Creació de *hubs* amb professionals i projectes locals afins per a la compartició d'experiència i coneixement.

## CONCLUSIONS

### 5.4.

Mitjançant aquest exercici hem pogut fer un apropament directe i participatiu amb alguns dels casos vinculats al marc d'estudi d'aquesta recerca, i hem conegut de primera mà les pràctiques i alguns hàbits econòmics que posen en pràctica a la recerca de la seva pròpia sostenibilitat, i també les dificultats que tenen i les relacions que consideren que hi poden haver amb les institucions públiques, especialment amb l'Ajuntament de Barcelona.

Un dels indicis més cabdals que se'n pot extreure, per una banda, ha estat el fet que molts dels projectes participants tenen o han tingut una mínima dependència del finançament públic. La correlació d'una major dependència amb aquells projectes que es podrien considerar més alternatius o nínxol, o políticament diferenciats, sembla quelcom més clar.

124

Això, però, no és res nou. És un fet al qual, històricament, s'assisteix en el sector cultural, i tant a nivell internacional com regional, quant a aquelles iniciatives, organitzacions, projectes o creadors que aborden perspectives o propostes que no tenen un encaix fàcil en els mercats o que no troben, fàcilment, un model de sostenibilitat.

Tot i així, allò que potser és més interessant d'aquest fet és que també es trasllada a altres àmbits, com és el cas dels projectes que tracten la cultura des de l'economia social i solidària, i s'ha de tenir en compte que almenys quasi la meitat dels projectes participants se'n podrien considerar —Zumzeig Cinecooperativa, Makea tu Vida, Espai Contrabandos i Pollen Edicions, el Festival de Cinema BccN—, i també com a projectes d'altre caire però emergents.

Com ja s'ha matisat, malgrat que les iniciatives que van participar en les sessions poden presentar una innovació o aproximació ètica en algun nivell social o cultural, com a condició comuna entre totes, no és tan clara, almenys des dels resultats d'aquestes sessions, una correlació amb l'abordatge d'innovacions econòmiques, ja sigui en forma de mecanismes d'ingressos o de finançament, tot

i que, més aviat, com a hipòtesi emergent, té més relació amb la capacitat econòmica de poder experimentar-les o instal·lar unes (infra)estructures mínimes, un model que sigui “simpàtic” amb algun mecanisme innovador —és a dir, que tingui encaix i sentit d'aplicació— i/o una cultura o uns coneixements compartits en les organitzacions que propiciï l'experimentació o una mínima inversió.

Tot i així, com s'ha vist, mecanismes més clàssics, com ara l'intercanvi de valor servei/producte-monetari extret del producte, i servei o valor principal de l'organització, són fórmules bàsiques que sembla que funcionen en molts casos i que no tenen cap mena de necessitat de ser transformades, en relació amb el seu entorn.

Un altre fet revelador, com a resposta a l'anterior punt sobre la permanència de certs mecanismes més tradicionals o transversals en diversos models econòmics contemporanis, és, com ja s'ha comentat, que moltes de les organitzacions i entitats que participaven en les sessions tendien a diversificar les fonts d'ingressos i de finançament, inclús la diversificació de serveis o propostes i la generació de serveis i/o productes laterals o derivats del seu propòsit o valor principal, com ara els serveis de consultoria i assessorament.

125

Aquest fet, però, es deu, en part, a un context generalitzat de precarietat que exigeix un grau de creativitat per a l'obtenció d'un mínim de rendibilitat, tot i que també a un fet contemporani en què, gràcies als canals digitals i l'explosió de públics cada cop més *nínxolats*, es pot operar en la generació de diverses fonts d'ingressos que produeixin ingressos i finançament distribuït alhora, potser —com a teoria— similar a la llarga cua, fet característic de les economies digitals.

També, és interessant d'observar l'aproximació al concepte d'innovació cultural i tecnològica. S'ha de considerar que alguns dels mecanismes que s'hi van presentar van aparèixer en els darrers cinc o deu anys, especialment els mecanismes de microparticipació directa, com ara el finançament col·lectiu. En el seu moment, aquest tipus de mecanismes van aparèixer com quelcom de nou i prometedor pel que fa a la distribució d'una major governança econòmica entre persones normalment associades a la passivitat de l'espectador o públic, i en un context històric en què els mecanismes de visibilitat es trobaven menys regulats per al-

goritmes complexos, com avui en dia, i, encara, no tothom havia generat perfils en xarxes socials, o s'entenia el fet de tenir un web com un bé accessori, per la qual cosa semblava un avantatge el fet d'avançar-se a la creació de perfils o webs.

En canvi, actualment, l'anomenada economia de la visibilitat es troba altament saturada per massa oferta, i el fet de trobar-se en les primeres posicions de cercadors generals o locals de les pròpies xarxes socials ja no és tan senzill. Al llarg de les dues sessions, les crítiques a la capacitat del finançament col·lectiu de substituir o igualar-se a la del finançament públic o privat més clàssic han estat presents, i la mirada estratègica sobre aquests tipus d'eines és diferent i més moderada.

La visibilitat i l'atenció en entorns digitals i no digitals han estat altres temes d'importància econòmica —no monetària, però sí clau per a la producció i la reproducció a diversos nivells dels projectes—, en què, juntament amb la importància reiterada en les sessions sobre l'abast dels públics que són susceptibles de donar suport als projectes —econòmicament o en altres tipus de relacions—, s'ha fet patent la dificultat que hi ha avui dia d'arribar a aquestes persones que són susceptibles d'esdevenir públic, malgrat que amb Internet els costos de tenir una primera veu s'hagin reduït.

A això, s'hi afegeix que, malgrat els clams de fa uns anys d'una suposada facilitat per escalar, competir o coexistir amb projectes petits amb miríades d'altres projectes petits en el context de les economies digitals, actualment, això ha desaparegut i els espais econòmics o els mercats han quedat, cada cop, en menys mans. Filmin o Lektu, ambdós plataformes, una de l'àmbit audiovisual, i Lektu de l'editorial, i Mantis Lab, productora que indefectiblement està vinculada al món de les indústries pornogràfiques, detectaven, en comú, que aquesta tendència —caracteritzada, a tall d'exemple, per les GAFAM, és a dir, Google, Amazon, Facebook, Apple, Microsoft— els deixava cada vegada menys espai d'escalabilitat de manera directa o indirecta. Fins i tot, com es detectava des de les grans productores de la indústria pornogràfica, imitaven i mimetitzaven continguts estèticament feministes, o en compraven a petites productores els drets, per a la captura d'aquests nous nínxols, de manera que es desprotegia la competència o la generació orgànica de petits productors.

Entre altres tendències que s'havien destacat anys enrere, es veu un cert grau de maduració i relativització d'alguns booms com ara la cultura lliure. Alguns dels projectes que participaven en les sessions tenien més de deu anys i van ser participants o van rebre influència dels moviments que entre el 2008 i el 2011 es van donar a la ciutat, i a nivell de xarxa. Projectes com ara Filmin, Hamaca Online o el Fab Lab han seguit cursos diferents i han evolucionat en les pràctiques i formes de generació d'alguns tipus de rendibilitat, i, en el primer i el segon cas, sembla que han moderat o obert mirades a noves possibilitats.

Un problema comú entre molts dels participants va ser la dificultat de diferenciar-se en diferents nivells de l'industrial i les grans indústries, tant per motius econòmics o de posicionament diferencial en relació amb l'esmentat, com per motius polítics o de valors culturals, en què molts d'ells veuen una tensió que existeix en el fet d'haver d'imitar o relaxar continguts cap a valors més *mainstream* o populars.



# PÍNDOLES D'INNOVACIÓ CULTURAL I ECONÒMICA A BARCELONA

6

És interessant l'aprofundiment en algunes transformacions culturals i econòmiques que hi ha hagut durant els darrers anys a Barcelona per tal de tenir una visió més panoràmica dels canvis en el sector cultural. Per aquest motiu, hem demanat a persones expertes en diversos àmbits que elaborin uns textos, unes píndoles de coneixement per tal de situar els destinataris del present informe en la dimensió d'aquestes transformacions específiques.

En primer lloc, el text d'en Marco Berlinguer, doctorat per l'IGOP-UAB i especialista en la producció i les economies procomú digitals, ens parla de les comunitats de producció de programari lliure i obert, models que inspiren o que s'hibriden amb entorns socioeconòmics molt diversos i que poden haver influït en l'entorn cultural.

En segon lloc, Elisabet Roselló explora l'anomenat moviment *maker* i la fabricació digital, un dels models econòmics vinculats a les iniciatives emergents i la situació actual a Barcelona.

La tercera píndola, de l'Enric Senabre, doctorand al grup de recerca Dimmons, tracta d'un nou mètode de finançament: el *matchfunding* —un híbrid entre el finançament públic i el finançament col·lectiu—, i mostra la plataforma Goteo com a estudi de cas.

En quart lloc, presentem un text de Susana Martín, economista, autora i investigadora en teoria monetària i sistemes de moneda social i complementària, vinculada a NOVACT. La seva píndola explora el concepte de la moneda social complementària (MSC) i la seva vinculació amb la producció de procomuns, amb una breu revisió d'alguns casos destacats d'arreu del món.

Finalment, exposem la píndola d'en Marc Rocas, professor associat d'Strategic Management a la Universitat de Barcelona, professor col·laborador del programa Study Abroad a la Fundació UAB i doctorand al grup de recerca Dimmons. El seu text ens introdueix al nou món de la cadena de blocs o *blockchain*, incloses les criptomonedes, i vincula aquest àmbit amb el de la cultura.

130

## EL FLOSS: UN NOU MODEL PRODUCTIU (MARCO BERLINGUER)

### 6.1.

Si fem un cop d'ull a l'ecosistema del programari lliure i de codi obert —des d'ara, FLOSS—, a dia d'avui, el panorama dista molt de les seves sorprenents albors, quan les formes més innovadores de producció de FLOSS van sorgir als anys noranta, en comunitats en gran part informals i gairebé basades íntegrament en el treball col·laboratiu voluntari.

Aquests projectes, de manera crucial, van experimentar noves llicències, que revertien el principi d'exclusivitat imposat pels drets de propietat intel·lectual, com ara un nou i sorprenent ancoratge institucional al voltant del qual es van organitzar comunitats disperses de desenvolupadors autònoms (Steven Weber, 2004). Aquestes característiques i l'èxit d'aquestes iniciatives van estimular una onada d'estudis que van investigar, principalment, les motivacions dels desenvolupadors, en absència d'incentius monetaris directes, i els models de govern i organització d'aquests projectes, en unes condicions en què no existia la possibilitat d'exercir un comandament jeràrquic directe.

131

Mirant aquestes experiències, Yochai Benkler va suggerir que estàvem observant el sorgiment d'un tercer model de producció, diferent del mercat i l'esfera publicoinstitucional, que va batejar com a «producció entre parells basada en els bens comuns» (Yochai Benkler, 2006). Des de llavors, aquest model productiu ha demostrat ser extremadament potent en la producció digital, informacional i en xarxa. S'ha anat difonent de manera viral, i ha transformat profundament la indústria del programari. També ha inspirat, però, amb la seva filosofia oberta i col·laborativa, i els seus principis bàsics, una onada d'innovacions en la producció de continguts, coneixements, art, educació —Creative Commons—, ciència —*open science, open access*—, dades —*open data*— i, fins i tot, infraestructures —xarxes comunitàries—, manufactura —*open manufacturing, open hardware*— i pràctiques de govern —*open government*.

En termes generals, aquest creixement espectacular del FLOSS qüestiona les polítiques que s'han mogut en les últimes dues dècades de manera unidireccional cap a una major adherència de la propietat intel·lectual. I, més aviat, és un testimoni del paper que nous tipus de bens comuns estan exercint, cada vegada més, en les economies d'informació i xarxes.

Els models comunitaris originaris continuen existint i continuen essent una font de solucions innovadores i un laboratori de noves formes d'organització de la producció. Sovint, aquests projectes contribueixen a proporcionar recursos i blocs crítics de les infraestructures que sustenten els sistemes globals de comunicació i l'economia digital. De vegades, també s'enfronten a problemes de precarietat i falta de recursos, i exhibeixen les distorsions i explotacions oportunistes que caracteritzen, en certs casos, aquestes formes de producció basades en bens comuns i que encara no són adequadament reconegudes ni enfortides per les polítiques públiques i el marc institucional existent, ni en reben el suport<sup>14</sup>.

132

#### DES DE LES COMUNITATS ALS MODELS DE NEGOCI OBERTS

No obstant, com dèiem, l'ecosistema FLOSS ha evolucionat molt. El creixement espectacular del FLOSS també ha tingut lloc —i cada vegada més en aquests últims anys— per la potent participació d'empreses en el seu ús i desenvolupament. Al principi, aquesta participació s'ha vist com una cosa paradoxal, atès que el FLOSS, com que, en principi, és lliurement accessible, reutilitzable i modificable, no pot ser directament comercialitzat. Tot i això, l'ús i el desenvolupament del FLOSS ha entrat amb força a les estratègies de moltes empreses i s'ha mostrat com una eina potent per a qüestions com ara la reducció de costos, l'acceleració d'innovacions, la generació d'ecosistemes sinèrgics o, també, les estratègies disruptives de redisseny de mercats sencers i indústries.

14 Ho ha mostrat de manera emblemàtica un cas recent. A OpenSSL, una implementació de seguretat de codi obert utilitzada per moltíssimes organitzacions, s'hi va trobar, el 2014, una fallada crítica que, s'ha estimat, feia vulnerables gairebé el 20% dels servidors suposadament segurs en el web. De sobte, totes les organitzacions

que havien utilitzat el recurs sense preocupar-se'n de la producció ni el manteniment, es van adonar que aquesta implementació tan crítica estava desenvolupada per un petit grup de voluntaris, apassionats però també estressats i exhausts, que, des de 1998, l'havien anat desenvolupant gairebé sense pressupost.

La trajectòria de Linux és un clar exemple d'aquesta evolució. Durant molt temps, Linux ha estat considerat com el paladí del model voluntari de producció. A dia d'avui, però, més del 80% del seu desenvolupament està assegurat pels empleats de centenars d'empreses, com ara IBM, Samsung, Intel, Xarxa Hat, Google o Facebook, entre d'altres —Linux Kernel Development Report, 2016.

Fins a cert punt, podem, fins i tot, argumentar que el FLOSS s'està tornant hegemònic en la producció de programari. Una pista n'és la recent campanya de Microsoft, que, sota el lema *Microsoft loves Linux*, està intentant canviar la seva imatge i acreditar-se com una empresa amiga del programari lliure —*FLOSS-friendly*. Tanmateix, es poden trobar evidències més substancials en el fet que les plataformes més populars per al desenvolupament de programari han incorporat la lògica de la bifurcació (*fork*) —és a dir, la possibilitat de clonar el programari—, que ha servit, inicialment, com una eina en mans de les comunitats per al manteniment responsable del lideratge del projecte o per a la resolució de conflictes interns —com a mecanisme ordinari que simplement facilita el desenvolupament paral·lel de fluxos de treball sobre el mateix programa.

133

Encara més significativa és la tendència creixent de les empreses més innovadores —especialment els gegants de la Web— de llançar projectes FLOSS a les fronteres més avançades de la innovació —a tall d'exemple, i entre molts: Open Compute, llançat per Facebook en la indústria dels centres de processament de dades, i Open AI, llançada per Elon Musk, en el camp de la intel·ligència artificial.

L'ecosistema d'empreses que participen en projectes FLOSS és extremadament variat. Des de fa temps, s'han anat identificant els patrons dels models de negoci oberts, que és com s'han anomenat fins ara els models de negocis sorgits al voltant del FLOSS. En certa manera, podem pensar que aquests models es basen en un sistema de dos nivells, que s'organitza segons dues lògiques: per una banda, un bé comú com a base compartida —que no pot ser apropiat de manera exclusiva; i, per una altra, diferents mercats que es generen per sobre seu.

Aquests mercats es poden crear al voltant de la venda de serveis, suport, certificacions, distribucions empaquetades, etc., mentre que altres models es basen en el desenvolupament d'ofertes *freemium*, en el solapament del FLOSS amb programari propietari o en la integració del programari en productes complementaris.

Probablement, però, la raó més important darrere la difusió del FLOSS entre les empreses és que la majoria d'aquestes empreses són usuàries i no pas venedores de programari. Per a aquestes empreses, el programari és una infraestructura, i la dependència d'un recurs que es comparteix, es desenvolupa i es manté en col·laboració amb moltes altres empreses, els proporciona molts avantatges en termes de reducció de costos i riscos. A més a més, com passa en moltes infraestructures del nou paradigma informacional, el programari necessita contínuament l'adaptació i integració amb altres sistemes, en un entorn complex i molt dinàmic. Això ha mostrat progressivament els perills, debilitats i problemes de viabilitat de solucions tancades, aïllades i privades.

134

#### LA HIBRIDACIÓ ENTRE BENS COMUNS I MERCATS

En termes generals, es pot dir que aquests hibridismes entre bens comuns i mercats mostren la coexistència de règims mixtos de producció de valor. I, al voltant d'aquestes noves organitzacions productives i formes de propietat, s'hi estan experimentant moltes innovacions en governança, regulació, models de sostenibilitat o, inclús, sistemes de reconeixement de valor.

No obstant això, els models que sostenen aquest hibridisme entre els bens comuns i l'explotació comercial poden variar significativament, ja que poden estar més o menys controlats per empreses individuals —o grups tancats de poques empreses—, i ser més o menys explotadors en relació amb les comunitats d'usuaris i desenvolupadors que aquests projectes intenten atreure i mantenir al seu entorn.

Algunes configuracions —com ara la de Linux— poden veure's com a formes de col·laboració que resolen de manera innovadora els dilemes relacionats amb la producció de bens públics i infraestructures comunes. En altres casos, aquests models es poden utilitzar, més aviat, per a la configuració de noves formes de concentració de valor i poder. Un cas exemplar d'aquest segon tipus és, possiblement, el d'Android: a través de la seva introducció, Google ha desmercantilitzat el siste-

ma operatiu a la indústria del mòbil per tal d'impulsar-ne l'adopció per un ampli ecosistema d'actors. D'aquesta manera, ha aconseguit la protecció i l'expansió de la posició dominant dels seus serveis web i, al mateix temps, dels seus punts de captura de valor, que se centren en la recopilació de dades generades pels usuaris i la venda d'anuncis en línia. Per tant, l'expansió del FLOSS al mercat avança amb les seves pròpies ambigüitats i contradiccions i genera nous desafiaments.

#### EL RETARD EN LES POLÍTIQUES PÚBLIQUES

Tot això, també, deixa albirar un camp molt ampli i encara poc explorat d'innovació per a les polítiques públiques, ja que l'actor públic, paradoxalment, s'ha quedat més endarrerit respecte del mercat a l'hora d'articular-se amb aquestes novetats. No és que hagin mancat programes públics de suport a projectes FLOSS, sinó que n'hi ha hagut a molts nivells: a tall d'exemple, a la Unió Europea, a la ciutat de Munich, al govern del Regne Unit o al govern del Brasil, per citar-ne només uns pocs casos. Més aviat, són centenars els programes o projectes que actors públics també han anat impulsant i que, en el seu conjunt, han contribuït a la creació de condicions cada vegada més favorables a l'afirmació del FLOSS com a solució viable.

135

Hi ha moltes raons que justifiquen que l'actor públic prefereixi el desenvolupament o l'ús del FLOSS, com ara per al finançament de nous projectes i les compres i les funcions pròpies de les administracions públiques, atès que, almenys en teoria, el FLOSS promet molts avantatges: una reducció de costos, un ús —i *reús*— més racional i eficient dels propis recursos, la ruptura de dependències tecnològiques i econòmiques de pocs oligopolis, la transparència en els codis, o un impacte positiu i democratitzador sobre les oportunitats d'innovació que proporciona al conjunt de la societat.

No obstant això, sorprenentment, no tenim cap estudi sistemàtic sobre aquestes iniciatives d'actors públics ni sobre els seus resultats —entre els quals, per la poca informació que es té de forma anecdòtica, no falten fracassos. I, en el seu conjunt, fan l'efecte d'un cúmul d'iniciatives bastant escampades, puntuals i fragmentades. Segurament, l'actor públic ha quedat endarrerit en l'adopció del FLOSS i, a més a més, ha mostrat més dificultat —respecte del mercat— a l'hora d'hibridar-se amb aquestes noves formes obertes i col·laboratives de producció.

Sobretot, no sabem gairebé res en termes de nous tipus de polítiques públiques, industrials i macroeconòmiques aplicades a aquests models productius. Així mateix, la manera en què s'ha de modular, en el nou paradigma informacional, els bens comuns digitals emergents amb les pràctiques pròpies del mercat i amb les funcions de l'estat, encara està més que insuficientment explorat, inclús pràcticament ignorat.

### BARCELONA COM A LABORATORI EXPERIMENTAL

Barcelona, des de fa temps, s'ha posicionat de manera destacada sobre aquesta frontera d'innovació que proporciona el model de bens comuns digitals, del qual el FLOSS constitueix el cas més madur i consolidat. Dels seus entorns d'innovació tecnològica, social i econòmica, n'han sorgit projectes d'avantguarda, com ara Guifi.net, Goteo, Fab Lab, esdeveniments internacionals, com ara Free Culture Forum, Procomun, OuiShare Fest, o grups de recerca especialitzats, com ara Dimmons a la UOC i IGOP a la UAB.

136 Aquest teixit ha trobat en el nou govern de l'Ajuntament de Barcelona un interlocutor amb qui prendre's seriosament la possibilitat que el FLOSS i el model més general dels bens comuns digitals pugui oferir, per a una ciutat com Barcelona i el seu ecosistema productiu, una base per a una caracterització i especialització territorial original, en l'actual canvi de paradigma productiu.

El 2016, durant l'esdeveniment Fòrum d'Economies Col·laboratives Procomuns, es van recollir més de cent propostes d'innovació en les polítiques públiques de la ciutat, des de la perspectiva d'una *economia col·laborativa procomú*. I, des de llavors, aquest diàleg amb l'Ajuntament ha generat diverses iniciatives, com, per exemple, la constitució del grup BarCola (Barcelona Col·laborativa), el treball de mapatge d'actors locals del Free Knowledge Institute, l'estudi de l'IGOP-UAB sobre l'*Smart City Expo World Congress*, o la creació de la Comunificadora —una original incubadora d'empreses *start up*.

