



UNIVERSIDAD DE
COSTA RICA

EBCI

Escuela de
Bibliotecología y Ciencias
de la Información

e-Ciencias de la Información

Crowdfunding como alternativa para el financiamiento de proyectos en bibliotecas: Una oportunidad frente a los recortes presupuestarios

Rodolfo Antonio González-Matamoros y Angie Torres-Guillén

Recibido: 18/02/2022 | Corregido: 01/04/2022 | Aceptado: 05/05/2022

e-Ciencias de la Información, volumen 12, número 2, Jul-Dic 2022

DOI: <http://dx.doi.org/10.15517/eci.v12i2.49769>

ISSN: 1649-4142



¿Cómo citar este artículo?

González-Matamoros, R. y Torres-Guillén, A. (2022). *Crowdfunding* como alternativa para el financiamiento de proyectos en bibliotecas: Una oportunidad frente a los recortes presupuestarios. *e-Ciencias de la Información*, 12(2). doi: [10.15517/eci.v12i2.49769](https://doi.org/10.15517/eci.v12i2.49769)

Crowdfunding como alternativa para el financiamiento de proyectos en bibliotecas: Una oportunidad frente a los recortes presupuestarios

Crowdfunding as an alternative for financing projects in libraries: An opportunity in the face of budget cuts

Rodolfo Antonio González-Matamoras¹  y Angie Torres-Guillén² 

RESUMEN

Esta investigación nace debido a los recortes presupuestarios que sufre el sector cultural en Costa Rica, en particular como una alternativa de financiamiento a los proyectos que ejecutan las bibliotecas. Su objetivo principal es describir las oportunidades que ofrece el *crowdfunding* como método alternativo de financiamiento en las bibliotecas públicas y académicas para el desarrollo de proyectos sociales. Desde un enfoque cualitativo, se realiza una revisión bibliográfica con alcance descriptivo. Por tanto, se recopilan artículos y tesis sobre *crowdfunding* en bibliotecas públicas y académicas, asimismo es mediante el cuadro de categorías de análisis que se interpretan los principales puntos de interés para la investigación. Los resultados reflejan la efectividad y adaptabilidad de la implementación de campañas de *crowdfunding* de donación para la recaudación de fondos en bibliotecas de acuerdo a sus necesidades. Se concluye que en una campaña de este tipo se debe considerar el tiempo estimado para la recaudación de fondos, la adecuada gestión de las redes sociales, una excelente selección del tipo y plataforma de *crowdfunding*, así como de las habilidades y competencias de las personas a cargo. Los profesionales en bibliotecología deben utilizar el potencial de las TIC en tiempos de austeridad para aprovechar el *crowdfunding* como una alternativa de financiamiento que permite ejecutar más y mejores proyectos.

Palabras Clave: *Crowdfunding en bibliotecas, Financiamiento de bibliotecas, Bibliotecas públicas, Bibliotecas académicas.*

1 Estudiante de Lic. Bibliotecología y Gestión de la Información, Universidad Nacional, Heredia, COSTA RICA, rodolfoagmat@gmail.com

2 Estudiante de Lic. Bibliotecología y Gestión de la Información, Universidad Nacional, Heredia, COSTA RICA, angietorresg14@gmail.com

ABSTRACT

This research was born due to budget cuts suffered by the cultural sector in Costa Rica, as a financing alternative to the projects carried out by libraries. Its main objective is to describe the opportunities offered by crowdfunding as an alternative method of financing in public and academic libraries for the development of social projects. From a qualitative approach, a bibliographic review with a descriptive scope is carried out. Therefore, articles and theses on crowdfunding in public and academic libraries are compiled, through the table of analysis categories; the main points of interest for the investigation are interpreted. The results reflect the effectiveness and adaptability of the implementation of donation crowdfunding for fundraising in libraries according to their needs. It is concluded that in a campaign of this type, the estimated time for fundraising, the proper management of social networks, an excellent selection of the type and platform of crowdfunding, as well as the skills and competencies of the people involved should be considered. Library professionals must use the potential of ICT in times of austerity to take advantage of crowdfunding to execute more and better projects.