La institució d'un comissionat específic per a les polítiques digitals ha estat una altra etapa important i que ha permès la definició d'un Pla Digital amb polítiques que donen un fort suport al FLOSS i a l'adopció d'estàndards oberts, ja sigui en les compres públiques, en les inversions en desenvolupament de nou

programari o en la migració de les funcions administratives cap a l'ús més ampli possible de solucions de programari lliure.

A més a més, el Pla Digital també ha ofert una visió política original —amb el prisma de la sobirania tecnològica— amb què es puguin enfocar les polítiques tecnològiques i sospesar els efectes democràtics i nous terrenys d'experimentació, al voltant d'un renovat paper de l'actor públic que, entre altres temes, ha començat a tractar el gran tema del control i la propietat de les dades —que s'ha enfocat a través del mateix paradigma dels bens comuns o *data commons*.

Evidentment, una mirada centrada en aquestes noves formes productives proposa innovacions i desafiaments en qüestions com, a tall d'exemple —i entre moltes altres—, la regulació, la promoció d'empreses, els models de finançament i sostenibilitat, o les polítiques digitals, qüestions que, per altra banda, ja sigui per escala, grandària o competències transcendeixen la dimensió local i els poders d'un ajuntament.

137 Com sigui, encara que les accions que s'han dut a terme fins ara siguin limitades i embrionàries, el seu conjunt contribueix a l'enfortiment de la posició de Barcelona com una experiència capdavantera a nivell internacional, en l'experimentació d'una original articulació de polítiques públiques aplicades a aquest model d'innovació tecnològica, social i econòmica.

### ALGUNES PISTES PER CONTINUAR AVANÇANT

Els temes i les àrees d'acció potencials són nombrosos. Sense pretendre arribar a ser exhaustius, a partir de les primeres accions que s'han dut a terme, es poden destacar tres àmbits d'actuació.

En primer lloc: el mapatge. *Mapatge* és una paraula important en l'economia informacional. No es refereix tant al mapatge físic, sinó a un treball de representació —i construcció— de mons, amb les seves coordenades i els sistemes de relacions, a través de la recollida, la selecció i el processament d'informacions. En aquests dos anys, s'han començat a fer primers treballs de mapatge de l'ecosistema dels actors que es mouen al voltant del FLOSS a Barcelona.

Aquests mapes ens restitueixen una imatge plural i vivaç dels actors que es mouen en el territori: en primer lloc, unes poques empreses transnacionals, com ara la nouvinguda ThoughtWorks, i una tipologia variada d'empreses locals, com ara Opentrends, TechIDEAS i Trovit, que desenvolupen FLOSS; en segon lloc, diverses comunitats, algunes de les quals són més estructurades, com ara Drupal, Debian i KDE, i, d'altres, són grups molt informals —els grups MeetUp de Barcelona, a tall d'exemple, són de vegades la millor manera de tenir una idea del que s'està movent en aquests entorns; en tercer lloc, alguns intermitents cursos universitaris específics, com ara els de la UPC o la UOC; i, finalment, alguns intents amb poc recorregut d'organització del sector empresarial FLOSS —Associació d'empreses CatPL— o d'organització d'una distribució de Linux per a les escoles catalanes —Linkat.

No obstant això, aquest coneixement encara és molt limitat i, també, ens genera la impressió d'un món fragmentat i poc estructurat. D'altra banda, aquesta absència de cens i escassa visibilitat del FLOSS no és una condició exclusiva de Barcelona, sinó que és bastant universal. Aquest fet, en part, s'explica per la falta de reconeixement institucional que encara pateixen aquestes pràctiques i ecosistemes productius, i, alhora, reflecteix una feble estructuració interna d'aquest món, que possiblement depèn de les seves característiques —i debilitats— estructurals.

En tot cas, l'ampliació d'aquest coneixement, mapatge i un sistema de visibilització —i, fins i tot, de noves metodologies per tal de fer-ho— és un treball indispensable per al desenvolupament sobre la seva base, i en paral·lel, d'un sistema d'informació i coneixement sobre aquestes pràctiques i ecosistemes productius, l'estructuració de polítiques i serveis, el foment de connexions, col·laboracions, i sinergies internes i amb altres sectors.

L'aprofitament de sinergies o externalitats positives és una altra estratègia sovint molt important en l'economia informacional en xarxa. Una aplicació d'aquest principi pot ser un segon tema que s'ha vingut explorant en aquests dos anys: l'ús com a palanca dels esdeveniments internacionals que sustenten un posicionament important de la ciutat de Barcelona a les xarxes de la indústria tecnològica global.

Un exemple d'això, l'ofereix l'Smart City Expo World Congress (SCEWC), un esdeveniment que gira al voltant del mercat global de la ciutat intel·ligent i en

el qual s'han fet inversions importants, públiques i privades, i que atreu a Barcelona representants de centenars de ciutats, empreses, experts i professionals de la indústria. L'aprofitament d'una plataforma com el congrés SCEWC i les oportunitats que ofereix per a l'atracció de projectes FLOSS calibrats sobre l'ecosistema local, pot economitza costos i maximitza sinergies i beneficis, i, a més a més, pot oferir una saba nova i necessària a una idea —la de l'*Smart City*— que ho necessita. L'objectiu podria ser el desenvolupament d'una política activa d'atracció de projectes internacionals que es basin en tecnologies obertes i col·laboratives, i, d'aquesta manera, que s'alimenti el creixement en l'ecosistema local de competències, relacions, pràctiques i capacitats tècniques, jurídiques, de governança i de gestió econòmica relacionades amb aquests models FLOSS.

En fi, altres conceptes importants en l'economia informacional i en xarxa són els de *massa crítica* i *ecosistemes*. L'èxit de moltes infraestructures, plataformes i sistemes de desenvolupament de programari depèn de l'agregació, al seu voltant, d'amplis ecosistemes d'usuaris i desenvolupadors de serveis i productes complementaris. Aquesta escala, una ciutat aïllada no la posseeix. L'actor públic, de per si, no pot substituir o suplir aquesta complexitat i pluralitat dels actors que s'hi han d'involucrar.

Una estratègia per a la potenciació del paper de les ciutats, sobre la qual s'està reflexionant des fa temps —i no solament en aquest àmbit— versa sobre la construcció de xarxes de ciutats. Tot i així, per molt paradoxal que sigui, sabem que la cooperació entre actors públics és, sovint, molt difícil. En aquets sentit, Barcelona ha desenvolupat dos projectes interessants: Sentilo i Decidim, que són dues plataformes FLOSS —una per a dades i IoT, i, una altra, per a processos participatius— sobre les quals s'estan experimentant formes de cooperació, coproducció i desenvolupament compartit entre diferents ciutats. Alhora, s'està intentant agregar al seu al voltant un ecosistema de desenvolupadors de noves funcionalitats i aplicacions.

Probablement, en el desenvolupament d'aquesta capacitat de cooperació públic-públic —entre diverses administracions públiques— i en l'agregació al seu voltant d'amplis ecosistemes i mercats, s'hi troba la palanca desaproveitada més potent per tal d'aconseguir l'expressió del potencial inexpressat dels actors públics en aquestes noves formes de producció.

# ECONOMIES MAKER: DE LA FABRICACIÓ DIGITAL I CONVERGÈNCIES AMB CULTURA

(ELISABET ROSELLÓ)

## 6.2.

### INTRODUCCIÓ

Per a la creació i, sobretot, producció i reproducció de cultura, sigui quina en sigui la naturalesa, calen un conjunt de realitats materials i recursos per tal de fer-la possible, i un context sociopolític que en permeti la prosperitat i que generi un encaix de les idees que donen sostenibilitat a un tipus de cultura específic. En moments de tensions socials de diversa naturalesa emergeixen nous canvis i tendències, entenent tendència no en un sentit especulatiu o des d'una perspectiva mediàtica oclusiva, sinó com a qualsevol transformació, moviment o corrent humà que té algun tipus de dinàmica al llarg del temps.

Que les formes de producció en cultura o que els tipus de mitjans de comunicació i reproducció estan canviant no és cap novetat. Però si bé s'ha pogut arribar a dividir l'anàlisi de la producció tradicional, fora de línia, respecte de les noves formes de producció de cultura i art digitals, inclosa la producció de caire industrial, com ara el sector del videojoc, en el moment en què les línies divisòries en línia-fora de línia, digital-no digital s'estan diluint —el que es coneix com a postdigitalitat (Florian Cramer 2013 i Nicholas Negroponte 1998)—, algunes pràctiques productives i reproductives es barregen, es transvasen o n'apareixen de noves. És a dir, ja no té cap sentit la separació en línia i fora de línia, cultura digital respecte de cultura no-digital, o economia “normal” de l'economia digital.

En aquest sentit, enmig d'aquesta transformació, diguem-ne postdigital, el moviment *maker* i la fabricació digital són els paradigmes principals que es fan servir. No es tracta només de corrents o tendències vinculats a una continuïtat o reconversió de la industrialització o la producció lligada a un sector secundari

classicista. En aquests nous corrents, la convergència amb el sector creatiu, les pràctiques de recerca científiques i l'I+D continu, juntament amb pràctiques artístiques, són clau per tal d'intuir que, darrere d'aquests moviments o noves formes de producció, hi ha quelcom més que una mera resposta a necessitats econòmiques estrictes.

En aquesta píndola proposem un apropament als matisos de l'anomenat moviment *maker* i, sobretot, a les tendències emergents que ha catalitzat aquest moviment i que estan vinculades a noves formes de producció i de trobada de models de sostenibilitat material i econòmica.

### FABRICACIÓ DIGITAL I FAB LABS

Els processos de disseny i monitorització digital per a la fabricació i producció d'objectes físics es remunta a algunes dècades enrere, des de l'aparició de programaris CAD (Computer-Aided Design), fins a l'aparició de les impressores 3D als anys vuitanta. Tanmateix, l'explosió d'aquestes tecnologies —impressores 3D, talladores làser, termoformatores, fresadores, etc.— que s'ha vist en els darrers anys té a veure amb l'emergència d'iniciatives de codi o disseny obert de la darrera dècada, en què destaca, entre d'altres, el projecte RepRap —des de 2004— i la impressora 3D autoreplicable oberta, que han permès l'abaratiment d'aquestes eines, juntament amb l'aparició de recursos formatius a molt baix cost —tutorials en línia, manuals digitals i revistes divulgatives, etc.—. Tot i així, va ser especialment a partir de la dècada del 2000 que les comunitats de maquinari obert van emergir a l'entorn d'iniciatives semiprivades, especialment *start-ups*, en què destaca *Makerbot*, que van llançar una altra de les primeres impressores 3D de codi o disseny obert: la Cupcake CNC (2009). Per aquest tipus d'empreses i organitzacions, el fet d'operar des de lògiques d'una comunitat per a la generació de *crowdsourcing* d'innovació oberta és clau, o almenys ho va ser (Jan-Peter Ferdinand, Ulrich Petschow i Sascha Dickel, 2016). Comunitats des de les quals es puguin generar els fonaments de la tecnologia i el maquinari obert, fins al desenvolupament i la correcció de millores i errors sorgits. És a dir, part de la producció recau, o requeia, directament o indirectament sobre comunitats o agents semiorganitzats i externalitzats.

Paral·lelament, també en la darrera dècada, es va experimentar una nova manera d'abordar la superació de la divisió digital-tangible. En aquest sentit, va ser clau el Center for Bits and Atoms del Media Lab del MIT (2001). Va ser en aquest espai on es va impulsar el programa dels Fabrication Laboratories, o com comunament els coneixem, els Fab Labs (2001), per a l'experimentació des de paradigmes més transdisciplinaris en l'ús d'eines i maquinari de fabricació digital de manera distribuïda o bé descentralitzada, amb la voluntat de voler superar el marc convencional de la producció industrial centralitzada i massiva.

Els Fab Labs, que, actualment, superen els 1.200 exemplars arreu del món (Fablabs.io, 2017), es defineixen com “una xarxa global de laboratoris locals, que permeten la invenció a través de l'accés a eines per a la fabricació digital” (Fab Foundation, 2017). S'ha d'entendre *xarxa* tant en un sentit de marca com en un sentit, sobretot, operacional, en què es comparteixen coneixement, dissenys, suport i assessorament, entre d'altres. Els espais, de per si, es defineixen com “una plataforma tècnica per a la innovació i la invenció, que proveeixen d'estímul l'emprenedoria local. Un Fab Lab també és una plataforma per a l'aprenentatge i la innovació: un lloc per jugar, crear i aprendre, ensenyar, inventar” (Fablabs.io, 2017).

El model econòmic dels Fab Labs és molt diversificat. Hi ha Fab Labs que són *makerspaces* o tallers impulsats des dels *grassroots* o moviments de base —associacions d'aficionats i activistes tecnològics, cotreball de creadors, etc.— per universitats i entitats educatives com a espai per a l'aprenentatge i la investigació, fundacions, o, fins i tot, per a aliances d'empreses.

Els requisits bàsics per tal de poder engegar un Fab Lab amb nom compartit de manera llicenciada són:

- ~ Proveïment d'accés públic a aquest espai, sense que importin els modes i els mètodes. Aquest accés públic es pot fer mitjançant programes educatius, convocatòries obertes per al conjunt de membres, esdeveniments, etc. Originalment, es proposa, també, que hi hagi algun moment a la setmana enfocat a procurar l'accés públic d'aquelles persones que ho vulguin.

- ~ Seguiment i acceptació de les directrius del Fab Charter<sup>15</sup>, que, resumidament, són unes normes bàsiques i comunes a l'entorn de la seguretat, del tipus d'activitat comercial que s'hi permet per a la rebuda de llicència de Fab Lab oficial, o dels tipus d'accés i propietat de les invencions i recursos desenvolupats
- ~ Proveïment d'un mínim de maquinari —que recomanen des de la Fab Foundation<sup>16</sup>— perquè les persones que utilitzin o comparteixin l'espai puguin fer-ne ús. Usualment, se sol recomanar que gran part de les eines i del maquinari sigui de codi obert de manera informal i tàcita, o, fins i tot, que sigui implícit tant en les condicions que impliquen la compartició dels resultats, com en certs tipus d'eines com ara impressores 3D *open source*.
- ~ Proveïment de protocols i recursos de coneixement i dades compartides.
- ~ Participació en la xarxa Fab Lab network global.

El fet d'engegar un espai d'aquestes característiques implica, per tant, la necessitat d'un finançament prou important i uns tipus de coneixements i processos específics. Segons Menichenelli i Fab Lab Iceland (2011), existeixen quatre tipus de models de negoci específics en els Fab Labs, els quals es caracteritzen per la missió o propòsit específics de cada Fab lab i pel tipus de serveis a través dels quals generen els ingressos, ja siguin directament emergents d'aquesta missió-propòsit o producte principal, com si són serveis o productes derivats de la seva missió-propòsit principal —*shifting* o serveis/productes derivats, una fórmula característica i original de les economies del programari i maquinari obert. Traduint textualment de la seva publicació original a la pàgina de P2P-Value, i havent-hi afegit alguns aclariments, aquests models de negoci són:

- ~ El de tipus *facilitador*: catalitza l'emergència de nous *labs* i espais de recerca, o bé proveeix altres Fab Labs de serveis de manteniment, de cadena de subministrament o de serveis en general. És a dir, podrien dir-se també *proveïdors*.

15 Vegeu la pàgina web de Fab Central MIT'S Center of Bits and Atoms website: <http://fab.cba.mit.edu/about/charter>.

16 Fab Lab Foundation, 2017: <https://www.fablabs.io/labs>



- ~ L'Educador: un model distribuït i global d'educació a través dels Fab Labs —sota la plataforma Fab Academy—, en què els experts globals en matèries particulars poden ensenyar des dels Fab Labs locals, i des d'universitats i negocis mitjançant la xarxa interna de videoconferències dels Fab Labs. L'ensenyança P2P entre el usuaris d'aquesta xarxa també forma part del seu model de negoci.
- ~ La Incubadora: proveeix d'infraestructura els emprenedors locals per a la conversió de les seves creacions en negocis sostenibles. La incubadora proveeix tant d'infraestructura administrativa, de promoció i màrqueting, capital llavor i de l'impuls de la pròpia xarxa Fab Lab, com d'altra infraestructura empresarial perquè es permeti que l'emprenedor pugui concentrar-se en les seves àrees d'experiència.
- ~ El Replicador/Xarxa: en aquest cas, el generador d'ingressos és un producte, servei o currículum que s'opera mitjançant la infraestructura, el personal i els coneixements d'un Fab Lab local concret. Aquests productes o oportunitats poden ser replicats, venuts i executats en molts o tots el Fab Labs de la xarxa, amb ingressos sostenibles a cada ubicació. Alhora, i com a aspecte clau perquè aquest model funcioni, l'impuls de la promoció i la distribució que fa tota la xarxa de Labs que hi participen, li dona una major força i abast al negoci del producte, servei o currículum.

144

Actualment, es poden trobar Fab Labs grans que combinen diversos d'aquests models amb mecanismes de generació d'ingressos, com podria ser el cas del Fab Lab Barcelona, que en combina, com a mínim, dos o tres dels que s'han mencionat més amunt: l'Educador, amb els serveis i l'oferta de formació i programes formatius que ofereixen, juntament amb la Incubadora, però per a projectes de caire europeu o de recerca.

#### MOVIMENT MAKER

El moviment *maker*, de difícil consens pel que fa a la seva definició, es tracta d'un conjunt de microtendències i corrents culturals en què bastants practicants solen autoidentificar-se com a *makers* o *hacedores* (A. Mestres, M. Hinojos, Massimo Menichinelli i d'altres, 2017), i que és fruit d'una convergència de reaccions, re-

flexions i experimentacions originals, de farà ara una dècada, sobre els modes de treball a l'era digital, la conciliació i l'equilibri entre un treball poc motivador i molt alienant en un context postindustrial, i també sobre l'autosuficiència material i la sostenibilitat ambiental, una crítica al model consumista i/o a la producció industrial d'objectes de baixa qualitat, fet que ha afavorit una mena de *revival* dels valors romàntics del moviment *Arts&Crafts*. Finalment, el moviment *maker* no s'explicaria sense la convergència, forta, amb els moviments *hacker* i FLOSS, en què els tallers *hackerspace* evolucionarien, posteriorment, als *makerspace*.

El moviment *maker*, sovint, s'havia caracteritzat pel fet d'autodefinir-se com a moviment que promou, en primer lloc, la sobirania creativa i tecnològica així; en segon lloc, la proactivitat —el *Do It Yourself* o *Fes-ho tu mateixa*; en tercer lloc, l'abandonament de la idea del geni emprenedor solitari a favor del poder del col·lectiu —el DIWO, *Do It With Others* o *Fes-ho amb altres*; en quart lloc, la compartició de dissenys, coneixements i processos en línia i fora de línia; i, finalment, l'autogestió comunitària en espais físicodigitals —tallers *maker* que tenen suport d'eines i plataformes digitals, per exemple. Segons un dels textos més difosos, el *The Maker Manifesto* de Mark Hatch (2013), els fonaments d'aquest moviment són: en primer lloc, la proactivitat a l'hora de fer; en segon lloc, la compartició tant fora de línia amb altres membres i creadors com en línia amb una postura afi al FLOSS; en tercer lloc, el regal, la cessió de coses, com ara dissenys, coneixement, material, etc., per a la promoció de lògiques aparentment no lucratives; en quart lloc, l'aprenentatge continu, que, usualment, es basa en els processos creatius —*Learn by doing*; en cinquè lloc, el fet d'equipar-se correctament amb les eines mínimes i necessàries; en sisè lloc, el joc o l'actuació amb una lògica que no tingui por als errors i que sigui constructiva; en setè lloc, la participació, entesa com el fet d'implicar-se amb altres creadors o *makers* en diferents nivells de participació i col·laboració; i, per últim, donar suport a altres creadors i promotors des d'una perspectiva microeconòmica per a la generació de teixits econòmics o creatius.

145

Des d'un punt de vista teòric, el moviment *maker* es presentava com una mena d'extensió mutada del moviment FLOSS estimulat per les noves eines i equipaments de la fabricació digital, en un moment en què s'explorava per primera

vegada el concepte de l'*open hardware* o maquinari obert. Tot i així, a mesura que s'entrava en aquesta dècada, han anat sorgint diverses lectures sobre aquest moviment.

Si bé podria presentar-se com un corrent afí a moviments d'esquerres, políticament parlant, part de les seves bases nord-americanes procedeixen del liberalisme i el llibertarisme californià o tecnocapitalisme, sota la influència de personalitats com ara Dale Dougherty —encunyador del moviment *maker* i fundador de la revista *Make Magazine* i el *Make Media*, que organitzen i llicencien els festivals *Maker Faire*—, Tim O'Reilly —O'Reilly Media i *Web 2.0 Summit*—, o Chris Anderson —exeditor en cap de *Wired* i teòric de l'economia digital—, entre d'altres.

El *maker*, després que a principis de la primera dècada del 2000 tingués molta repercussió en els mitjans tecnològics de parla anglesa, va especular-se com el paradigma del futur del treball (Chris Anderson, 2012) en tant que acollia una transformació de la figura retòrica de l'emprenedor schumpeterià: la seva manera de fer, de treballar, de crear i de ser proactivament creatiu, atrevit a l'hora d'inventar i cometre errors, emfasitzava totes les qualitats ideals d'aquest schumpeterianisme idealitzat. Dit altrament, especialment en els darrers cinc o set anys, s'ha promocionat el *maker* com a figura d'un emprenedor valent que no té por a l'error, que també li apassiona la tecnologia en el seu temps lliure, i que estant en comunitat pot accelerar la creativitat i la innovació disruptiva.

Resumint, el moviment *maker* mai s'ha sotmès a un esforç intern d'autodefinició, en què el consens ha imposat que la caracterització en sigui molt oberta i inclusiva a molts tipus de definicions i estratègies polítiques i tecnològiques. A grans pinzellades, totes les perspectives polítiques consideren l'ús i la compartició de programari, maquinari i coneixement obert i, sobretot, un interès d'exploració de les innovacions educatives basades en el *fer* —*learn-by-doing*— i la transdisciplinarietat de l'*STEAM*. Però hi ha molta divergència a l'hora d'entendre si el *maker* és una actitud o una estratègia enfront de la sobirania tecnològica, creativa i productiva, o bé un és subsector creatiu i un mitjà instrumental per a un model de progrés i economia. Aquest darrer punt, ha fet que el terme *maker* generi rebuig a certs creadors, inventors i educadors, malgrat que se'ls identifi-

146

caria en aquesta tendència, que es basa en l'aprenentatge constant fonamentat en l'assaig i l'error, la creació i la invenció a preus reduïts o al hacking i l'alteració de maquinari o objectes físics.

A nivell econòmic, no s'hi perceben ni estudis empírics —però sí literatura empresarial, com ara el llibre *Makers: una nueva revolución industrial* (Chris Anderson, 2012)— que n'examinin els models econòmics a diferència dels *Fab Labs*, ni, com a causa possible de l'anterior, que hi hagi homogeneïtat en les maneres de concebre aquestes pràctiques econòmiques, malgrat la mitificació dels espais *maker*.

A l'organització *maker* se li suposa, com s'ha anat caracteritzant, uns atributs de fluïdesa que es mouen entre la petitesa d'una *start-up* fins a la grandesa d'una comunitat en línia, una fluïdesa entre el món dels bits i el món dels àtoms, de l'autogestió i de la generació de productes oberts.

Remetent-nos al llibre d'Anderson, per a aquest autor, una de les característiques econòmiques principals tant del moviment *maker* com —i, en realitat, sobretot— de l'economia (post)digital i la fabricació digital és l'economia de llarga cua. Aquest model d'economia de llarga cua, o de nínxol, correspon a un model microeconòmic en què les organitzacions, per tal d'escalar, han de tenir una oferta àmplia de productes i/o serveis, de la qual les vendes —o descàrregues per defecte— es distribueixen estadísticament entre uns productes que són estrella en vendes, però que no són suficients perquè el negoci sigui sostenible, amb la suma d'un ventall més extens de productes dels quals cadascun fa poques vendes. És a dir, aquesta nova economia de nínxol associada a la fabricació digital es caracteritza per la necessitat de presentar una àmplia i diversa oferta de productes o serveis.

147

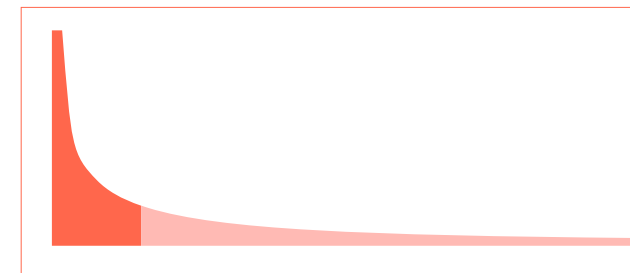


Figura 2  
Representació gràfica usual d'un model de llarga cua, en què l'eix horitzontal es refereix als diversos productes i serveis d'una organització concreta, i l'eix vertical al volum de vendes o ingressos —segons l'autor:

Font: Anderson (2013)

El que ens interessa en connexió amb l'àmbit cultural, per una banda, és que l'anomenat moviment *maker* connecta amb nous abordatges transdisciplinars que poden incloure l'art, les artesanies i altres tècniques i espais creatius, igual que amb l'àmbit dels Fab Labs.

Entre ambdues tendències ha coexistit sempre un espai de permeació, en què alguns Fab Labs poden ser també espais *maker* —sense anar gaire lluny, com ara el Makerspace Madrid i l'espai de l'associació Made Makerspace de Barcelona<sup>17</sup> o bé que reconeixin la inspiració en la seva “filosofia” DIWO. A més a més, el moviment *maker* va accelerar-se quan va connectar-se amb la nova maquinària oberta, des d'Arduino fins a les impressores 3D. No existeix homogeneïtat, com ja s'ha dit, de pràctiques econòmiques, de la mateixa manera que no hi ha obligació de cap mena, ni tan sols moral, de tenir un caràcter eminentment no lucratiu o exclusivament procomú.

#### **FABRICACIÓ DIGITAL I MOVIMENT MAKER A BARCELONA: BOMBOLLES I RESSORGIMENTS**

148

A Barcelona, exceptuant tot el transfons de tallers d'artesans, la història associativa o la cultura comunitària dels tallers de carrers decorats de les Festes de Gràcia, la incursió d'aquestes noves onades de creativitat transdisciplinària i de fabricació postdigital, que combina noves i velles tècniques, es podrien remuntar al *gir conceptual* que l'espai Hangar va fer a partir del seu segon any de vida, un espai que es va impulsar el 1997 per l'Associació d'Artistes Visuals de Catalunya (AAVC). Aquest gir conceptual, o orientació estratègica, es va basar en l'aposta, especialment, per l'impuls d'artistes en nous mitjans i net-art. La sala Hangar ha estat un dels focus d'innovació tecnocultural clau de la ciutat<sup>18</sup>.

D'altra banda, l'any 2007, el Fab Lab Barcelona, el primer Fab Lab espanyol i un dels primers del món, va obrir les seves portes un parell de quilòmetres més avall en direcció al mar. I, el 2011, es va obrir l'espai *Makers of Barcelona* a la zona d'Arc de Triomf, amb un model de negoci basat en el cotreball,

17 Segons Fablabs.io (2017).

18 Vegeu el text *Historia* (2017) al web Hangar.org: <https://hangar.org/es/hangar/historia>. [Última visita: 15 de novembre de 2017].

que anhelava la convergència dels freelance i les persones del sector creatiu i *makers* en un sentit ampli.

Tanmateix, no va ser fins a partir del 2013 quan va esclatar la bombolla de la fabricació digital: als mitjans espanyols, hi van començar a parlar del fenomen i de les noves eines de fabricació digital, en part, estimulat per la traducció d'alguns títols de llibres com el que ja s'ha mencionat de l'autor Chris Anderson, o l'arribada de la primera *Mini Maker Faire* espanyola, a Barcelona.

Des d'ençà fins l'any 2016, van emergir més iniciatives i petites empreses inspirades en els anuncis especulatius sobre una suposada pujada de la demanda de les impressores 3D per als àmbits domèstics<sup>19</sup>, o una suposada capacitat democratitzadora i disruptiva de la filosofia *maker*.

Així, doncs, en molt poc temps, es va poder veure ràpidament l'eclosió de l'empenedoria d'iniciatives nascudes al Fab Lab Barcelona o sota la seva òrbita d'influència, com podria ser l'Open Source Beehives, l'aparició de botigues de subministres per a l'electrònica oberta o la impressió 3D, com ara *MakerShop-BCN* o *Printhatshit/PreSolid*, i associacions com ara *Made Makerspace*, que va emergir en el MOB i que, l'any 2014, va independitzar-se en un espai propi, o, finalment, l'impuls des de l'administració de la ciutat, del primer Ateneu de Fabricació de les Corts el 2014, que, posteriorment, va convertir-se en la Xarxa d'Ateneus de Fabricació Digital.

Darrerament, algunes iniciatives o botigues que es van impulsar aleshores han anat desapareixent i, fins i tot, algunes iniciatives amb codi social, com ha estat el cas de *En torno a la silla*, que, per motius econòmics, no han pogut prosperar. També, però, es pot comentar que l'àrea de Poblenou i el 22@ ha vist l'eclosió de molts diversos espais de fabricació digital compartits, com ara: *Atta33*, que va obrir el 2015 —i el 2017 es va constituir com a cooperativa—, el projecte de *Transfodesign*, que es basa en la recerca en economia circular i el reús de materials, i que va impulsar el seu propi espai al voltant del 2015: *TransfoLAB*.

149

19 A tall d'exemple, vegeu: [https://elpais.com/sociedad/2013/01/03/actualidad/1357237189\\_855799.html](https://elpais.com/sociedad/2013/01/03/actualidad/1357237189_855799.html).

En aquest últim any, s'ha pogut veure com alguns projectes han fet un gir en la seva orientació, com ara el MOB, que s'ha anat dirigint al fet d'identificar-se com a organització oberta que es fonamenta en el cotreball —i que compta, des del 2015, amb dos espais— per als serveis en innovació oberta per a empreses i grans organitzacions, o com el Fab Lab, que va ajudar-se de la cada cop més resiliència xarxa de *makers*, creatius digitals i espais de fabricació que, a l'entorn del Poblenou, impulsa, des del 2016, el prototip de Fab City, i connecta amb una estratègia de manufactura distribuïda<sup>20</sup>.

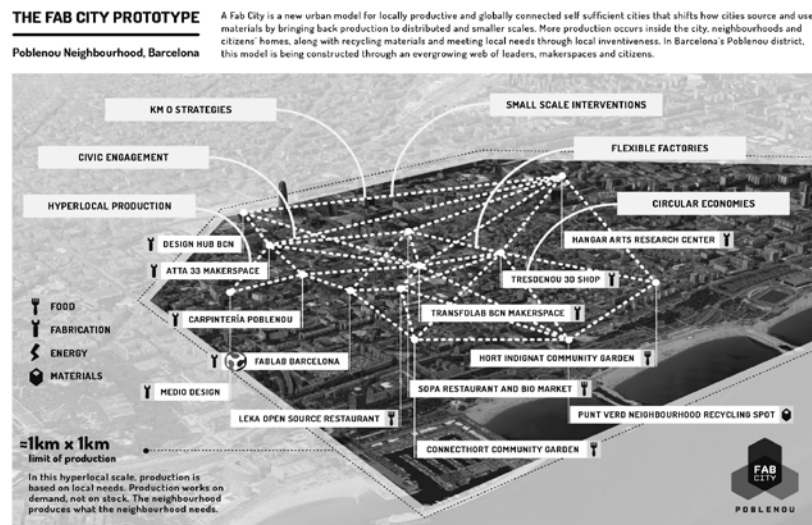


Figura 3

Mapatge d'iniciatives vinculades a la xarxa del Poblenou i identificació visual de l'abast territorial del prototip de Fab City. / Font: Fab Lab Barcelona (2016)

20 Bauwens, Michel (2010), *The emergence of Open Design and Open Manufacturing*. We Magazine Collective Action <<http://www.we-magazine.net/we-volume-02/the-emergence-of-open-design-and-open-manufacturing/#.WiEIRTdryUm>>.

Pearson, Hannah, Dr. Noble, Glen, Hawkins, Joshua (2013), *Re-distributed Manufacturing Workshop Report*. Economic and Social Research Council <<https://www.epsrc.ac.uk/newsevents/pubs/re-distributed-manufacturing-workshop-report>>.

Resumint, malgrat que no sembla que apareguin estudis més extensos sobre aquesta singular evolució a Barcelona, podem veure una prèvia fase en què els principals actors van emergir, seguit d'un moment molt àlgid i puntual d'especulació, tot just després coincidint amb un moment de consolidació dels projectes més resilient, fins al punt que, en els darrers sis mesos, alguns projectes estan fent una evolució cap a l'economia social i solidària o, almenys, s'estan cooperativitzant. Són projectes que es mouen entre les coordenades de la fabricació digital i la producció més pura i dura, però també de la creativitat i l'educació, com pot ser el cas de Tangencial, que es van constituir el 2017 com a cooperativa.

A nivell econòmic, no s'hi veu un únic patró per destacar. Cada projecte és molt singular: a tall d'exemple, Makea tu vida (des de 2006) i En torno a la silla (2012) s'han caracteritzat pel fet de ser associacions o col·lectius no constituïts respectivament. Els primers, se sostenen mitjançant finançament públic i els ingressos que es generen amb alguns encàrrecs i serveis puntuals. Els segons, a causa del seu perfil incident en la diversitat funcional, van tenir greus problemes d'accés a ajuts públics: per un costat, no tenien accés a ajuts de cultura pel seu caràcter de desenvolupament de pròtesis, ja que se'ls vinculava a altres àmbits; i, per l'altre, tampoc podien accedir als ajuts per a l'àmbit de *minusvalies* perquè les entitats gestores no els reconeixien de manera que poguessin competir amb empreses de l'àmbit prostètic, una indústria que, d'altra banda, exerceix pressió, entre d'altres, a les administracions (Marco Berlinguer, Elisabet Roselló i K. Korkoutas, 2017).

Així mateix, el Fab Lab Barcelona ha vist una evolució en la diversificació de fonts d'ingressos i de finançament al llarg dels anys, segons la seva darrera participació en una sessió de cocreació en aquesta recerca d'economies de la cultura. Pel que fa al MOB, s'ha vist pressionat en el fet d'haver-se de diferenciar respecte del sector dels *coworkings* de la ciutat<sup>21</sup>. D'altres, han hagut de reformular la seva proidentificació —com ara Makea tu vida, *Makers of Barcelona*—

21 <http://coworkingspain.es/magazine/noticias/existe-una-burbuja-coworking>.

i han pres camins de valor i han diversificat serveis cap enfora. Altres iniciatives educatives, com ara Vailets Hacklabs, s'han anat sostenint en el voluntariat dels propis promotors i en subvencions i/o suport en d'altres formes de l'Ajuntament de Barcelona.

Actualment, i de manera aparent, se'ns presenta, a la ciutat de Barcelona, un moment en què el propi moviment *maker* ha madurat i és percebut de manera més crítica. Hi tenen cabuda tota mena de projectes, alguns provenen de les primeres iniciatives del moviment, altres representen noves fórmules i propòsits, però tots, en general, experimenten noves fórmules. Aquestes fórmules operen des de lògiques obertes —que produeixen o han de permetre la producció d'algun tipus de bé o servei obert o comú— i/o socials. Són participatives, col·laboratives i molt creatives.

#### LA INCIDÈNCIA DEL MOVIMENT MAKER EN LES POLÍTIQUES PÚBLIQUES

152

Com es pot apreciar, el moviment *maker* i la fabricació digital han copsat mediàticament l'atenció, però també l'han atret en diferents administracions públiques. En els darrers anys, plataformes com ara el World Economic Forum posicionen la fabricació digital com un dels elements característics d'una quarta revolució industrial, que aportarà “the potential to raise global income levels and improve the quality of life for populations around the world”<sup>22</sup>. També, el govern dels Estats Units ha apostat pel suport i la promoció del moviment *maker*, per exemple, sota la National Science Foundation<sup>23</sup>.

A Barcelona, s'hi pot destacar l'impuls d'alguns espais de titularitat pública, com ara els Ateneus de Fabricació Digital —en què, des del 2013 fins avui hi ha hagut tres espais, quan, originalment, es contemplava un ateneu per districte—<sup>24</sup> i el suport de la xarxa orgànica que ha anat emergint en la darrera

22 [https://www.nsf.gov/news/news\\_summ.jsp?cntn\\_id=1317](https://www.nsf.gov/news/news_summ.jsp?cntn_id=1317).

23 Nota informativa amb data del 2017 sobre el suport amb diverses mirades estratègiques sobre el moviment *maker* i les plataformes/eines de fabricació digital: [https://www.nsf.gov/news/news\\_summ.jsp?cntn\\_id=131770](https://www.nsf.gov/news/news_summ.jsp?cntn_id=131770).

24 A tall d'exemple, com es plasma a l'Informe. *Xarxa d'Ateneus de Fabricació. Espais per a promoure la innovació social ciutadana i la nova industrialització de Barcelona* (2015). Disponible a: <http://ateneusdefabricacio.barcelona.cat/wp-content/uploads/2015/05/20150220-Informe-desplegament-XAF.pdf>.

dècada al Poblenou, mitjançant el que sembla l'impuls d'un recent programa, el *Maker District*, que forma part del Pla Digital de Govern, que lidera, actualment, la Sra. Francesca Bria<sup>25</sup>.

Més enllà d'això, com es pot comprovar, s'ha associat tant el moviment com la fabricació digital en els àmbits d'indústria, recerca i desenvolupament, al desenvolupament econòmic o a les indústries digitals. Com sigui, es confronten diversos reptes:

- ~ Com s'ha vist, el moviment *maker* escapa d'una definició estricta o vinculada a la producció merament industrial, i es vincula a un conjunt de pràctiques, hàbits i comportaments que poden transcendir el caràcter merament manufacturer i econòmic de la fabricació digital. En moltes ocasions, s'ha vinculat com a nou reclam o una font d'inspiració per a nous programes o propostes educatives per als infants i els adolescents, a causa de la seva relació amb l'anomenat *corrent STEAM*, que estimula el trencament de les fronteres disciplinàries de les ciències, enginyeries i l'art, per a l'aprenentatge i la innovació, basades en el fer i l'assaig i l'error. És a dir, per molt diversos motius, el moviment *maker*, de vegades, ha fet de paraigües identitari o bé definitori —per a tercers— per a noves pràctiques transdisciplinàries, que van des de l'emprenedoria més tradicional fins a l'emergència de noves fórmules productives i experimentals de l'art —el cas d'Hangar i els projectes residents dels darrers anys n'haurien de ser un altre exemple—, passant per la innovació social. O, dit altrament, cobreix l'evidència que la cultura (post)digital emergent s'està caracteritzant per una gran transdisciplinarietat. Això implica que les polítiques culturals, econòmiques i digitals han d'anar cada cop més lligades i coordinades i ser més col·laboratives.
- ~ La separació de jurisdicció entre departaments o àmbits d'actuació continua generant entrebancs a l'hora d'assignar la manera el lloc on aquests nous tipus de projectes —reitero, transdisciplinaris— poden ser assistits. A tall d'exemple, *Makea tu vida*, clarament pel seu caràcter emfatitzat per les seves pràctiques culturals —aborden, per exemple, el comissariat

153

25 <http://ajuntament.barcelona.cat/premsa/tag/poblenou-maker-district> (2017).

d'exposicions o el disseny— acaba sent atès per l'ICUB, però en el cas de En torno a la silla, iniciativa de recerca, desenvolupament, formació i acompanyament en eines per a la diversitat funcional, tot i que han posat molt d'èmfasi en economies de la cura o en la inclusió de noves perspectives filosòfiques —com ara la cultura queer— han estat constantment repel·lits per l'administració pública per la seva vinculació a l'àmbit ortopèdic.<sup>26</sup>

- ~ Aquests nous corrents que emfasitzen noves formes de treball i de producció, és a dir, que són innovadors a nivell cultural, econòmic i social, ofereixen força oportunitats per a la innovació cultural i social de manera més global —amb especial interès en el local però amb la potència de la hiperconnexió i les plataformes pro FLOSS. Ara mateix, com s'ha vist, una bona quantitat d'iniciatives s'estan concentrant al Poblenou per diversos factors històrics, econòmics i orgànics —sembla que, cada cop més, a les iniciatives els cal o veuen positiu el fet de donar-se suport mutu, com pot manifestar el cas del prototip *Fab City* del Fab Lab—, i sembla que seran reforçades, encara més, per les polítiques digitals post22@. No hem d'oblidar, però, que barris i districtes com ara l'Eixample Esquerra, on se situa, a tall d'exemple, *Makers of Barcelona*, o Gràcia, on es troba Betahaus, tenen, en comparació amb el Poblenou, tímids exemples representatius que, potser, tampoc, caldria que no s'oblidessin.
- ~ Si es fa un cop d'ull a les xarxes que poden exhibir alguns dels casos que s'han citat, i si s'examinen amb més deteniment les relacions de proveïdors-clients, però també d'altres tipus de col·laboradors que les iniciatives de la fabricació digital i *maker* estan teixint a Barcelona, és possible, si no probable, que tinguin més vinculació amb els àmbits creatiu —arts, nous mitjans, disseny, producció audiovisual, etc.— que no pas amb àmbits econòmics més tradicionals. Això implica que s'hi poden estar produint confluències i intercanvis de coneixements, pràctiques, idees i innovacions, o, almenys, que s'hi poden ocasionar de manera potencial, una situació que reforçaria la importància d'una actuació més transversal de la mà de departaments de l'administració pública.

154

<sup>26</sup> Vegeu: Berlinguer, Marco, Korkoutas, K i Roselló, Elisabet (2017). *Barcelona: ciudad abierta, colaborativa y democrática*. Barcelona: IGOP-UAB & Smart City Expo World Congress

- ~ A Barcelona, hi existeixen espais de titularitat pública, en què es busca, o s'hi ha buscat, algun tipus de confluència entre cultura, tecnologia i creativitat, o, fins i tot, també la recerca i la innovació social, com ara l'espai Hangar, el Canòdrom o els ja mencionats Ateneus de Fabricació. Les fórmules d'accés, però, són, especialment en el primer cas, una mica complicades, o, en el cas del tercer, actualment, es troba en una situació complexa de rumb institucional, i els llaços que estableixen amb entitats no públiques o no institucionals semblen, en ocasions, escasses. És a dir, podria reforçar-se el treball en la generació de xarxes *vives*, aliances dinàmiques amb diversos tipus d'agents i actors que facilitessin ponts entre disciplines fins ara separades de les institucions, i, així, es permetria l'accés a actors que, per manca de recursos —econòmics, però també de capital social— no tenen tan fàcil la generació de col·laboracions, la compartició de coneixement o, simplement, el fet de créixer. El capital social no és el recurs principal per tal de fer sostenible un projecte, però sí que n'és clau, especialment en cultura i en els nous modes de cultura més col·laborativa, oberta i fluïda, com proposen alguns subcorrents del moviment *maker*.

155

## CONCLUSIONS

La influència de les arts i les tècniques creatives és més que present, en diferents graus, en molts dels casos que s'han mencionat, i també en l'extensió dels moviments i tendències que s'han presentat aquí —*makers*, Fab Labs. La transdisciplinarietat, fins i tot entre els tradicionals sectors econòmics —en aquest cas, podríem dir l'industrial i manufacturer, o secundari, i el dels serveis i creatiu-cultural, o terciari—, és més que patent en aquests nous corrents, a diversos nivells —epistemològic i operatiu, com a mínim.

L'economia global està esborrant les fronteres amb l'economia digital. A dia d'avui, dues de les cinc grans empreses de l'economia global són les famoses GAFAM —Google, Amazon, Facebook, Apple, Microsoft— i BATX —Baidu, Alibaba, Tencent, Xiaomi—, empreses digitals que, al mateix temps que les empreses tradicionals, s'estan posicionant en la carrera de l'anomenada *transformació digital*.

Mentre que es parla de la suposada decadència de les *start-up* o acorralament de les economies nínxol en mans de les cada cop més poderoses<sup>27</sup> grans corporacions —almenys econòmicament—, les lògiques de l'operació en xarxa i l'obertura a noves disciplines creativoprodutives està obrint pas a noves formes de fer economia més complexes. Potser, xarxes com ara la creada al Poblenou podrien ser interessants d'examinar i observar o, fins i tot, d'acompanyar.

## BIBLIOGRAFIA

ANDERSON, Chris (2013): *Makers: la nueva revolución industrial*. Madrid, Empresa Activa.

MOROZOV, Evgeny (2014): «Making it. Pick up a spot welder and join the revolution». *The New Yorker*. <<https://www.newyorker.com/magazine/2014/01/13/making-it-2>> [Recurs en línia. Última visita: 15 novembre 2018].

FALLOWS, James (2016): «Why the Maker Movement matters: Part 1, the tools revolution». *The Atlantic*. <<https://www.theatlantic.com/business/archive/2016/06/why-the-maker-movement-matters-part-1-the-tools-revolution/485720>> [Recurs en línia. Última visita: 15 novembre 2018].

MENICHINELLI, Massimo (2011): «Business Models for Fab Labs». *OpenP2PDesign.com*. <<http://www.openp2pdesign.org/2011/fabbing/business-models-for-fab-labs>>.

GOLDBERG, Dana (2014): «History of 3D Printing: it's older than you are (that is, if you're under 30)». *Redshift by Autodesk*. <<https://www.autodesk.com/redshift/history-of-3d-printing>> [Recurs en línia. Última visita: 15 novembre 2018].

<sup>27</sup> Encara que, aparentment, haurem d'esperar per a estudis més amplis, en una de les grans plataformes de notícies tecnològiques es publicava recentment això: <https://techcrunch.com/2017/10/22/ask-not-for-whom-the-deadpool-tolls>.

BENSOUSSAN, Hannah (2016): «The History of 3D Printing: 3D printing technologies from the 80s to today». *Sculpteo*. <<https://www.sculpteo.com/blog/2016/12/14/the-history-of-3d-printing-3d-printing-technologies-from-the-80s-to-today>> [Recurs en línia. Última visita: 15 novembre 2018].

FERDINAND, Jan-Peter, PETSCHOW, Ulrich, DICKEL, Sascha (eds.) (2016): «The Decentralised and Networked future of value creation» *Springer*, Switzerland. <[https://books.google.es/books?id=964qDAAAQBAJ&pg=PA133&lpg=PA133&dq=3d+printing+origin+open+source&source=bl&ots=fSvjDVQz\\_&sig=wbEvefLw69y2Qmq-qrcjgT-tj1g&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjL5YzgLzXAhUQ5BoKHdRpCW0Q6AEIXDAG#v=onepage&q=3d%20printing%20origin%20open%20source&f=false](https://books.google.es/books?id=964qDAAAQBAJ&pg=PA133&lpg=PA133&dq=3d+printing+origin+open+source&source=bl&ots=fSvjDVQz_&sig=wbEvefLw69y2Qmq-qrcjgT-tj1g&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjL5YzgLzXAhUQ5BoKHdRpCW0Q6AEIXDAG#v=onepage&q=3d%20printing%20origin%20open%20source&f=false)> [Recurs en línia. Última visita: 15 novembre 2018].

Fab Foundation (2016): «What qualifies as a Fab Lab?». *Fab Foundation web*. <<http://www.fabfoundation.org/index.php/what-qualifies-as-a-fab-lab/index.html>> [Recurs en línia. Última visita: 15 novembre 2018].

PAPAVLASOPOULOU, Sofia, GIANNAKOS, Michail N., JACCHERI, Letizia (2016): «Empirical studies on the Maker Movement, a promising approach to learning: a literature review», dins *Entertainment Computing*, 18, pàg. 57-58.

MESTRES, À.; HINOJOS, M.; MENICHINELLI, Massimo i d'altres (2017): *Deconstruyendo el Manifiesto Maker*. Barcelona, Trànsit Projectes.

# EL MATCH-FUNDING COM A FÓRMULA DE MICROFINANÇAMENT: UN CAS D'ESTUDI A GOTEO

(ENRIC SENABRE)

6.3.

## INTRODUCCIÓ

Un dels mecanismes de finançament per a projectes culturals de diferent tipologia més emprats els darrers anys és el finançament col·lectiu o *crowdfunding*. Normalment per mitjà de plataformes en línia especialitzades, creadors i emprenedors que necessiten recursos monetaris per fer-se realitat presenten el seu projecte en campanyes concretes. Ho duen a terme detallant una sèrie de recompenses o retorns d'agraïment, a canvi de quantitats prefixades de diners que els usuaris poden donar-los-hi. Des del seus inicis i la proliferació de plataformes a la primera dècada del 2000, han anat evolucionant diverses modalitats i fórmules de funcionament dins del model general del finançament col·lectiu.

158

Una d'aquestes modalitats és el *match-funding* —o finançament coincident entre ciutadans i institucions—, que permet que organitzacions de diferent tipus multipliquin les aportacions econòmiques als projectes que fan els usuaris individuals. Com a model específic de finançament col·lectiu encara molt incipient, el *match-funding* presenta diferents aspectes que el fan especialment interessant i prometedor, tant per la seva eficàcia si es compara amb campanyes de finançament col·lectiu normals, com per les implicacions d'impacte o vinculació amb altres institucions i modes de finançament.

En el present estudi, partint d'un estat de l'art en l'evolució del *match-funding* a nivell general i d'exemples en l'àmbit de cultura, ens centrem en el cas d'anàlisi de la plataforma Goteo, que és pionera en el desenvolupament d'aquest model a nivell internacional. A partir de les dades recollides sobre el comportament de diferents convocatòries de *match-funding* els darrers quatre anys, s'analitzen

els avantatges i l'impacte d'aquesta modalitat de finançament col·lectiu respecte de la tradicional. Fruit de les entrevistes amb l'equip fundador de Goteo, també es plantegen una sèrie de reptes i línies de desenvolupament futures del model.

## EVOLUCIÓ I LIMITACIONS DEL FINANÇAMENT COL·LECTIU TRADICIONAL

El finançament col·lectiu és un mètode per al finançament d'una gran varietat de nous projectes, que permeten als individus o col·lectius amb projectes que tenen finalitats diverses —de lucre, culturals, socials, polítiques, etc.— la sol·licitació de fons de moltes persones, sovint a canvi de productes futurs o de mostres d'agraïment simbòlic de diferent tipus i d'equitat (Ethan R. Mollik, 2014). Els projectes de finançament col·lectiu poden variar en gran mesura, tant pel que fa als objectius com la magnitud, ja que podem trobar des de petits projectes artístics, fins a emprenedors que cerquen milers d'euros en capital inicial, com a alternativa a mecanismes d'inversió tradicional com ara el capital risc (Armin Schwienbacher i Benjamin Larralde, 2010).

159

El finançament col·lectiu ha crescut exponencialment en popularitat i acceptació, ja que, mentre que l'any 2010 es tractava d'un mercat relativament petit de pioners amb un volum d'activitat d'uns 750 milions d'euros, l'any 2014 va passar als 13.000 milions d'euros (Chance Barnett, 2015). Només pel que fa al sector cultural i creatiu europeu, l'estudi *Reshaping the crowd's engagement in culture* (IDEA Consult, 2017) constata que individus i organitzacions culturals d'arreu d'Europa han llançat al voltant de 75.000 campanyes de finançament col·lectiu des de 2013, amb una recaptació total d'uns 247 milions d'euros, especialment en països com ara el Regne Unit i França.

D'aquestes dades a nivell europeu, una de les que resulta més rellevant és que només la meitat de les campanyes de finançament col·lectiu van tenir èxit en l'assoliment del seu objectiu. I, especialment, destaca el fet que aquests 247 milions d'euros representen només el 7% de la quantitat total compromesa —prop de 3.400 milions d'euros—, per la qual cosa, hi va haver un “buit” de més de 3.000 milions d'euros que, finalment, no es van assignar a cap campanya, pel fet que no van arribar als seus objectius mínims de finançament.



A més de reflectir un possible sobredimensionament en els diners que es van demanar per a campanyes que no van tenir èxit, això és així perquè, seguint una de les normes més habituals de les plataformes de finançament col·lectiu, quan els projectes no arriben en un termini de temps determinat a l'objectiu monetari que s'han establert, s'activa el retorn, sense cap cost, de totes les donacions rebudes als seus usuaris. Una altra dada rellevant de l'estudi citat, és a dir, *Reshaping the crowd's engagement in culture*, és el d'una relativa deslocalització de les plataformes. Tot i que Europa ha arribat a tenir actives al voltant de sis-centes plataformes de finançament col·lectiu, gairebé la meitat de campanyes que es van iniciar per un titular de projecte europeu van ser allotjades en plataformes basades als Estats Units, sobretot a Kickstarter i a Indiegogo, que tenen una projecció global i lideren amb diferència a nivell mundial l'acolliment de campanyes de diferents països (Zohrabyan i d'altres, 2017).

Per una banda, tant l'encara relativa efectivitat global del finançament col·lectiu per a la canalització de percentatges més grans dels diners compromesos i potencialment assignables en campanyes actives, com, per l'altra, el fet que les dinàmiques de grans actors en el sector facin més complex l'arrelament i la vinculació entre projectes locals amb plataformes de proximitat, suggereix que calen noves fórmules que explorin la manera en què s'ha d'ampliar l'efectivitat i la resiliència del sector, ja sigui per a l'àmbit cultural com per a d'altres. El finançament col·lectiu és un model que pot ser utilitzat per al foment de les comunitats i les xarxes de creadors, però també per a nous patrons, models de negoci, discussions productives i l'impuls institucional per al benefici col·lectiu de creadors i públic (Sara Bannerman, 2013). Amb experimentació i voluntat política, el finançament per mitjà del *crowdfunding* podria crear encara més oportunitats per a noves condicions de producció cultural, mitjançant la mobilització de noves xarxes i recursos per tal de donar suport a oportunitats que estiguin més àmpliament distribuïdes.

160

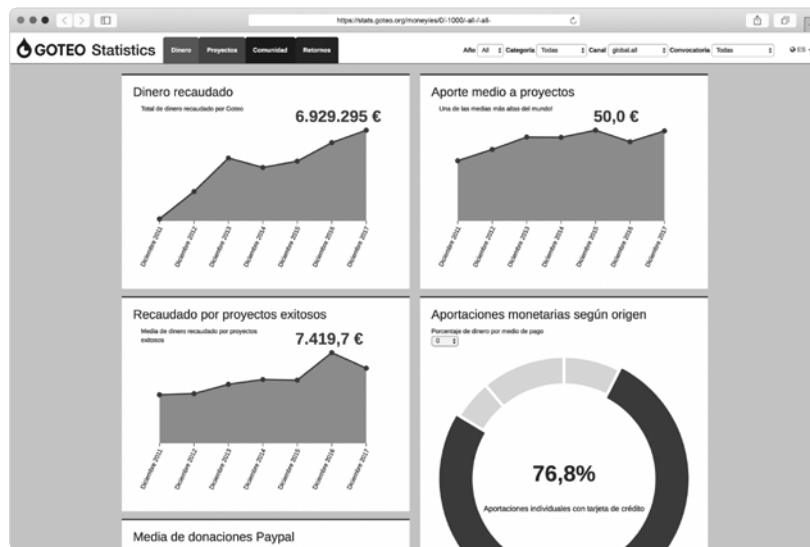


Figura 4

Mostra de la pàgina d'estadístiques i dades obertes de Goteo / Font: Goteo.org

161

## LA MODALITAT EMERGENT DEL MATCH-FUNDING

En connexió amb aquestes mancances i escenaris de possibilitat cap a on està evolucionant el finançament col·lectiu, algunes plataformes van començar, el 2013, a fer experiències pilot amb fórmules de *match-funding* o finançament coincident, de manera que els diners que s'aconseguien amb èxit per a una campanya poguessin optar a l'ampliació del capital rebut amb alguna institució que aportés fonts complementàries.

Abans de l'aparició del finançament col·lectiu, el concepte de *match-funding* amb donacions o pagaments de fons coincidents ja funcionava en contextos de caritat, filantropia o bé públic (Markus Görsch, 2011). A nivell institucional, el model més popular fins ara havia estat aquell en què una organització pública, una entitat patrocinadora o una responsabilitat social corporativa alliberaven el finançament restant en forma d'inversió —com a subvenció o préstec— a un projecte que aconseguia per altres vies una altra part substancial per al seu objectiu de finançament (Walker, 2016). Les primeres plataformes de finançament col·lectiu a Europa que el 2013 van assajar diverses modalitats de *match-funding* van ser: Goteo a Espanya, amb el suport de la Universidad Internacional de

Andalucía (UNIA), KissKiss BankBank a França, amb el suport de La Poste, i a Estats Units va ser IndieGoGo, amb el suport de la Kapor Foundation (Rodrigo Davies, 2015).

Tal com explora l'informe *Matching the crowd: Combining crowdfunding and institutional funding to get great ideas off the ground* (Peter Baek i d'altres, 2017), que es basa en una experiència pilot amb diferents campanyes a través de plataformes de finançament col·lectiu per al sector artístic i social, la modalitat del *match-funding* pot representar, entre d'altres, els següents avantatges de cara al finançament de projectes:

- ~ ajuda en l'aportació de fons addicionals per als projectes en campanya
- ~ facilitació perquè les campanyes tinguin més probabilitat d'èxit
- ~ augment significatiu de la mitjana de quantitats donades
- ~ diversificació i ampliació més amplis del perfil de donants a campanyes

162 Si partim de l'anàlisi de dades dels recursos que s'han obtingut, dels comportaments de diferents campanyes, i d'entrevistes a participants, l'informe posa de manifest la problemàtica de la manera com el finançament col·lectiu encara presenti mancances d'efectivitat podria encarar-se amb mecanismes complementaris com ara el *match-funding*. Coincidint amb altres casos i contextos, l'objectiu del present informe és afegir evidències i anàlisi en la mateixa línia, tot observant indicadors coincidents i dibuixant una sèrie complementària d'observacions.

#### CAS D'ANÀLISI: LES CONVOCATÒRIES MATCH-FUNDING DE GOTEO

L'estudi parteix de l'anàlisi de catorze convocatòries de *match-funding* de la plataforma Goteo i d'entrevistes a l'equip gestor de la plataforma. Goteo és una de les primeres plataformes que, l'any 2011, va començar a operar de manera local i internacional des d'Espanya amb la cobertura de diferents sectors i temàtiques dins del que s'ha anomenat *finançament col·lectiu cívic* (Rodrigo Davies, 2014). Alhora, presenta un creixement sostingut d'activitat que la fa especialment rica en tipus de casos, diversitat d'usuaris i iniciatives (Joan Francesc Fondevila Gascón et al., 2015).

Es tria Goteo per un seguit de motius que permeten que aquest cas d'estudi serveixi d'exemple paradigmàtic de la manera com s'aplica i evoluciona la modalitat del *match-funding* dins del finançament col·lectiu. Per una banda, pel fet de tractar-se d'una de les plataformes pioneres i que primer van assajar amb la modalitat de *match-funding* a nivell internacional (Enric Senabre, 2015), alhora que presenta una trajectòria consolidada de promoció d'aquesta modalitat — entre 2013 i 2018 compta amb un total de catorze convocatòries de *match-funding* amb diversos volum i grau d'èxit. Per una altra banda, pel fet que incorpora, dins la seva filosofia de coneixement obert i orientació al procomú (Mayo Fuster i d'altres, 2015), tota una sèrie d'elements de transparència que la fan especialment apta per a la recerca i l'anàlisi de tercers, com ara una API que permet la generació d'aplicacions al seu voltant per a l'accés a dades obertes sobre el seu funcionament (Ivan Verges, 2016).

A diferència d'altres plataformes i convocatòries de *match-funding* que, actualment, assagen aquesta modalitat, a més d'un recorregut i antecedents més llargs, Goteo presenta un conjunt de peculiaritats en la manera com planteja el finançament col·lectiu i la seva versió específica de *match-funding*.

163

Les convocatòries de Goteo s'articulen al voltant d'entitats promotores, com poden ser institucions públiques o privades que fan crides a projectes de determinades temàtiques que volen promoure, amb l'anunci de la quantitat total de capital que disposen — anomenat borsa de *match-funding* — per tal de multiplicar les donacions individuals i la resta de detalls i condicions de la convocatòria. Els impulsors de projectes que cerquen finançament tenen, a partir de llavors, un període per atreure propostes de campanyes concretes a través del formulari de Goteo, perquè en una ronda final es faci una selecció d'aquelles campanyes que, finalment, podran optar a l'accés al capital de la borsa de *match-funding*. Aquesta fase de selecció, habitualment, va precedida per un període de formació i capacitació a través de tallers de finançament col·lectiu que es coorganitzen amb les institucions convocants, per tal que els impulsors de propostes les puguin dissenyar i millorar tenint en compte els mecanismes més importants del finançament col·lectiu.

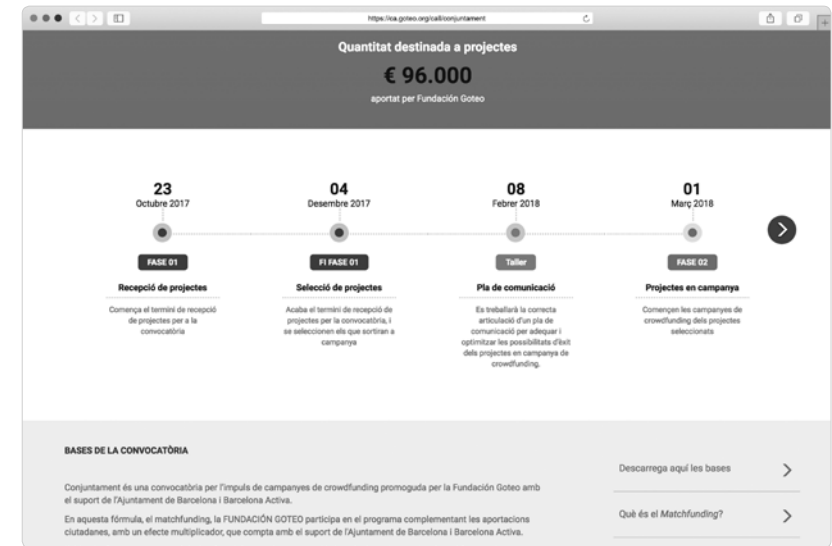
Cada campanya que s'envia a selecció per a una convocatòria de *match-funding*, igual que succeeix amb la resta de campanyes de la plataforma, detalla al formulari de la plataforma la presentació i descripció del seu projecte, i també les necessitats monetàries, recompenses, l'impacte social previst i la resta d'informació rellevant per al seu finançament en cas que, finalment, s'accepti i es publiqui. Això permet que es faci la selecció conjunta de campanyes finalistes, en què es combina el criteri de viabilitat dels experts de Goteo amb el criteri d'innovació, originalitat o importància temàtica de l'entitat convocant, la qual s'ha d'involucrar estretament en el procés de selecció.

Des del 2013, la plataforma ha estat aplicant amb èxit aquesta fórmula amb universitats, governs regionals, fundacions privades, ajuntaments o agències d'innovació locals, amb convocatòries enfocades a projectes dins dels àmbits de la innovació sociocultural, la innovació educativa, la infància i la cooperació, el patrimoni cultural i els bens de domini públic, l'esperit empresarial, la salut, projectes de ciutats intel·ligents, educació, patrimoni cultural i les arts.

164

Un cop que s'han seleccionat i publicat, les campanyes disposen d'un termini de temps límit per arribar a l'objectiu monetari que han establert, en què, de manera directa i síncrona, cada cop que un usuari fa una aportació, el fons de la borsa de *match-funding* establerta assigna una aportació equivalent a la mateixa campanya. És a dir, aquesta aportació multiplica al moment, per tant, l'aportació que cada individu o micromecenes fa. Això, alhora, es mostra en el termòmetre de visualització de progrés de cada campanya. Segons acords previs amb cada entitat convocant, s'estableixen límits perquè el sistema pugui multiplicar aportacions, de manera que les donacions molt significatives —com ara de centenars d'euros— no puguin moure més de cinquanta euros del fons de *match-funding* o altres quantitats màximes predefinides. Aquesta mesura permet la garantia del màxim de diversitat i un mínim de volum de participació, i la previsió d'usos fraudulents del sistema.

Finalment, si les campanyes no arriben a l'objectiu que s'ha establert de finançament, s'activa el mateix mecanisme que per a la resta de campanyes: es retornen els diners que s'han compromès i visualitzat sense cap cost addicional, tant per als usuaris individuals com per a les institucions convocants —que veuen com els diners preassignats a projectes que no han tingut prou suport social per mitjà de finançament col·lectiu és tècnicament estalviat.



165

Figura 5

Mostra d'una pàgina de convocatòria oberta en fase de crida a presentació de projectes / Font: Goteo.org

Aquest tipus de funcionament suposa un dels fets diferencials principals de Goteo, que ja es va dissenyar i desenvolupar el 2011 partint de la necessitat constatada de mecanismes diferents de finançament col·lectiu, i també d'una modalitat digital de *match-funding* amb institucions que, llavors, era encara inexistent. Especialment, pel que fa a la visualització en temps real de la manera en què es van multiplicant els diners, i també amb crides específiques per a temàtiques concretes i amb l'adopció de comitès de selecció *ad hoc* entre la plataforma i les entitats convocants. A diferència d'aquest model dinàmic de Goteo, com a modalitat més habitual en *match-funding* altres plataformes, com ara IndieGoGo, KissKiss BankBank, Voordekunst, SpaceHive, Verkami i Crowdfunder, arriben a acords amb organitzacions per tal d'afegir, al final de les campanyes, donacions totals a les que hagin arribat al seu objectiu, o fins a un percentatge mínim acordat.

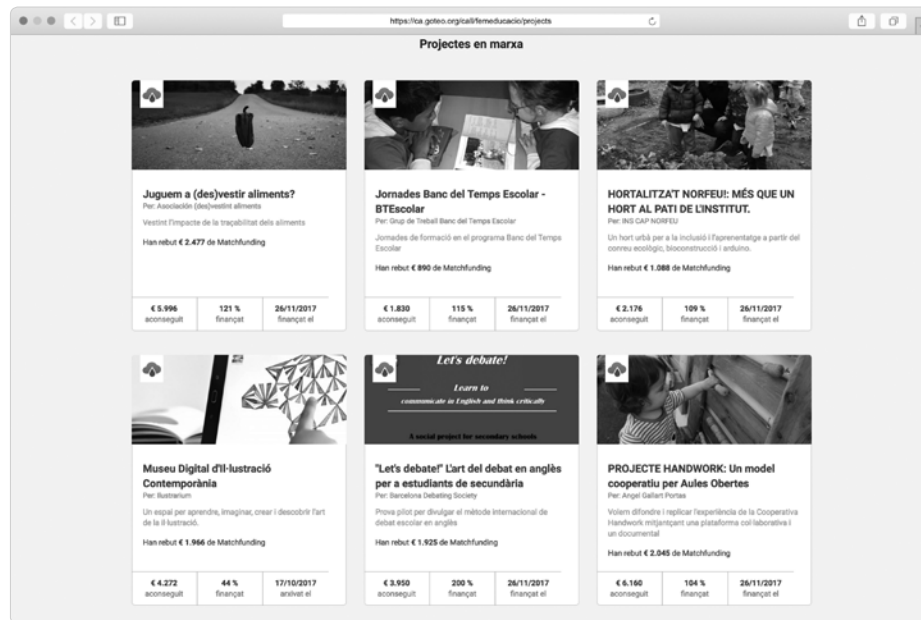


Figura 6

Mostra de diferents campanyes de *match-funding* actives dins d'una convocatòria/ Font: Goteo.org

166



Figura 7

Mostra d'una pàgina de convocatòria oberta en fase de campanyes de *match-funding* actives/ Font: Goteo.org

167

## METODOLOGIA I RESULTATS

La recollida de dades per a aquesta anàlisi parteix, principalment, de l'accés a la pàgina pública d'estadístiques de Goteo<sup>28</sup>, que permet diferenciar el comportament agregat de campanyes en general, de la discriminació per a convocatòries de *match-funding* concretes. Entre les catorze campanyes posades en marxa fins a l'actualitat, que, com es veu a la Taula 1, des de 2013 han suposat diferents volums de projectes en campanya seleccionats, d'aportacions i de participants, comprenen un total de 123 iniciatives que van optar pel *match-funding*, amb el suport de diverses institucions.

Tanmateix, una part complementària de l'anàlisi es fonamenta en dades d'un web experimental<sup>29</sup> de visualització geolocalitzada de donacions i procedència del capital de la borsa de *match-funding* a Goteo, i també d'entrevistes amb l'equip impulsor de la plataforma.

28 URL: <https://stats.goteo.org/home/es>.

29 URL: <https://matchfunding.goteo.org/#/home>.

CONVOCATÒRIES MATCH-FUNDING A GOTEU	PROJECTES SELECCIONATS	PROJECTES EXITOSOS	TOTAL RECAPTAT (€)	CAPITAL REGADIU ASSIGNAT (€)	APORTACIÓ INSTITUCIÓ	CAPITAL NO MOBILITZAT (€)	ÈXIT %	MITJANA DONANTS	APORTACIÓ MITJANA USUARIS (€)
Innovació sociocultural (2013)	5	4	25.988	10.000	31%	2.000	80%	70.25	31,73
Innovació en salut I (2013)	5	3	24.897	12.000	38%	2.663	60%	97.66	40,97
Innovació en educació i coneixement obert (2013)	5	5	34.715	10.000	27%	560	100%	65.8	36,35
Emprenedoria empresarial (2013)	10	5	28.002	20.000	42%	8.322	50%	44.4	52,20
Innovació en cooperació i infantesa (2014)	5	4	26.882	10.000	28%	2517	80%	68.25	42,02
Innovació en salut II (2014)	5	5	33.949	12.000	35%	0	100%	65.5	49,87
Patrimoni cultural i remescla digital (2015)	5	4	26.979	10.000	33%	1.064	80%	67.25	44,76
Crowdfunding ZGZ (2015)	4	3	20.054	12.000	42%	3.485	75%	54.1	58,02
Projectes culturals a Gipuzkoa (2016)	20	20	151.024	70.000	44%	3.428	100%	69.85	54,42
Strike a match for education (2016)	3	2	16.572	10.000	44%	3.509	67%	60.1	55,54
Fem educació (2017)	13	11	62.924	40.000	39%	17.419	85%	51.1	48,82
Meta Gipuzkoa (2017)	16	15	159.343	70.000	40%	7.369	94%	80.5	64,74
Crowdfunding ZGZ (2018)	4	4	35.041	14.000	40%	0	100%	63	47,42
Conjuntament BCN (2018)	23	22	231.336	96.000	42%	0	96%	104	51,58
<b>MITJANA / SUMA TOTES LES CONVOCATÒRIES MATCH-FUNDING</b>	<b>123</b>	<b>107</b>	<b>877.706</b>	<b>396.000</b>	<b>38%</b>	<b>52.336</b>	<b>83%</b>	<b>69</b>	<b>48,46</b>
<b>MITJANA / SUMA RESTA CAMPANYES SENSE MATCH-FUNDING</b>							<b>65%</b>	<b>123</b>	<b>41,80</b>

## EFFECTIVITAT DEL MATCH-FUNDING

Tal com mostra la Taula 1, una de les principals qüestions que s'han de considerar és el fet que de les noranta-sis campanyes de projectes seleccionats en convocatòries de Goteo des de 2013, finalment, cent-set projectes han assolit el finançament definit prèviament. Aquest percentatge de 83 % d'èxit és significativament superior al 65 % habitual de la plataforma, que, ja de per si, se situa entre un dels més alts d'èxit entre les plataformes de finançament col·lectiu del mercat (Fátima Solera Navarro i Florencio Cabello Fernández-Delgado, 2015). Tot plegat, indica que la modalitat de *match-funding* pot aconseguir una taxa més elevada de canalització de fons individuals i comuns, un factor, òbviament, crític per a projectes i iniciatives que opten pel finançament col·lectiu com a modalitat puntual de finançament en algun moment del seu recorregut.

Això encara és més rellevant si es considera la dada que, per a l'assoliment d'aquest èxit de finançament, normalment, les campanyes de Goteo necessiten uns 127 donants individuals de mitjana. En canvi, a les campanyes de *match-funding* que es van analitzar des que es va començar a experimentar amb aquesta modalitat, el percentatge baixa fins a la meitat, amb seixanta-nou usuaris necessaris de mitjana.

Una altra dada que es deriva de l'anàlisi agregada del comportament de campanyes en *match-funding* comparades amb el comportament de campanyes de finançament col·lectiu tradicionals que no tenen aquest component multiplicador addicional, és que l'aportació mitjana dels usuaris és superior en el cas del *match-funding* —48,46 € de mitjana— en comparació de la resta de campanyes de Goteo —41,80 €, aproximadament.

Un altre aspecte rellevant en aquest sentit respecte del comportament generalitzat de campanyes de *match-funding* a Goteo al llarg del temps, és el fet que, del total de 877.706 € que s'han recaptat fins a la data sota aquesta modalitat, només un 38 % dels diners provenen de fons de la borsa de *match-funding* de diverses institucions —343.664 €. Això permet considerar que el *match-funding* pot suposar una motivació i un al·licient perquè la ciutadania porti finançament als projectes, i, com a tal, una fórmula que acompanya l'assignació de fons i que valida l'interès social en noves iniciatives, sense necessitat de cobrir la totalitat, ni tan sols la meitat, de fons necessaris perquè es facin possibles.

És a dir, que en el funcionament del *match-funding*, tal com s'aplica a Goteo, s'hi podrien estar donant dinàmiques interessants de canalització de volums significatius de fons públics o privats sota una modalitat de donació que dona peu a la participació ciutadana, molt més enllà del que els mateixos fons podrien assolir per ells mateixos. Altres iniciatives de gran volum que s'hi assemblen, com ara el recent cas d'estudi sobre *match-funding* dut a terme per NESTA al Regne Unit, *Arts Council England and Heritage Lottery Fund* (Peter Baek i d'altres, 2017), indiquen comportaments similars, tot i que es basen en plataformes amb fórmules menys desenvolupades de *match-funding* —en què les aportacions es fan efectives al final: d'un capital inicial a la multiplicació de 251.500 £, es va aconseguir mobilitzar finalment 405,941 £ addicionals —és a dir, el doble del capital compromès inicialment perquè es multipliqués.

## EL COMPONENT LOCAL I DE PROXIMITAT

Un altre aspecte clau, que s'apuntava en l'apartat d'aquest estudi sobre les dinàmiques de deslocalització del finançament col·lectiu a nivell internacional, amb grans plataformes nord-americanes com ara Kickstarter o IndieGoGo com a solució tecnològica, apunta cap a la necessitat d'establir mecanismes de proximitat en aquest sector. Només el 50 % de les campanyes de finançament col·lectiu d'organitzacions i projectes europeus han fet servir plataformes que tinguin la seva seu i principal activitat en països membres de la Unió Europea o al continent, mentre que la resta, majoritàriament, han optat per aquestes dues grans plataformes globals.

Si considerem que el *match-funding* requereix acords i aliances amb entitats públiques i privades, que sovint tenen voluntat d'incidència a nivell local o temàtic, això suposa una problemàtica per la qual cal que s'explorin mecanismes que reforcin la proximitat entre plataformes de finançament col·lectiu i entitats que tradicionalment han finançat projectes innovadors, arriscats o minoritaris. Una mostra d'aquest comportament del *match-funding*, que afavoreix dinàmiques de suport local entre institucions i comunitats de proximitat, es pot trobar en l'eina de visualització geolocalitzada de Goteo, on s'aprecia com el flux de donacions que activa el *match-funding* acostuma a procedir, clarament, de l'àrea d'influència de les institucions convocants.

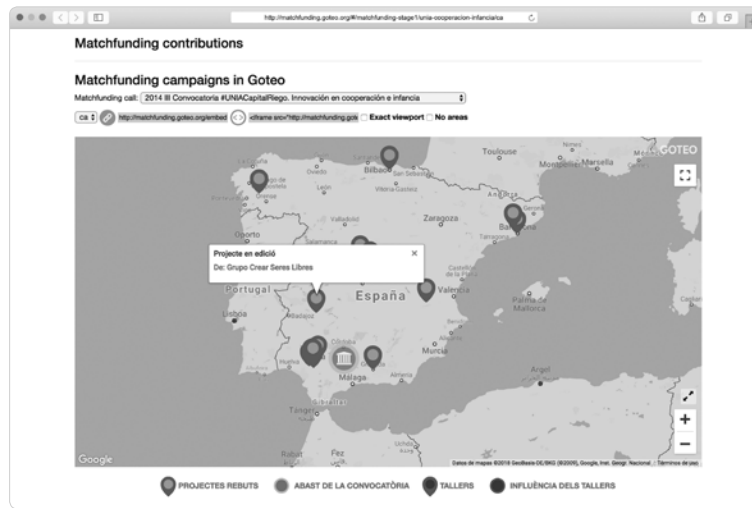


Figura 8

Visualització d'una convocatòria de *match-funding* a Goteo i origen de les donacions / Font: Goteo.org

172

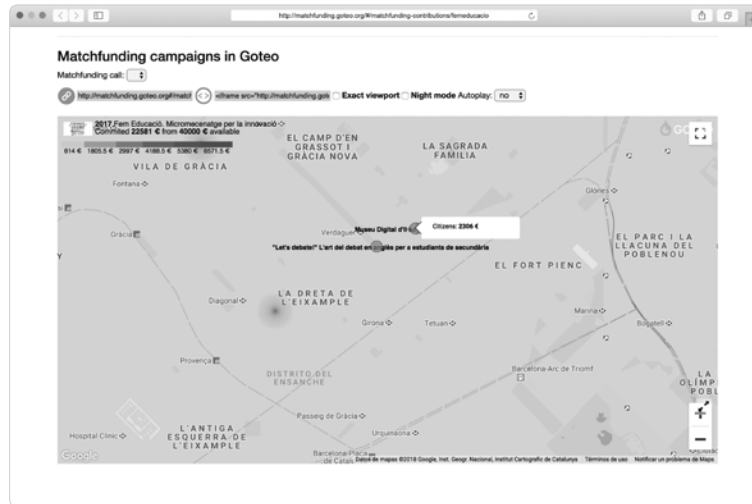


Figura 9

Visualització d'una campanya de *match-funding* i una acció de formació vinculada / Font: Goteo.org

## VALIDACIÓ DEL MODEL I CONCLUSIONS

Coincidint amb el que apunta l'informe *Reshaping the crowd's engagement in culture* (IDEA Consult, 2017), tant dins del sector cultural com en d'altres que s'hi acostumen a relacionar —educatiu, tecnològic, social, etc.—, la creixent utilització del finançament col·lectiu per comunitats de creadors a Europa i el món encara ha d'augmentar els propers anys. Per això, opcions com ara el *match-funding* i la seva tendència a l'associació d'estratègies de finançament transinstitucionals, allà on cal activar iniciatives amb impacte social, pot suposar una millora no només en l'efectivitat, sinó també en la visibilitat i l'impacte local d'aquestes, encara, noves fórmules híbrides de finançament.

Concretament, les dades que s'han analitzat permetrien confirmar que el model de finançament col·lectiu que té el suport del *match-funding* pot ajudar a l'aportació de fons addicionals als projectes, pot fer que les campanyes tinguin més probabilitat d'èxit, pot augmentar significativament la mitjana de quantitats donades i pot generar dinàmiques de col·laboració institucional i de proximitat en el suport a iniciatives.

173

En el cas del model de *match-funding* que s'ha analitzat, i que es basa en un conjunt de característiques pròpies de la plataforma Goteo, s'hi afegeixen una sèrie de valors que sembla que fan més efectiva aquesta modalitat específica de finançament col·lectiu pel fet de connectar, per una banda, amb la filosofia del procomú —orientació per la qual els projectes són seleccionats perquè siguin publicats en general, basant-se en un subconjunt d'indicadors com ara l'impacte social, la replicabilitat o el coneixement obert—, i, per l'altra, amb mecanismes de visualització de dades que faciliten el seguiment i l'anàlisi del comportament de les convocatòries.

Aquest seguiment i anàlisi, a més de permetre l'estudi comparatiu de comportaments de campanyes —com en aquest cas—, o de permetre que institucions públiques i privades facin lectures sobre la seva àrea d'influència expandida, dona peu al mapeig proactiu d'àrees de necessitats i iniciatives on es pugui destinar finançament amb col·laboració institucional. Sumat al fet que les campanyes de Goteo, com altra característica peculiar, també indiquen necessitats no monetàries que poden caldre perquè es facin realitat —materials, infraestructura, col·laboracions de temps, etc.— el *match-funding* es configura com un recurs que,

si s'amplia, pot facilitar l'acció col·lectiva i institucional coordinada d'assignació de recursos de manera participativa, amb un mecanisme de dades obertes i una gestió transparent. En aquest sentit, també és rellevant el fet que les convocatòries activin accions formatives vinculades al *match-funding* de manera coorganitzada, un recurs que implica diversos nivells d'aprenentatge i una familiarització amb el model concret de Goteo, alhora que una relació simbiòtica entre entitats per a un fi comú.

## FUTURES RECERQUES I DESENVOLUPAMENT

Seguint el fil de les entrevistes dutes a terme a l'equip que ha impulsat la plataforma Goteo, i també del comportament de les campanyes de *match-funding* que s'ha descrit, una anàlisi més àmplia hauria de permetre l'ampliació de la comparativa a noves convocatòries de *match-funding* actualment en curs. Especialment, pel fet que, paulatinament, és cada cop més significativa l'aplicació del model a diversos tipus d'institucions, i el creixement del volum total de capital de la borsa de *match-funding*, quan se'ls hi suma. També, cal avançar en l'evolució dels mecanismes de visualització de dades de Goteo, tant pel que fa a gràfiques com a mapes, i cal esperar que altres plataformes que comencen a aplicar mecanismes de *match-funding* facin exercicis similars de dades obertes, quelcom que permetria comparatives encara més àmplies i riques en el seu abast.

Un altre element que s'ha de tenir en compte és la pròpia dinàmica de millora continuada i evolució de la plataforma, que, a banda de ser accessible a un repositori de codi obert<sup>30</sup>, va incorporant de manera modular diferents funcionalitats, moltes de les quals tenen incidència en el model de *match-funding* que s'ha analitzat aquí. Específicament, en una sèrie d'accions concretes segons l'opinió dels seus desenvolupadors:

- ~ Més i millors eines per a la visualització del conjunt de necessitats locals en cada convocatòria, de manera que pugui ser una eina més efectiva per a institucions convocants en general.

30 URL: <https://github.com/Goteo/Goteo>.

- ~ Un perfil d'usuari que permeti l'aportació de capital a la borsa de *match-funding* també a persones individuals, més enllà d'institucions, i que activi mecanismes similars d'atracció de donacions de tercers.
- ~ Millora del format i els tipus de materials formatius pels tipus de tallers vinculats a convocatòries de *match-funding*.
- ~ Activació de formularis d'entrada de dades de projectes i d'institucions convocants, que permetin de manera continuada (i no per via de crides temàtiques concretes) que es duguin a terme accions de *match-funding* amb l'aparellament dinàmic d'oferta i demanda de capital en borses de *match-funding*.
- ~ Avenç del desenvolupament de configuracions més versàtils per a la visualització i adaptació del *match-funding* a diferents tipus de contextos i d'usuaris, tot seguint l'exemple de nous algorismes que permeten mostrar el número mínim de micromecenats que calen per superar el mínim de finançament.

## IMPLICACIONS PER A L'APLICACIÓ DEL MATCH-FUNDING EN POLÍTIQUES PÚBLIQUES

Finalment, cal considerar com, més enllà de millores tècniques i de la necessitat d'avançar en l'estudi del comportament del model de *match-funding* en el finançament col·lectiu, hi ha tot un seguit de reflexions que cal fer en clau de la manera com les polítiques públiques actuals poden evolucionar per a un millor encaix amb aquesta modalitat híbrida de finançament, pel foment d'iniciatives culturals, creatives i socials, en general:

- ~ Beneplàcit i suport de més institucions (públiques o privades) que aportin capital de *match-funding* per multiplicar-lo, fet que ajudaria a generar més confiança en projectes concrets, i a la validació d'aquest model de finançament.
- ~ Una mancança actual sembla que és l'agilitat i la flexibilitat d'organitzacions públiques que han de resoldre internament la modalitat d'aportació a borses de *match-funding* gestionades des de la plataforma, i, també, per tal d'aconseguir un marc legal clar que garanteixi la transparència necessària a nivell pressupostari. Caldria treballar en la resolució d'aquest tipus de barreres per a la tramitació interna de convocatòries.



- ~ A causa de la necessitat que els impulsors de campanyes i la pròpia plataforma apliquin una gestió i una difusió basades en la transparència, caldria acompanyar-ho amb esforços equivalents de les institucions convocants (rendició de comptes, dades obertes sobre resultats en altres projectes semblants, o comunicació de quins equips o persones hi treballen en representació de les entitats).
- ~ Possibilitat d'experiències pilots en què partides econòmiques derivades de l'activitat de les institucions i/o els seus integrants (com ara fons comuns o solidaris, ingressos o romanents derivats d'activitats concretes, etc.) puguin formar part de borses individuals de *match-funding* associades a perfils concrets, un cop aquest tipus de funcionament sigui possible a les plataformes.
- ~ Exploració de la possibilitat de treballar en iniciatives conjuntes en què experiències pilot com ara pressupostos participatius, eines de presa de decisió democràtica o monedes socials, també es puguin aplicar en el context de campanyes de *match-funding* concretes.

176

## REFERÈNCIES

- BAECK, Peter, BONE, Jonathan i MITCHELL, Sam (2017): «Matching the crowd», *Nesta* <<https://www.nesta.org.uk/publications/matching-crowd-combining-crowdfunding-and-institutional-funding-get-great-ideas-ground>>. [Recurs en línia].
- BANNERMAN, Sara (2013): «Crowdfunding culture», *Journal of Mobile Media*, 7 (01), pàg. 1-30.
- BARNETT, Chance (2015): *Trends show crowdfunding to surpass VC in 2016*. Forbes
- DAVIES, Rodrigo, (2014): «Civic crowdfunding: participatory communities, entrepreneurs and the political economy of place». *SSRN*. <<https://ssrn.com/abstract=2434615> o a <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2434615>>. [Recurs en línia].

DAVIES, Rodrigo (2015): «Three provocations for civic crowdfunding», *Information, Communication & Society*, 18 (3): pàg. 342-355.

FONDEVILA GASCÓN, Joan Francesc, ROM RODRÍGUEZ, Josep, MATA MONFORTE, Judit, SANTANA LÓPEZ, Eva i MASIP MASIP, Pere (2015): «Crowdfunding as a formula for the financing of projects: an empirical analysis», *Revista Científica Hermes*, (14).

FUSTER MORELL, Mayo, SUBIRATS, Joan, BERLINGUER, Marco, MARTÍNEZ, Rubén i SALCEDO, Jorge (2015): *Procomún digital y cultura libre: ¿Hacia un cambio de época?*. Barcelona, Icaria Editorial, Ακαδημία 154.

GÖRSCH, Markus (2001): «*Komplementäre Kulturfinanzierung: das Zusammenwirken von staatlichen und privaten Zuwendungen bei der Finanzierung von Kunst und Kultur*», [dissertation.de].

177

IDEA Consult (2017): «Reshaping the crowd's engagement in culture». *Publications Office of the European Union*. <<https://publications.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/7e10916d-677c-11e7-b2f2-01aa75ed71a1/language-en>>. [Recurs en línia].

MOLLICK, Ethan, (2014): «The dynamics of crowdfunding: An exploratory study», *Journal of business venturing*, 29 (1): pàg. 1-16

SCHWIENBACHER, Armin i LARRALDE, Benjamin (2010): «Crowdfunding of small entrepreneurial ventures» (September 28, 2010): dins *Handbook of Entrepreneurial Finance*, Oxford University Press (pendent de publicació). [Disponible a SSRN: <<https://ssrn.com/abstract=1699183> o a <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1699183>>].

SENABRE, Enric (2015): «Goteo: Crowdfunding to build new Commons», dins *Patterns of commoning* (2015): Bollier, David, i Helfrich, Silke (eds.): Commons Strategy Group and Off the Common Press.

SOLERA NAVARRO, Fátima i FERNÁNDEZ-DELGADO, Florencio Cabello (2015): «Crowdfunding para la producción cultural basada en el procomún: el caso de Goteo (2011-2014)» / «Crowdfunding for commons-based cultural production: the case of Goteo (2011-2014)», *Historia y Comunicación Social*, 20(2): 447

VERGÉS PASCUAL, Ivan (2016): *Una API per a la plataforma de crowdfunding Goteo* <<http://upcommons.upc.edu/handle/2117/98788>>. [Recurs en línia].

SENABRE, Enric (2015): «Goteo: Crowdfunding to build new Commons», dins *Patterns of commoning* (2015): Bollier, David, i Helfrich, Silke (eds.): Commons Strategy Group and Off the Common Press.

ZOHRABYAN, Shavarsh, FERNANDES, Paula Odete, LOPES, Rui Pedro, GARCÍA, José Álvarez (2017): «Connecting funding to entrepreneurs: a profile of the main crowdfunding platforms», dins *Cooperative and Networking Strategies in Small Business*, Springer International Publishing, pàg. 97-129.

178

## MONEDES SOCIALS PER AL BÉ COMÚ I ACTIVITATS CULTURALS (SUSANA MARTÍN BELMONTE I YASUYUKI HIROTA)

6.4.

### INTRODUCCIÓ

De tots els criteris que es poden emprar per a la classificació dels diferents tipus de diners, un dels més rellevants a nivell pràctic n'és l'emissor, és a dir, qui crea els diners. Existeix una important diferència entre els diners convencionals i la resta. Allò que anomenem *diners convencionals* es refereix a diners emesos per l'Estat —o conjunt d'Estats, com en el cas de la Zona Euro—, el Banc Central i el sistema bancari, uns tipus de diners que, a més a més, solen tenir la característica de ser moneda de curs legal. La resta de monedes són les denominades *monedes socials i complementàries* (MSC).

179

Les MSC no es poden imposar. Es basen en l'acceptació voluntària que parteix d'un contracte explícit o implícit, en una proposta determinada de posada en valor de capacitats i recursos, o d'oferta d'un determinat avantatge al participant. Existeix una àmplia varietat de MSC, que poden ser emeses per tot tipus d'entitats o col·lectius. En aquest document ens centrarem en aquelles MSC que tenen l'efecte de contribuir al finançament del que es podrien denominar *externalitats positives* o el procomú, amb una particular atenció al finançament d'activitats culturals.

A continuació, exposarem alguns casos de finançament del procomú amb MSC que responen a esquemes monetaris molt variats. Hi ha casos com el de Chiemgauer de Baviera, que destina a finalitats socials un 3% dels euros corresponents a tota la moneda emesa. La turuta de Catalunya es posa en circulació quan es paga allò que es vol finançar. A tall d'exemple, la I Trobada Estatal de Monedes Socials i Complementàries es va celebrar el 2012 a Vilanova i la Geltrú,

es va finançar amb turutes, i va generar un tipus d'ingrés net com el que obté típicament l'emissor d'una moneda pel fet d'emetre-la, un concepte de benefici econòmic denominat *monedatge* —*señoreaje*, en castellà.

També tenim el cas de la moneda peix a Hondures, una moneda que s'emet pagant serveis necessaris per a la producció de biodièsel, amb la finalitat de reduir la dependència del petroli i les emissions de CO2 en aquell país. L'organització que l'emet, l'accepta en pagament quan es ven el biodièsel que produeix. Igualment, tenim altres exemples, com ara una cooperativa escolar a Argentina, que va crear una moneda per a l'articulació d'una forma de prepagament en espècie de la matrícula del col·legi. També, hi ha el collectiu brasiler Fora do Eixo, que utilitza un sistema d'intercanvi, similar a un sistema LETS, pel qual els membres es paguen mútuament tot tipus de serveis auxiliars i col·laboracions per a la producció musical, cinematogràfica o artística en general i això els permet pagar aquestes despeses sense l'ús de moneda convencional. A tall d'exemple: algú viatja a una altra ciutat per fer-hi un concert i s'allotja a la casa d'un altre membre del collectiu i li paga amb la moneda de la collectivitat, de manera que s'endeuta. Aquesta mateixa persona, en una altra ocasió, fa els cors per a un altre cantant en una actuació i rep el pagament de la mateixa manera i compensa, així, el seu deute. És freqüent que, a més a més, els ingressos rebuts es distribueixin entre tots els participants.

180

## MONEDES SOCIALS I COMPLEMENTÀRIES I TECNOLOGIA

La majoria de les experiències que exposem es gestionen o bé amb tecnologia digital convencional, o bé amb vals de paper. Encara que són molt recents, també existeixen interessants casos de monedes generades d'acord amb el protocol de cadena de bloc per a la contribució al procomú, el desenvolupament del qual convé seguir. Un exemple n'és solarcoin, creada l'any 2014 per al finançament de la instal·lació de generadors d'energies renovables. La seva cotització es pot seguir aquí: <https://coinmarketcap.com/currencies/solarcoin>. Un altre exemple n'és la recentment llançada Creativechain, una moneda destinada a la retribució de produccions culturals i creatives cedides a la comunitat, que ha obtingut vuitanta milions d'euros en el seu ICO (Initial Coin Offering) i que es pot seguir en el seu lloc web —<https://www.creativechain.org/proyecto>.

Ja sigui amb l'extracció d'una comissió en cada canvi amb el qual s'emet moneda, mitjançant el monedatge, amb el pagament en espècie o amb l'estalvi de moneda convencional a través d'intercanvis de col·laboracions i altres favors mutus, a continuació es mostren alguns casos en els quals les MSC, que són instruments que ofereixen finançament en general a les persones que els utilitzen, s'empren també per al finançament de diferents tipus de procomú.

## EXPERIÈNCIES

### 1. Chiemgauer (Alemanya)<sup>31</sup>

La chiemgauer es va engegar el 2003 a l'interior de Baviera —a les comarques de Rosenheim i Traunstein, i a la ciutat independent de Rosenheim— amb la finalitat d'impulsar l'economia regional i ajudar projectes socials a través de la donació. Avui dia, està gestionada per l'associació Chiemgauer —Chiemgauer i.V.<sup>32</sup> Aquesta MSC s'emet quan els consumidors dipositen euros —un chiemgauer = un euro— i aquests diners oficials es guarden per al reemborsament. El 3% es destina al projecte social que tria cada participant i el 2% es cobra com a comissió per al manteniment del servei d'aquesta moneda. Els consumidors gasten la moneda social en comerços registrats i els comerços tenen dues maneres de gastar-la: per una banda, poden reemborsar-la a la casa de canvi i només rebre'n el 95% del valor —100 chiemgauer = 95€; o, per l'altra banda, (b) poden gastar-la en un altre comerç i evitar-ne la pèrdua. El 5% de comissió és “prou alt per encoratjar-los a provar de gastar aquesta moneda, però prou baix perquè se sentin còmodes en el fet de saber que no hi perdran massa” (Peter North, 2010). A continuació, s'assenyalen els avantatges per a cada actor:

181

- ~ Consumidors: es pot donar el 3% de la seva despesa a comerços locals (si gasten 300€ al mes, es dona 9€ al mes) per a l'impuls del projecte que vulguin.
- ~ Projectes socials: donació dels consumidors com a ingrés addicional.

31 <http://www.chiemgauerinfo>.

32 <http://www.chiemgauerinfo/ueber-uns/chiemgauer-e-v>.

- ~ Comerços locals: augment de facturació, ja que l'acceptació d'aquesta moneda regional atreu consumidors conscients de la seva pròpia comunitat, a més de les publicitats que ofereix l'associació.

El 2014 la facturació total en aquesta moneda social va ser de 7.426.269€, i 2.159.927 € van ser canviats en chiemgauer<sup>33</sup>. El novembre de 2017, hi van participar 513 empreses i 268 associacions, i la massa monetària de chiemgauer va ser de 820.672€. Des 2005 a 2017, s'han donat 562.705,06 € a 281 projectes. El projecte més beneficiat ha obtingut 41.928,34€.

## 2. Sol (Capella de la Muntanya, Córdoba, Argentina)

La sol és una moneda que va néixer en el context de la Cooperativa escolar Olga Cossettini a Córdoba, Argentina. Aquesta escola va ser fundada per quaranta famílies que van voler que els seus fills rebessin una educació alternativa i artística, malgrat que els seus ingressos econòmics fossin limitats. L'any 1999 van fundar el Banc d'Hores Comunitari, que emetia la seva moneda social: la sol —la denominació inicial era *cosetones*—, amb la finalitat de permetre el pagament parcial de la matrícula en espècie. A cada família li calia pagar vuitanta pesos mensuals, dels quals trenta-cinc havien de ser en pesos —moneda oficial del país— mentre que la resta —quaranta-cinc pesos— podia ser pagat en la moneda sol. Només es podien obtenir amb alguna d'aquestes maneres:

- ~ Amb el dipòsit de bens al Banc d'Hores Comunitari (a tall d'exemple, si algú diposita una ampolla de vi que al mercat formal val cinc pesos, el banc li dona cinc sols i qualsevol persona amb cinc sols pot comprar aquest vi al Banc).
- ~ Oferta de treballs a la pròpia cooperativa (amb la cotització de tres sols per hora. A tall d'exemple, si algú treballa vuit hores com a paleta per a la cooperativa, li paguen vint-i-quatre sols).

Els pares pagaven parcialment la matrícula amb sols obtinguts d'aquestes maneres, i els bens i els serveis que aportaven els pares solien ser els adequats per al manteniment de l'escola o el consum del professorat. Posteriorment, el Banc d'Hores Comunitari es va obrir a persones de la comunitat que eren alienes a la cooperativa escolar (Marcelona Caldano, 2007, Ricardo Orzi, 2007, *ibiid.*, 2012).

## 3. Peix (Yoro, Hondures)

Aquesta moneda social es va implementar com a part del projecte Gota Verde, dissenyat per la fundació holandesa STRO amb la finalitat de promoure l'ús d'energia renovable, concretament el biodièsel, en un país en vies de desenvolupament que necessita gastar una part important dels seus ingressos en la compra de petroli. Es va fundar el consorci BYSA, amb diverses organitzacions, tant les hondurenyes com les estrangeres, per tal de dedicar-se a la producció de *jatropha* amb la finalitat d'augmentar l'autosuficiència energètica de la regió. BYSA va emetre la moneda social peix —equivalent al lempira, la moneda oficial d'Hondures— per a l'avançament del pagament del salari als seus treballadors i per al pagament dels seus proveïdors, que l'acceptaven i la gastaven en altres comerços de la regió. S'acceptava el peix dins de la comunitat gràcies a la seva convertibilitat en biodièsel. Entre febrer i desembre del 2009, es van emetre 107.646 peixos, dels quals circulaven uns 39.000 el 31 de desembre del 2009. Es va aconseguir la producció de 3.675 litres de biodièsel i 1.260 litres de PPO —*Pure Plant Oil*, en anglès. (Moers, 2010, Puente, 2010, Jan de Jongh i Flemming Nielsen, 2011).

## 4. Fora do Eixo (Brasil)<sup>34</sup>

El Circuito Fora do Eixo —*Fora de l'eix* en portuguès— és un collectiu cultural que existeix des del 2006 com a xarxa recíproca de músics en diferents ciutats brasileres per a la facilitació de la producció cultural. Els seus participants fan servir la galleda card, una moneda social que vol facilitar la prestació de serveis professionals i productes entre els membres de la xarxa. A tall d'exemple, els músics que lloguen un estudi de gravació paguen només el 30% del lloguer en reals —moneda oficial a Brasil— i el 70% restant en moneda social interna,

33 Font: [http://www.chiemgauerinfo/fileadmin/user\\_upload/dateien\\_verein/chiemgauer-statistik.pdf](http://www.chiemgauerinfo/fileadmin/user_upload/dateien_verein/chiemgauer-statistik.pdf).

34 <http://foradoeixo.org.br>.

que poden guanyar amb la duta a terme d'esdeveniments —com ara música en viu— i fer-ne el cobrament en aquesta moneda social, de manera que s'estableixin relacions recíproques. La moneda funciona d'una manera similar a la LETS, en què cada soci té el seu propi compte intern que registra els moviments de saldo (Bruno Poljokan i d'altres, 2011). Entre el 2006 i el 2012, el 85% del cost de les activitats culturals va ser cobert per aquest mitjà d'intercanvi (Marluce Jácome Morais, 2013).

### 5. Altres Monedes

La turuta, implementada a finals del 2010 a Vilanova i la Geltrú (Barcelona), funciona d'una manera similar a la LETS (una moneda basada en la confiança mútua), però se'n distingeix pel fet que no es permet que els socis ordinaris tinguin saldo negatiu. Només té possibilitat de dèficit la pròpia associació ECOL3VNG<sup>35</sup>, que s'encarrega de la gestió d'aquesta moneda social. Es crea la moneda quan l'associació aprova l'emissió de la moneda per a projectes socials (Miguel Yasuyuki Hirota, 2017).

184 La samen-doen és una moneda social, finançada per la Unió Europea i que s'ha implementat en els municipis holandesos de Tholen i Bergen op Zoom amb la finalitat de “millorar els nivells de servei i cura a nivell local, amb la millora de possibilitats perquè els grups vulnerables entrin al mercat laboral i la promoció de la qualitat de vida als barris”, i l'ajuda als residents a “fer una contribució real al seu barri i comunitat”. Els residents reben aquesta moneda quan fan bones accions, com ara, amb la participació en la neteja comunitària o amb l'assistència de gent gran, i la paguen en comerços locals o a altres residents per a l'impuls de l'economia col·laborativa. Malgrat el suport al 100% en euro, els residents no poden gastar tot el valor de la moneda social, sinó que necessiten donar almenys el 20% a un projecte social (Lydwien A. Batterink i d'altres, 2015).

### SUPORT DE LES MONEDES SOCIALS AMB FINALITATS DE CREAR PROCOMÚ

Com que els diners en general es basen en la confiança, al llarg de la història, diferents sistemes monetaris han buscat la justificació d'aquesta confiança en elements que la sustentin. Encara que, en l'actualitat, la moneda convencional es denomina *fiat* perquè està basada en la fe, no té cap suport més que la garantia d'una autoritat central —l'estat emissor. Les MSC solen emetre's sobre diferents tipus de suport. Esquematzat per Wild (2011), les monedes socials descrites en aquest article són classificades de la manera següent:

- ~ suport de moneda oficial: chiemgauer, samen-doen
- ~ suport d'altres bens i/o serveis: sol, peix
- ~ crèdit mutu: (galleda card) Fora do Eixo
- ~ creació per una autoritat central: turuta

### APLICACIÓ EN MATÈRIA DE POLÍTICA PÚBLICA

185 Existeixen diferents projectes finançats per la UE —Commonfare, B-Mincome, Vilawatt, etc.— que tenen per objectiu la promoció d'algun tipus de benefici cultural, social o mediambiental finançat amb MSC. Aquests projectes pilots estan enfocats a l'avaluació de l'impacte d'aquests instruments a l'hora d'aconseguir aquests objectius, i serà interessant avaluar-ne els resultats quan finalitzin.

L'engegada de MSC ofereix, potencialment, nombrosos beneficis, ja que permeten finançar de manera alternativa tot tipus d'infraestructures, bens o activitats destinades al bé públic. Tanmateix, la creació d'un instrument que una comunitat accepti com a pagament és un repte considerable, perquè aquesta comunitat ha de percebre el benefici d'acceptar en pagament un instrument diferent als diners convencionals, la qual cosa exigeix alta capacitat tècnica i comunicativa de l'equip impulsor, i moltes hores de treball amb les persones involucrades.

35 <http://associacioecol3vng.blogspot.com.es>.

## BIBLIOGRAFIA

BATTERINK, Lydwien i d'altres (2015): *Do it together! Co-creation, activating citizens and social cohesion in Samen-Doen* <[http://socialcurrency.sciencesconf.org/conference/socialcurrency/pages/do\\_it\\_together\\_co\\_creation\\_batterink.pdf](http://socialcurrency.sciencesconf.org/conference/socialcurrency/pages/do_it_together_co_creation_batterink.pdf)> [Recurs en línia. Última visualització: 13 de novembre de 2017]

CALDANO, Marcelo (2007): «La experiencia de la cooperativa escolar i banco de horas comunitario Olga Cossetini», dins *Moneda social y mercados solidarios. Potencial emancipador y pedagógico de los sistemas monetarios alternativos*. Plasencia, Adela i Orzi, Ricardo (comp.): Buenos Aires, Ciccus, pàg. 89-96

DE JONGH, Jan i Nielsen, Flemming (2011): *Lessons Learned: Jatropha for local development* <[https://energypedia.info/images/2/2f/en-lessons\\_learned-jatropha\\_for\\_local\\_development-jan\\_de\\_jongh\\_%28Arrakis%29.pdf](https://energypedia.info/images/2/2f/en-lessons_learned-jatropha_for_local_development-jan_de_jongh_%28Arrakis%29.pdf)> [Recurs en línia. Última visualització: 13 de novembre de 2017]

186 HIROTA, Miguel Yasuyuki (2017): *Monedas sociales y complementarias (MSCs): sus valores socioeconómicos para distintos stakeholders* <<https://www.educacion.gob.es/teseo/mostrarref.do?ref=1474710>> [Recurs en línia. Última visualització: 13 de novembre de 2017]

MOERS, Peter (2010): *Discovering new oil fields: Small-scale local biofuel production and use in rural Honduras. Results and lessons from the Gota Verda project in Honduras (2007-2009)* [Recurs en línia. Última visualització: 13 de novembre de 2017] <[https://ec.europa.eu/energy/intelligent/projects/sites/iee-projects/files/projects/documents/gota\\_verde\\_publishable\\_report\\_of\\_the\\_project\\_gota\\_verde\\_en.pdf](https://ec.europa.eu/energy/intelligent/projects/sites/iee-projects/files/projects/documents/gota_verde_publishable_report_of_the_project_gota_verde_en.pdf)>

MORAIS, Marluce Jácome (2013): *Por dentro do Fora do Eixo: uma das maiores redes de coletivos culturais do país* <<http://myrtus.uspnet.usp.br/celacc/sites/default/files/media/tcc/593-1587-1-pb.pdf>> [Recurs en línia. Última visualització: 13 de novembre de 2017]

ORZI, Ricardo (2007): «Utopía, base material y valores en la construcción de emprendimientos de economía social y solidaria: el caso de la cooperativa escolar y banco de horas comunitario Olga Cossetini», dins de *Moneda social y mercados solidarios. Potencial emancipador y pedagógico de los sistemas monetarios alternativos*, Plasencia, Adela i Orzi, Ricardo (comp.): Buenos Aires, Ciccus, pàg. 131-146

ORZI, Ricardo (2012): «La experiencia de la cooperativa y banco de horas de trabajo Olga Cossetini, Capilla del Monte, Córdoba», dins de *Moneda social y mercados solidarios II. La moneda social como lazo social*, Orzi, Ricardo (comp.): Buenos Aires, Ciccus, pàg. 239-257

POLJOKAN, Bruno i d'altres, (2011): *Fora do Eixo Card: The Brazilian System for the Solidarity Culture* <<http://sdocument.ish-lyon.cnrs.fr/cc-conf/conferences.ish-lyon.cnrs.fr/index.php/cc-conf/2011/search/presenters/viewdfcb.html?first-name=lenissa&middleName=&lastName=Lenza&affiliation=&country=BR>> [Recurs en línia. Última visualització: 13 de novembre de 2017]

187

PUENTE, Daniel (2010): *Redesigning Genomics, Reconstructing Societies: Local Sustainable Biotechnological Developments* <<http://dare.uvu.nl/handle/1871/15887>> [Recurs en línia. Última visualització: 13 de novembre de 2017]

WILD, Leonardo (2011): *El dinero o la vida. Una guía práctica para la alquimia monetaria*. Quito, Mayor Books

# BLOCKCHAIN I CULTURA

(MARC ROCAS)

## 6.5.

### INTRODUCCIÓ

#### Què és la *blockchain*?

La cadena de blocs o *blockchain* és una tecnologia que permet l'emmagatzematge de dades i l'execució de transaccions de manera oberta, pública, pseudoanònima, segura, neutral, immutable, i sense la necessitat de recórrer a terceres parts que actuïn com a mitjancers per tal de generar confiança. Les diferents transaccions, que contenen les dades, són validades pel node que les recull i s'inclouen en blocs de dades. Cada bloc fa referència al bloc anterior, i, per aquest motiu, es parla de *cadena de blocs*. La *blockchain* fa servir un mecanisme de consens per tal d'acceptar la inclusió en la cadena d'un nou bloc.

188

La tecnologia *blockchain* és una de les anomenades tecnologies DLT (Distributed Ledger Technologies). Per DLT, entenem aquelles tecnologies que permeten desar dades de manera immutable, distribuïda, sincronitzada entre nodes d'una xarxa, amb capacitats per a la garantia de transparència, privacitat i seguretat. Les DLT poden estar obertes al fet que qualsevol pugui incloure un node més a la xarxa, i parlem llavors de DLTs obertes o *permissionless*, o bé poden requerir d'una "invitació" per tal de poder incloure un node nou a la xarxa —aquest seria el cas en què parlem de DLTs tancades o *permissioned*. De la mateixa manera, la informació que contenen pot ser pública —accessible per a tothom indistintament—, o privada —accessible només per a actors prèviament determinats. Així, la *blockchain* és una DLT pública i oberta (*permissionless*). Hi ha diverses tecnologies DLT que utilitzen *blockchain*. Bitcoin n'és la més coneguda.

#### De què parlem quan fem servir la paraula *blockchain*?

Actualment, quan es fan servir els termes *blockchain* o DLT hi ha un cert abús del llenguatge, una certa confusió, i interessos de negoci. En determinats entorns, s'hi parla de tecnologia *blockchain* per referir-se a determinades xarxes que són,

en realitat, *permissioned* i/o privades, amb un afany de ser incloses sota el paraguai d'una nomenclatura molt coneguda, i, de la mateixa manera, en d'altres entorns, s'hi parla de DLTs per referir-se de manera genèrica a les *permissioned* DLT, quan, en realitat, com s'ha explicat anteriorment, la terminologia DLT les inclou totes, obertes i tancades. Es fa servir també el terme *blockchain* en plural per referir-se no a la tecnologia, sinó a les diverses xarxes que fan servir *blockchain*, i llegim, així, expressions del tipus: "les *blockchain* fan servir diversos sistemes de consens".

#### Situació actual

La firma consultora nord-americana Gartner publica, cada any, un informe en què situa les tecnologies més innovadores dins d'una corba anomenada *Hype Cycle for Emerging Technologies*. L'any 2017, Gartner situava la *blockchain* sortint ja del pic de les "expectatives inflades", i advertia que, malgrat que sembli el contrari, i tot i que no té cap dubte que la *blockchain* transformarà totes les indústries, la tecnologia és encara immadura, amb la majoria de projectes en fases alfa i beta<sup>36</sup>.

189

### LA BLOCKCHAIN I LES SEVES APLICACIONS EN EL MÓN DE LA CULTURA

Qualsevol aplicació potencial de les tecnologies DLT, i, en concret, de la tecnologia *blockchain*, es basa en les oportunitats sorgides a partir de l'aplicació d'una o més de les seves propietats, i, en concret, de les següents:

- ~ les transaccions monetàries amb criptomonedes
  - ~ la immutabilitat de les dades
  - ~ la no necessitat de terceres parts com a generadores de confiança, en el cas de *blockchain*
  - ~ la neutralitat i l'absència de censura de la xarxa
- A continuació, es descriuen algunes de les possibles aplicacions de la *blockchain* en el món de la cultura.

<sup>36</sup> <https://www.gartner.com/smarterwithgartner/top-trends-in-the-gartner-hype-cycle-for-emerging-technologies-2017>.

## Finançament de projectes

Les criptomonedes han permès l'aparició d'un nou sistema de finançament de projectes que es basa en el finançament col·lectiu anomenat "oferta inicial de moneda" o *Initial Coin Offering* (ICO), en anglès. Les ICOs consisteixen en l'obtenció de liquiditat a canvi de l'emissió d'uns *tokens* amb un valor prefixat, que s'emeten en forma de criptomoneda.

A diferència d'altres sistemes de finançament, les ICOs no donen cap dret o títol sobre l'empresa que les emet, més enllà del valor dels propis *tokens*. Igual que passa amb les campanyes de finançament col·lectiu, hi ha un interval de temps prefixat per a l'obtenció dels *tokens*, que es compren a canvi d'un pagament en criptomoneda, habitualment bitcoin o ether. Algunes ICOs fixen un topall de finançament per obtenir o *tokens* per emetre. En canvi, d'altres no ho fan.

A Espanya, hi ha hagut fins el moment dues ICO, una de les quals, la de Creativechain<sup>37</sup>, es va produir dins de l'àmbit de la cultura, i va aixecar 480.000€ el maig de 2017<sup>38</sup>. Durant el 2017, es van produir, fins a mitjan novembre, 218 ICOs, que han aixecat \$3,538,488,047<sup>39</sup>. El 2% d'aquest valor correspon a projectes de l'àmbit de la cultura. Durant tot el 2016, es van portar a terme 46 ICOs, que van aixecar \$96,389,917. Creative Chain és una plataforma descentralitzada de registre i distribució de continguts que certifica per sempre l'autoria i llicència de qualsevol obra o creació.

## Nous models de negoci

La remuneració dels artistes ha estat una temàtica controvertida durant els darrers anys. En el món de la música, l'aparició de les plataformes de subscripció com ara Spotify, Pandora, o Apple Music, hi han transformat el model de negoci musical, i molts artistes han vist com els ingressos que provenien de les vendes eren difícils d'anticipar<sup>40</sup>. Nombrosos projectes es plantegen l'aplicació de la *blockchain* per a la transformació del negoci musical, mitjançant l'eliminació de

terceres parts, és a dir, amb l'apropament de músics i consumidors<sup>41</sup>. Alguns dels projectes en aquest àmbit són Pledge Music<sup>42</sup>, o Mycelia<sup>43</sup>, aquest darrer impulsat per la cantant Imogen Heap.

## Micropagaments

Una de les opcions no només per als artistes musicals, sinó per als editors de contingut digital, a tall d'exemple, és la implementació dels micropagaments com a mètode per a la monetització de les seves creacions. La idea és sempre fer un cobrament d'una petita quantitat per la unitat mínima de transmissió de l'obra creada. En el món musical, per l'audició d'una cançó o fragment. En el món de l'edició digital, per la lectura d'un article, per exemple. Alguns exemples són: SatoshiPay<sup>44</sup>, que permet l'obtenció de petits pagaments per cada unitat mínima de contingut —descàrrega, segon de vídeo, vida extra d'un joc, etc.; Steemit<sup>45</sup>, que és una plataforma de publicació col·laborativa que remunera els continguts de més qualitat; o Brave<sup>46</sup>, que és un navegador web que permet la retribució dels continguts visitats i la monetització dels que s'han publicat. Una companyia neerlandesa, Publicism<sup>47</sup>, integra vàries de les propietats de *blockchain* per tal d'oferir un periodisme lliure de censura, anònim si es desitja, i amb remuneració a través de micropagaments.

## Criptomonedes com a mitjà de pagament

El mercat de la compravenda d'art està canviant ràpidament gràcies a les criptomonedes. Veiem-ne tres exemples molt diferents: Bit2Art<sup>48</sup> és una marxa d'art que ofereix una plataforma per a la compra i venda de peces d'art, i també serveis complementaris, com ara la custòdia de les peces adquirides; Cointemporary<sup>49</sup> és una galeria d'art contemporani en línia que ofereix una obra autèntica diferent, en format digital, només disponible durant deu dies, que s'ha de pagar en bitcoins; i, finalment, trobem el cas de la cantant islandesa Björk, que oferirà el seu darrer àlbum *Utopia* només a través d'Internet i en bitcoins<sup>50</sup>.

190

191

37 <https://www.creativechain.org>.

38 Canvi a euros de les criptomonedes que es van obtenir a tasa de canvi al maig de 2017.

39 <https://www.coinschedule.com/stats.php>.

40 <https://www.forbes.com/sites/quo-ra/2016/10/25/how-much-does-the-average-artist-earn-per-play-on-spotify/#dfbddf76e48b>.

41 <https://techcrunch.com/2016/10/08/how-blockchain-can-change-the-music-industry>.

42 <http://www.the-blockchain.com/2016/10/10/blockchain-can-change-music-industry-part-ii>.

43 <http://myceliaformusic.org>.

44 <https://satoshipay.io>.

45 <https://steemit.com>.

46 <https://brave.com>.

47 <http://www.publicism.nl>.

48 <http://www.bit2art.com>.

49 <https://cointemporary.com>.

50 <http://www.independent.co.uk/news/business/news/bjork-bitcoin-buy-new-album-utopia-digital-cryptocurrency-iceland-music-litecoin-dash-audiocoin-a8043691.html>.



## Atribució, autenticitat i procedència

Una de les característiques de la *blockchain* és que allò que s'introdueix en un bloc és immutable. Així, aquesta característica es pot fer servir per a l'enregistrament d'*emprentes* digitals d'obres d'art en un temps determinat, de manera que, en un temps posterior, se'n pugui demostrar la propietat. L'empresa esmentada anteriorment Creativechain, amb seu a Barcelona, és una plataforma descentralitzada de registre i distribució de continguts que certifica per sempre l'autoria i la llicència de qualsevol obra o creació. Altres exemples en són Ascribe<sup>51</sup>, Poet<sup>52</sup>, o Verisart<sup>53</sup>. Encara que, al contrari que Verisart, no tots aquests serveis ho comenten explícitament, el registre de les obres a *blockchain* permet determinar-ne la traçabilitat, és a dir, determinar-ne la procedència al llarg del temps en el cas de transmissions múltiples.

## Mecenatge i donacions

Tant el mecenatge com les donacions són freqüents en el món de la cultura. Giveth<sup>54</sup> és una plataforma amb seu a Barcelona que permet fer el seguiment de les donacions fetes i estar en contacte amb el seu destinatari.

## Titularització

La titularització d'obres d'art es refereix al mercat de les anomenades *securities* —en anglès—, que no són més que elements financers fungibles que representen un determinat valor. Determinats serveis, com ara Maecenas<sup>55</sup>, permeten l'adquisició d'una part d'una obra d'art, o, des de l'òptica contrària, la venda d'una obra d'art a un conjunt de petits inversors.

## Subhastes

El món de la cultura, i, en especial, de l'art, viu, freqüentment, la transmissió dels seus bens a partir de subhastes. Encara que el servei s'orienta a la transmissió de tot tipus de bens, Domraider<sup>56</sup> implementa un ecosistema per a la duta a terme de subhastes sobre *blockchain*.

51 <https://www.ascribe.io>.

52 <https://po.et>.

53 <https://www.verisart.com>.

54 <https://giveth.io>.

55 <https://www.maecenas.co>.

56 <https://www.domraider.io/en>.

## Temàtica artística

Finalment, *blockchain*, bitcoin, ethereum i, en general, les criptomonedes, són font, per elles mateixes, d'inspiració artística. Tres exemples en són, per una banda, els DAOWO Workshop series, que organitza l'empresa sense ànim de lucre Furtherfield<sup>57</sup>, on artistes, músics, tecnòlegs, enginyers, i investigadors s'uneixen per entendre com les *blockchain* es poden fer servir per a la construcció d'una cultura crítica, apoderada, i sostenible; per una altra, Rob Myers<sup>58</sup>, un artista que ha basat la seva obra en *blockchain* els darrers anys; i, finalment, el Plantoid de Primavera de Filippi<sup>59</sup>, una *planta* que és, en realitat, un *wallet* que es *rega* amb bitcoins, que reacciona, quan en rep, amb llums i colors, i que, alhora, finança el fet que, quan s'arribi a un llindar determinat, se'n pugui produir un altre —en allò que, seguint l'analogia, podríem interpretar com una reproducció per espores, i que és un mecanisme de finançament i distribució d'ingressos.

## POLÍTIQUES PÚBLIQUES RECOMANADES

### Difusió de l'ús de les criptomonedes entre la població

Si ens fixem, la gran majoria de les aplicacions esmentades anteriorment fan servir alguna criptomoneda. L'ús de criptomonedes implica un canvi de cultura respecte de la manera com fem servir els diners habitualment en les transaccions digitals —accés als nostres comptes bancaris, transferències en línia, pagaments en línia, etc. Paradoxalment, aquesta nova cultura és molt propera a la de la transmissió dels diners en paper. Cal trencar amb la barrera tecnològica que suposa la gestió de les carteres digitals (*wallets*), de les claus privades i públiques, de les adreces digitals, i la de les mesures bàsiques de seguretat que cal prendre per a la protecció dels nostres diners. En aquest sentit, cal desenvolupar entorns pràctics d'aprenentatge natural. Un d'ells, podria ser la implementació de monedes socials, en l'àmbit de les ciutats, sobre tecnologies DLT<sup>60</sup>.

57 <https://www.furtherfield.org/project/daowo-workshop-series>.

58 <https://robmyers.org/2016/04/05/art-and-the-blockchain>.

59 <https://youtu.be/5gMbhcGjGjY>.

60 Jané, Carme, «Barcelona tindrà la seva moneda digital per a ús social». Publicat a *El Periódico* el 14/11/2017. Disponible a: <http://www.elperiodico.cat/ca/barcelona/2017/11/14/barcelona-tindra-seva-monedas-digital-us-social-6423549>.

## **Foment micromecenatge com a fugida de la dependència de subvencions**

La crisi econòmica viscuda a partir de la gran recessió del 2008 ens ha ensenyat que el món de la cultura ha de minimitzar la seva dependència de les subvencions públiques. Cal buscar, doncs, altres alternatives per al finançament de projectes i organitzacions. Hem vist com les ICO són una alternativa privada de finançament dins de la categoria del finançament col·lectiu. El sector públic pot impulsar la duta a terme d'ICO's mitjançant el *match-funding*, que consisteix en l'aportació d'inversió pública en paral·lel a les aportacions que es recullen a través de la ICO —a tall d'exemple, en una relació un euro inversió per un euro ICO, fins arribar a un topall<sup>61</sup>.

Aquest mètode de finançament públic es pot lligar al compliment de fites temporals i de desenvolupament de projecte, a través de *smart contracts*<sup>62</sup>, que permetin l'alliberació de la inversió pública segons el projecte vagi avançant. La presència de la institució pública aporta confiança a l'inversor privat, i la temporització de la inversió pública segons les fites que s'han assolit actua com a incentiu per als impulsors del projecte, i, alhora, minimitza el malbaratament de recursos públics.

### **Creació de *sandboxes***

En termes informàtics, un *sandbox* és un entorn tancat i controlat que permet el desenvolupament d'un projecte o d'una tecnologia. Barcelona és actualment una ciutat referent en els camps cultural i tecnològic. Una política interessant seria la de l'estímul d'espais de cocreació entre ambdues comunitats, la cultural i la tecnològica, que donés com a resultats la identificació de nous camps d'aprenentatge, desenvolupaments de la tecnologia, la implementació de metodologies d'aprenentatge a l'abast de la ciutadania, i, finalment, funcionés com a font de proves i coneixement per al desenvolupament de la legislació.

61 Goteo. Publicat el 05/09/16. Disponible a: <https://ca.goteo.org/blog/6858>.

62 Un *smart contract* és una peça de codi que executa transaccions, prèviament definides i normalment monetàries, però no de manera exclusiva, si es compleix alguna condició establerta.

## **Cultura lliure i llicències Creative Commons**

Un dels problemes amb les llicències Creative Commons<sup>63</sup>, i, en concret, amb les llicències de cultura lliure, és el desconeixement posterior a l'assignació que en fan l'autor o els autors de l'obra creativa, del fet si l'ús que se'n fa és realment el previst i autoritzat a la llicència. La creació d'un sistema de registre públic d'obres Creative Commons, en l'àmbit de la ciutat, permetria quantificar la creació cultural, l'autenticació de les obres creades, i fer-ne un seguiment de la manera com es fan servir, alhora que donaria a conèixer i impulsaria la cultura lliure.

### **Producció comuna compartida**

La cultura viva es troba íntimament lligada al desenvolupament de models de cocreació entre parells, entre iguals. Aquests parells han de ser vistos no com a elements aïllats que s'agreguen en moments determinats, sinó com a part d'una xarxa de talent, coneixement, i transmissió de cultura, una xarxa viva en què els seus elements interactuen de manera continuada. Per tal de facilitar-ne la interacció física i també la virtual, cal desenvolupar comunitats capaces de compartir talent i recursos físics.

La *blockchain* permet la creació d'estructures de compartició de recursos entre creadors i artistes —temps, treball, un estudi, equips o eines, coneixement, etc.—, en què els elements característics de qualsevol plataforma són presents —plataforma que posa en contacte els membres de dos comunitats, mitjà de pagament, i mitjà de reputació i confiança. La proposta de política pública passa per la creació d'un espai d'espais, una xarxa de talent i recursos, que estigui apadrinada per polítiques públiques, però que esdevingui un mercat d'intercanvi de talent i recursos entre el món públic i privat, i, que, en una segona fase, sigui exportable a altres ciutats, de manera que el concepte perdi el seu confinament territorial i permeti interaccions entre nodes-ciutat de coneixement, talent i cultura.

63 <https://creativecommons.org>.

## CONCLUSIONS

La *blockchain*, en particular, i les DLT, de manera genèrica, tenen un ampli camp d'aplicació en el món de la cultura. Aquest informe identifica nou camps d'aplicació en l'àmbit cultural i elabora cinc recomanacions de polítiques públiques per al seu desenvolupament. La majoria dels camps d'aplicació comparteixen l'ús de criptomonedes. Si les monedes socials són una forma de posar els diners al servei de les persones, l'anàlisi de les diferents aplicacions de *blockchain* en relació amb la cultura ens ha fet veure que, com a diner, les criptomonedes poden ser utilitzades com a mitjà d'inversió i especulació, o bé com a mitjà que genera talent i coneixement. En aquest darrer aspecte, doncs, no és que haguem d'escollir entre monedes socials o criptomonedes, com alguns debats donen a entendre, sinó que les criptomonedes esdevenen una eina més eficient que les actuals monedes per a la duta a terme de projectes d'implantació de monedes socials.

Les recomanacions de polítiques públiques d'aquest informe ens mostren com la *blockchain* i la cultura poden treballar junts. D'una banda, la cultura esdevé un mitjà vehicular per a l'adopció de la nova tecnologia, i, de l'altra, la *blockchain* esdevé una eina per al desenvolupament d'una cultura més propera a les persones i capaç de ser viable econòmicament per ella mateixa. En aquest darrer sentit, l'administració pública deixa de fer un rol de suport econòmic a través de subvencions per esdevenir una facilitadora del desenvolupament cultural.

196

## BIBLIOGRAFIA

ANDERSON, Chris (2012): *Makers: the New Industrial Revolution*. Londres, Random House Business Books.

ANDERSON, Chris (2006): *The Long Tail: why the future of business is selling less of more*. New York, Hyperion Books.

ANDERSON, Chris (2004): «The Long Tail», *Wired*. <<https://www.wired.com/2004/10/tail>> [Recurs en línia].

ANHEIER, Helmut, Isar, Yudhishtir Raj (2008): *The Cultural Economy*. London, Sage.

BARBIERI, Nicolás (2015): «Més enllà de l'accés? Equitat cultural, gestió comunitària i polítiques públiques», *Interacció, Diputació de Barcelona* <<http://interaccio.diba.cat/blogs/2015/mes-enlla-acces-equitat-cultural-gestio-comunitaria-politiques-publicues>> [Recurs en línia].

BAUWENS, Michel, LACOMELLA, Franco, MENDOZA, Nicolas i d'altres, (2012): *Synthetic Overview of the Collaborative Economy*. P2P Foundation.

BENAVENTE, Rocío (2014): «Seriespepito ha caído: algunas páginas alternativas para ver series en Internet». *El Confidencial* (04/12/2014). <[http://www.elconfidencial.com/tecnologia/2014-12-04/seriespepito-ha-caido-aqui-tienes-algunas-paginas-alternativas\\_551972](http://www.elconfidencial.com/tecnologia/2014-12-04/seriespepito-ha-caido-aqui-tienes-algunas-paginas-alternativas_551972)> [Recurs en línia].

BENKLER, Yochai (2015): *La riqueza de las redes. Cómo la producción social transforma los mercados y la libertad*. Barcelona, Icaria Editorial.

BENYAYER, Louis-David, (coord.) (2016): *Open Models. Business Models of the Open Economy*. Cachan (França), Without Model.

BERRY, David M., VAN DARTEL, Michel, i d'altres (2012): *New Aesthetics, New Anxieties*. Rotterdam, V\_2 Institute for the Unstable Media.

BRIDLE, James (2011): *The New Aesthetic*. <<http://jamesbridle.com/about>> [Recurs en línia].

CASTRILLÓN ROLDÁN, Jairo Adolfo (ca. 2010): *Cultura viva comunitaria. Visibilización de un enfoque alternativo para la gestión cultural*, Lima (Perú), Puntos de Cultura.

CICERO, Simone (2016): «De los modelos de negocio al diseño de plataformas», *Platform Design Toolkit* <<http://platformdesigntoolkit.com/wp-content/docs/Platform-Design-Toolkit-Whitepaper-ESP.pdf>> [Recurs en línia].

198 CONSERVAS/X.NET, STICHTING KENNISLAND, WORLD-INFORMATION INSTITUTE i d'altres (2012): «Sustainable Models for Shared Culture. Case Studies and Policy Issues», *Barcelona, Ajuntament de Barcelona, European Commission – Culture Program* <[http://www.artfactories.net/IMG/pdf/SharedCulture\\_web.pdf](http://www.artfactories.net/IMG/pdf/SharedCulture_web.pdf)> [Recurs en línia].

CRAMER, Florian (2014): «What is 'Post-digital'?», *APRJA*, Volum 3, Issue 1 (ISSN: 2245-7755) <<http://www.aprja.net/post-digital-research>> [Recurs en línia].

CURRIER, James (2015): «From Social Networks to Market Networks», *Techcrunch* [Recurs en línia. Disponible a: <https://techcrunch.com/2015/06/27/from-social-to-market-networks>]

DiMAGGIO, Paul J. i Powell, Walter W. (1983): «The Iron Cage revisited: institutional isomorphism and collective rationality in organizational fields», *American Sociological Review*. Volum 48, Issue 2, pàg. 147-160 <<https://www.ics.uci.edu/~corps/phaseii/DiMaggioPowell-IronCageRevisited-ASR.pdf>> [Recurs en línia].

DOCTOROW, Cory (2014): *Information doesn't want to be free: laws for the Internet Age*. McSweeney's Publishing

DODD, Fiona (2012): «Women leaders in the creative industries: a baseline study», *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, Volum 4, Issue 2, pàg 153-178. <<https://doi.org/10.1108/17566261211234652>>. [Recurs en línia].

FLORIDA, Richard, (2002): *The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life*. Nova York, Basic Books

FONT, Judit, OJEDA, Helena i URBANO, Xavier (2015): «La gestión comunitaria en la economía social y solidaria», *Diagonal* (06/03/2015). <<https://www.diagonalperiodico.net/movimientos/25987-la-gestion-comunitaria-la-economia-social-y-solidaria.html>>. [Recurs en línia].

199 FUSTER MORELL, Mayo, SUBIRATS, Joan, BERLINGUER, Marco, MARTÍNEZ, Rubén i SALCEDO, Jorge (2015): *Procomún digital y cultura libre. ¿Hacia un cambio de época?*, Barcelona, Icaria Editorial.

GÁMEZ-PÉREZ, Carlos (2016): «New affective models of knowledge transmission on the Medialab-Prado as a trading zone», dins *Journal of Comparative Research in Anthropology and Sociology*, Volum 7, Issue 2.

GANAU, Joan, PAÛL, Daniel i RIERA, Pilar (2013): «La distribución de la economía creativa y del conocimiento en Catalunya. Dinámicas en los espacios metropolitanos y no metropolitanos», *Collecció Work in Progress*, núm. 2 - febrer 2013, Universitat de Lleida

HESMONDHALGH, David i BAKER, Sarah (2011): *Creative Labour. Media Work in three cultural industries*. Abingdon (UK), Routledge

HESS, Charlotte i OSTROM, Elinor (2016): *Los bienes comunes del conocimiento*. Madrid, Traficantes de sueños.

JENKINS, Henry (2006): *Convergence Culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Madrid, Editorial Paidós.

JENKINS, Henry (2009): *Fans, bloggers y videojuegos. La cultura de la colaboración*, Madrid, Editorial Paidós

Julie's Bicycle (2015): «*Circular Economy. How would an alternative circular economy work in the Arts and Culture?*». <<http://www.juliesbicycle.com/work/sustaining-creativity/circular-economy>> [Recurs en línia].

LÓPEZ CUENCA, Alberto (2016): *Los Comunes Digitales: nuevas ecologías del trabajo artístico*. Juárez (Mèxic), Editorial Remediabls, Centro de Cultura Digital

MONTANER, Josep Maria (2013): «Colectivos de arquitectos», *El País*, Opinión. <[https://elpais.com/ccaa/2013/02/06/catalunya/1360177819\\_587334.html](https://elpais.com/ccaa/2013/02/06/catalunya/1360177819_587334.html)> [Recurs en línia].

MORENO-CABALLUD, Luís (2015): *Cultures of Anyone: Studies on Cultural Democratization in the Spanish Neoliberal Crisis*, Liverpool (UK): Liverpool University Press

200

NESTA. (2006): *Creating growth. How the UK can develop world class creative businesses*. LONDRES (UK), Nesta

Observatori Metropolità de Barcelona. «*Comuns Urbans a Barcelona*». <<http://bcncomuns.net/es/about>> [Recurs en línia].

PEPPERELL, Robert i Punt, Michael (2000): *The Postdigital Membrane. Imagination, technology and desire*. Bristol (UK), Intellect.

PISANO, Gary P. i Shih, Willy C. (2009): «Restoring American Competitiveness», *Harvard Business Review*. <<https://hbr.org/2009/07/restoring-american-competitiveness>>. [Recurs en línia].

REID, Benjamin, ALBERT, Alexandra i HOPKINS, Laurence (2010): *A Creative Block? The Future of the UK Creative Industries*. Londres, The Work Foundation.

ROWAN, Jaron (2016): *Cultura libre de Estado*. Madrid, Traficantes de Sueños.

SERRA, Artur (2011): *Tres problemas sobre los living labs/laboratorios ciudadanos: una mirada desde Europa*. Citilab, i2Cat.

STACEY, Paul i PEARSON, Sara Hinchliff (2017): *Made with Creative Commons (to everyone)*. Copenhagen, Ctrl+Alt+Delete Books.

STOKFISZEWSKI, Igor (ed) (2017): *Culture and development. Beyond Neoliberal Reason*. Varsòvia (Polònia), Institute for Advanced Study in Warsaw.

THROSBY, David (2001): *Economía y Cultura*. Madrid, Akal / *Economics and Culture*. Cambridge (UK), Cambridge University Press (2001).

TROXLER, Peter (2010): *Commons-based Peer Production of Physical Goods. Is there Room for a Hybrid Innovation ecology?*. Rotterdam, Square One.

UZELAC, Aleksandra i Biserka, Cvjetičanin (2008): *Digital Culture: the changing dynamics*. Zagreb (Croàcia), Institute for International Relations

201

VIQUIPÈDIA: «Institucions Catalanes» a Europeana». <[https://ca.wikipedia.org/wiki/europeana#institucions\\_catalanes](https://ca.wikipedia.org/wiki/europeana#institucions_catalanes)> [Recurs en línia. Última consulta: 29/03/2017]

VV. AA. (2015): «Spaces for innovation, creativity and culture», *EconCult*, Universitat de València. [Llibre digital disponible a: <<http://www.uv.es/spaces>>]

VV. AA. (2012): «Transductores. Pedagogías colectivas y políticas espaciales» <<https://issuu.com/movs2012/docs/transductores>>. [Recurs en línia].

WAELDER, Pau(2013): *How to Sell Online Art and Make Millions of visits. A short guide for artists*. Autopublicat, S.a., SL.

YPRODUCTIONS (2009): *Innovación en Cultura. Una aproximación crítica a la genealogía y usos del concepto*. MADRID, Traficantes de Sueños.

YPRODUCTIONS (2009): *Nuevas Economías de la Cultura. PARTE1. Tensiones entre lo económico y lo cultural en las industrias creativas*, Madrid, YProductions

# ANNEX I. RELACIÓ DE PERSONES ENTREVISTADES

La relació de persones entrevistades és la següent:

- ~ Jaron Rowan. Expert en cultura lliure, investigador cultural, professor i coordinador de màster a BAU, Escola de disseny (09/03/2017).
- ~ Òscar Martínez Ciuró. Gestor cultural, expert en cultura lliure, coordinador de l'espai *MakerConvent* (22/03/2017).
- ~ Jordi Sellas. CSO Minoria Absoluta, exdirector general de l'ICEC, Generalitat de Catalunya (06/04/2017).
- ~ Osvaldo Riccardi. CEO a creaRSA (07/04/2017).
- ~ Pau Adelantado i Víctor Jiménez Teller. i2Cat, Catlabs, Canòdrom (26/04/2017).
- ~ Xavier Fina. Consultor empresarial especialitzat en cultura i director d'ICC Consultors (08/11/2017).
- ~ José Luis de Vicente. Investigador cultural i comissari, expert en innovació i cultura (09/11/2017).
- ~ Simona Levi. Activista social i cultural a X.Net, experta en cultura lliure (13/11/2017).

# GLOSSARI

## ÀMBIT TECNOLÒGIC

**Algoritme:** algorithme. Concepte matemàtic que es defineix com un “procediment de càlcul que consisteix a accomplir un seguit ordenat i finit d'instruccions que condueix, un cop especificades les dades, a la solució que el problema genèric en qüestió té per a les dades considerades”. [Diccionari]

**Big Data:** dades massives (en anglès). Són un conjunt de dades que pel seu volum, la seva naturalesa i la velocitat a què han de ser processades ultrapassen la capacitat dels sistemes informàtics habituals.

**Blockchain:** cadena de blocs (en anglès). És un tipus de tecnologia de registre distribuït o DLT. Segons la definició del Termcat, es tracta d'un “Registre distribuït dins el qual estan emmagatzemades cronològicament, en forma de blocs lligats els uns amb

els altres, les transaccions successives efectuades entre els seus usuaris, de manera verificable, permanent i anònima.” A la Viquipèdia hi trobem un article força complet sobre el terme, que el defineix com una “base de dades distribuïda, formada per cadenes de blocs dissenyades per evitar-ne la modificació un cop que una dada ha estat publicada; emprant un segellat de temps fiable i enllaçant a un bloc anterior”. En totes dues fonts s'esmenta que el terme *cadena de blocs* es va emprar per primera vegada el 2009 per bitcoin.

**DLT, Distributed Ledger Technologies:** tecnologies de registre distribuït (en anglès). Consisteix en una base de dades gestionada per diversos participants i que no està centralitzada. No existeix una autoritat central que exerceixi d'àrbitre i verificador. [Wikipedia, en anglès. Blog BBVA]

**Free:** lliure (en anglès). “L’adjectiu *lliure*, en el sentit que permet lliurement la redistribució, és aplicable igualment a altres tipus de productes i coneixements, en especial a les dades.” [Termcat]

**FOSS o FLOSS, Free/Libre and Open Source Software:** sigles (en anglès), programari lliure. El programari es distribueix gratuïtament als usuaris i aquests poden utilitzar-lo, modificar-lo i redistribuir-lo sense restriccions, sempre citant els autors i en les mateixes condicions que la distribució original. Per tant, es tracta d’aquell programari en què es donen tant les condicions perquè pugui ser considerat de codi obert, com de lliure distribució. Podeu consultar a Wikipedia un article on es comparen les característiques i requisits del programari obert i de codi obert.

**Hardware:** maquinari (en anglès). “Conjunt dels elements materials dels sistemes electrònics digitals, complementàriament al programari.” [Termcat]

**Hub:** concentrador (en anglès). Dispositiu, situat en el punt central d’una xarxa de telecomunicacions, que aplega les dades que hi circulen i les distribueix entre els seus nodes. [Termcat]

**IoT:** acrònim de Internet of Things, en anglès, ‘Internet de les coses’. És un terme d’informàtica que fa referència a una xarxa d’objectes propis de la vida quotidiana que estan interconnectats per internet.

**Mods:** modificacions. Abreviatura de *modifications*, en anglès. Modificacions que es poden fer en el codi original d’un videojoc, un cop ja s’ha publicat, per ampliar les possibilitats de joc (per exemple, incorporar al joc original nous objectes, nous personatges o modes de joc). Si aquestes modificacions són creades pels desenvolupadors dels videojocs originals, s’anomenarien extensions. [font]

**Open:** en obert (en anglès). “Dit de la transmissió d’informació que no està codificada i a la qual pot accedir qualsevol usuari per mitjà d’un sistema de telecomunicacions.” [Termcat]

**Open-source software:** programari de codi obert (en anglès). “Programari el codi font del qual és accessible i modificable, generalment amb la condició de distribuir també el codi font d’aquestes modificacions en les mateixes condicions en què es distribueix el codi font original.” [Termcat]

**p2p, peer to peer:** xarxes d’igual a igual (de l’anglès). “Dit de la tecnologia d’intercanvi de fitxers que permet que els processadors d’una xarxa es puguin comunicar directament entre si sense passar per un servidor central que redistribueixi les dades.” [Termcat]

**Banca ètica:** “entitats bancàries que apliquen els principis de les finances ètiques, és a dir, aquelles que tenen per objectiu fer compatible la rendibilitat financera i econòmica amb l’assoliment d’objectius socials i ambientals”. [Viquipèdia]

**Business Intelligence:** intel·ligència empresarial (en anglès). Segons recull la Viquipèdia, “són el conjunt d’estratègies i eines enfocades a l’administració i creació de coneixement mitjançant l’anàlisi de dades existents a una organització o empresa”.

**Copyright:** conjunt de llicències que s’han creat, en oposició a les lleis que protegeixen els drets d’autor (*copyright*). Va néixer en l’entorn de

**Software:** programari (en anglès). “Conjunt dels programes i de les dades que governen el funcionament d’un processador” [Termcat]

**TIC:** Tecnologies de la Informació i la Comunicació. “Conjunt de tecnologies utilitzades per a processar i transmetre informació en format digital.” [Enciclopèdia Catalana]

## ÀMBIT ECONÒMIC

de desenvolupament de programari, però actualment aquestes llicències s’apliquen a tot tipus de camps. En termes generals, les llicències *copyleft* utilitzen la legislació pròpia dels drets d’autor per a assegurar que cada persona que rep una còpia o obra derivada pugui fer servir, modificar, i també redistribuir tant el treball com les seves versions derivades. Tot i així, hi ha diferents tipus de llicències, que estableixen diferents graus de llibertat. En són exemples la Llicència Pública General (en anglès, GPL), específica per a programari, o les llicències Creative Commons.

**Copyright:** drets d’autor (en anglès). Conjunt de drets morals i d’explotació que té l’autor d’una obra literària,



artística o científica i que s'expressa avantposant el seu nom al símbol ©, amb la precisió del lloc i l'any de divulgació de l'obra. [Termcat]

**Criptomoneda:** prové del terme anglès *cryptocurrency*. Moneda digital independent de qualsevol autoritat que basa la seva seguretat en mecanismes criptogràfics i de consens entre els usuaris. [Termcat] El primer cas que va començar a operar va ser el Bitcoin (2009).

**Crowdfunding:** finançament col·lectiu (en anglès). És un mecanisme col·laboratiu de finançament de projectes. En comptes de recórrer a entitats financeres, els promotors d'un projecte recorren al públic en general per captar donacions econòmiques o altres tipus de participacions socials que puguin fer viable el projecte. Aquestes donacions acostumen a ser reduïdes i cal la participació de molts donants per a aconseguir el finançament necessari. D'aquí, el terme *col·lectiu* (o *crowd*, que en anglès, estrictament, significa *multitud*).

**Crowdticketing:** tipus d'iniciativa col·laborativa que busca adaptar l'oferta de projeccions de pel·lícules en sales a la demanda del públic. Mitjançant una plataforma virtual, s'ofereixen un conjunt de pel·lícules,

hi ha d'haver un mínim de persones interessades en assistir a una projecció perquè aquesta es faci. A Espanya una de les principals plataformes de *crowdticketing* és Screenly.

**Match-funding:** finançament coincident (en anglès). Variant de finançament col·lectiu (*crowdfunding*) que posa en contacte programes de finançament d'institucions (públiques i privades) amb la societat civil i la ciutadania en general. Es planteja com una manera de reactivar la corresponsabilitat en la distribució de recursos. Les institucions ofereixen, mitjançant una plataforma virtual (per exemple, Goteo), un pressupost per a un sector d'inversió (educació, cultura, salut, medi ambient...) i s'obre una convocatòria perquè les entitats hi presentin les seves iniciatives. A mesura que els projectes seleccionats reben finançament de la ciutadania, les institucions multipliquen aquestes donacions proporcionalment.

**MSC, Moneda Social Complementària:** és un instrument monetari (sistema de canvi) que és creat i utilitzat per comunitats, col·lectius i particulars amb la finalitat de facilitar l'intercanvi de béns i serveis. El terme MSC és la combinació de les expressions "monedes socials" (Primavera, 1999; destaca els efectes

d'inclusió social de determinades pràctiques d'intercanvi) i "monedes complementàries" (Lietaer, 1998; en un informe entregat a la Comissió Europea, destacava el foment de la cohesió social, en contraposició al benefici del capital financer, propi de la moneda convencional). [font: article Hirota a Oikonomics]

**ICO, Initial Coin Offering:** oferta inicial de moneda (en anglès). Tipus de finançament col·lectiu o micromecenatge que utilitza criptomonedes. [Wikipedia, en anglès]

**PIME:** sigles de petita i mitjana empresa. Es considera a partir del nombre de treballadors que té l'empresa, amb uns barems que s'estableixen generalment a nivell estatal.

**Start-up:** empresa emergent (en anglès). En l'àmbit de les TIC, el Termcat recull que es tracta d'una "empresa, generalment petita, que sorgeix amb l'impuls de les tecnologies de la informació i la comunicació i que registra un accelerat ritme de creixement amb l'objectiu de revalorar en borsa.

## ÀMBIT SOCIOLOGIA

**Apoderament:** equivalent de la forma anglesa *empowerment*. Fa referència "al procés pel qual una persona o un grup social adquireixen els mitjans per enfortir el seu potencial en termes econòmics, polítics o socials". [Termcat].

**Biohacking:** paraula d'origen anglès que fa referència al moviment que, en sintonia amb la filosofia *hacker*, explora la modificació del cos mitjançant la implantació de dispositius tecnològics i/o cibernètics, o de

derivats químics, amb la finalitat de millorar o canviar les funcions corporals i les capacitats sensorials

**Ciència ciutadana:** quan els ciutadans contribueixen activament en almenys una fase o etapa d'una recerca científica, ja sigui proveint dades a l'equip investigador, donant suport al coneixement amb les seves eines o recursos, o contribuint amb el seu esforç intel·lectual.

**Cosplay:** paraula d'origen anglès, contracció de *costume play*. Segons recull el Termcat, és una “pràctica consistent a disfressar-se d'un personatge de ficció d'un còmic, un videojoc o una pel·lícula d'animació, especialment dels gèneres del *manga* i l'*anime*, sovint en el marc d'una fira o d'un altre esdeveniment públic”. Segons la Viquipèdia, aquesta pràctica té el seu origen en el Comic Market que se celebra a Japó des dels anys 70.

**Cultura maker:** de l'anglès, *maker* o 'persona que fa'. Subcultura contemporània del moviment DIY que es centra en la creació de dispositius tecnològics i en la confluència d'àmbits com l'enginyeria, l'electrònica o la robòtica, amb disciplines més tradicionals, com la metallúrgia, la fusteria o l'artesania. [Wikipedia, en anglès]

**DIY:** sigles del terme anglès *Do It Yourself*, que significa 'fes-ho tu mateix'. Moviment d'acció pràctica que promou la fabricació, reparació, millora i reutilització d'objectes, amb recursos a l'abast i mitjançant la cooperació i col·laboració entre persones. Respon a un esperit ètic de crítica al consumisme massiu i a l'alienació de la persona respecte la provisió d'estrís i objectes que necessita per al seu dia a dia.

**Fab Lab:** acrònim del terme anglès *Fabrication Laboratory*. El concepte neix com una extensió educativa d'un programa de recerca del MIT, Massachusetts Institute of Technology (EUA). És un taller de desenvolupament tecnològic i experimentació que vol proporcionar estímuls per a l'emprenedoria local. Però és també “un espai per a l'aprenentatge i la innovació: un lloc per jugar, crear, aprendre, orientar, inventar”. Hi participa una comunitat global d'estudiants, educadors, investigadors, creadors i altres perfils que constitueixen una xarxa d'intercanvi de coneixements, eines i processos. [font: Fab Foundation]

**Fandom:** paraula d'origen anglès, derivada de la paraula fan (així com de *King* -rei- es forma *kingdom* -regnat-, en anglès, de *fan* es forma *fandom*; sense equivalent a la nostra llengua). Segons la Viquipèdia, fa referència “al conjunt d'aficionats a un passatemps, persona o fenomen en particular”. S'ha estès més l'ús del terme per a referir-se a aficionats a ciència-ficció i literatura fantàstica. També, “se sol aplicar aquest terme a les comunitats d'Internet que discuteixen temes relacionats amb la seva afició”.

**Grassroots:** moviment de base, en anglès. Forma d'associació constituïda pels membres d'una comunitat que utilitzen l'acció col·lectiva a nivell local per provocar un canvi a nivell local, regional, nacional o internacional. El terme té el seu origen als EUA, on grups de voluntaris d'una comunitat s'ajuntaven per recaptar suports a candidats polítics. [Wikipedia, en anglès]

**Informacionalisme:** terme creat per Manuel Castells que fa referència a un paradigma tecnològic que ve a substituir el paradigma industrial. Les noves tecnologies de la informació i la comunicació senten la base per a una nova estructura social, que dona lloc a una *societat xarxa*.

**Mainstream:** corrent o tendència majoritària (en anglès).

**Procomú** (*commons*, en anglès): conjunt de béns o recursos (de qualsevol tipus) que es comparteixen en una comunitat. Com a pràctica, fa referència al conjunt de valors que es comparteixen i les estratègies que es duen a terme per a la seva sostenibilitat. [Viquipèdia]

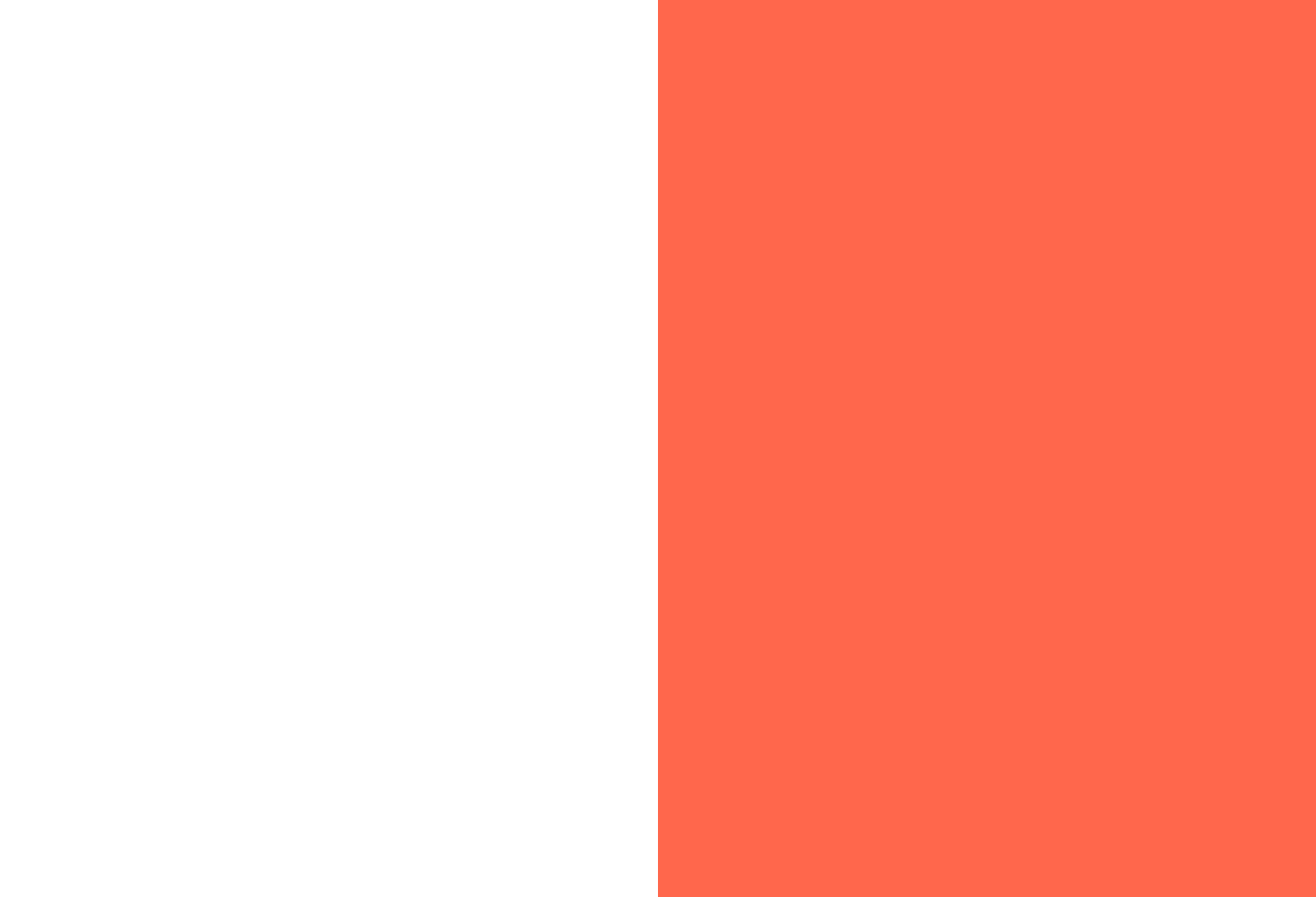
**Science shops:** organitzacions (normalment vinculades a una universitat o centre de recerca) de caràcter participatiu i sense ànim de lucre on la ciutadania pot formular demandes de coneixement a la comunitat científica.





Tots els continguts i el material associat a aquest informe estan subjectes a una llicència de reconeixement d'autoria i de compartició amb la mateixa llicència.







L'anàlisi de models econòmics emergents i de com s'estan relacionant amb noves modalitats de producció cultural obre un camp ampli d'innovació i experimentació. Què pot suposar per a la cultura de la ciutat? Com podem afavorir aquestes relacions i connexions? La recerca "Una nova economia per a una nova cultura" combina l'estudi i la caracterització de la innovació cultural amb un procés creatiu en què han participat persones i entitats de referència de l'àmbit de Barcelona. També, les aportacions d'experts i expertes que aprofundeixen en conceptes clau, com ara *blockchain* o *matchfunding*.

**DIMMONS**  
Digital Commons Research Group

**UOC** Universitat Oberta  
de Catalunya



**Ajuntament  
de Barcelona**