Keywords: *Library crowdfunding, Library funding, Public libraries, Academic libraries.*

1. INTRODUCCIÓN

En un sistema financiero, en el que no se valoran las bibliotecas y su función dentro de la sociedad, dichas entidades se ven obligadas a buscar medios para seguir brindando los múltiples servicios, actividades culturales y recreativas que la ciudadanía se merece. Se trata entonces de un derecho cultural para el desarrollo cívico e intelectual de la población.

Es por esta razón que se abordará el tema de *crowdfunding* aplicado en bibliotecas, no sin antes ahondar en términos que van de la mano con este tema y que son fundamentales para su comprensión. En ese sentido se realizará un análisis de datos sobre la teoría expuesta por diversos autores, de acuerdo con los objetivos de la investigación.

El principal problema que aborda este artículo es la frecuente falta de recursos económicos para llevar a cabo actividades dentro de las bibliotecas públicas, así como académicas, lo anterior producto de los recortes presupuestarios. La importancia de abarcar este fenómeno es brindar una alternativa para la recaudación de fondos mediante las tecnologías de la información y la comunicación que contribuya a la continuidad y el disfrute de servicios, así como actividades y proyectos para la comunidad usuaria de las unidades de información.

El objetivo de este estudio es describir las oportunidades que ofrece el *crowdfunding* como método alternativo de financiamiento en las bibliotecas públicas y académicas para el desarrollo de proyectos sociales. Para lograr lo anterior, el artículo propone dos objetivos específicos: a) identificar la aplicación y oportunidades que ofrece el *crowdfunding* para las tipologías de bibliotecas mencionadas anteriormente y b) reconocer los tipos y las plataformas de *crowdfunding* en que podrían desarrollarse campañas de este tipo.

1.1 Antecedentes

El *crowdfunding* es un tema tratado frecuentemente a nivel empresarial, su propósito principal es crear métodos para la recolección de dinero, así como patrocinadores, con la intención de desarrollar una actividad en específico. Para conseguir esto, se busca que las partes involucradas se vean beneficiadas. Por su parte, el término *crowdfunding* fue utilizado por primera vez en 2006 por Michael Sullivan en su blog fundavlog y se define como:

Una convocatoria abierta, fundamentalmente mediante internet, para solicitar recursos financieros, ya sea en forma de donación o a cambio de algún tipo de recompensa y/o derechos de voto, con el fin de apoyar proyectos específicos o nuevos negocios. El crowdfunding constituye así un tipo de crowdsourcing, término amplio que describe el proceso de conectar con grandes grupos de personas mediante internet para utilizar sus conocimientos, experiencia, tiempo o recursos. (Gallardo et al., 2015)

Seguidamente, en el año 2008 Jeff Howe y Mark Robinson en su artículo "The rise of crowdfunding" lo plantean como un método de financiación colectiva de proyectos, además se conocen ejemplos antiguos de la época de Mozart y Beethoven, en donde financiaron conciertos y publicaciones de nuevos manuscritos musicales en el siglo XVIII a través de suscripciones previas de los interesados en adquirir dicho material (Mora & Valverde, 2019, p. 12).

En sí, el *crowdfunding* se basa en un modelo de captación de recursos, adaptable a cualquier organización que desee o tenga la iniciativa de poner en marcha un proyecto, pero que no disponga de los recursos económicos para realizarlo. En este sentido, dicho método se encarga de reunir las personas e instituciones necesarias para poner en marcha cierta actividad. Para ello, se hace uso de redes sociales, o plataformas virtuales, por ser estas las más utilizadas por las personas debido al auge de las tecnologías de información y comunicación (TICs).

La literatura reconoce diversas aplicaciones del *crowdfunding*, tales como las que señalan Camacho et al. (2015): utilizada como actividad financiera para obtener recursos en un plazo temporal determinado y, con los fondos recolectados, ejecutar cierto proyecto; para reconocer aquellas ideas de proyectos que bien vale financiar; debido a su potencial basado en las TIC también se utiliza para generar una idea que traería beneficios sociales.

En lo que respecta al campo bibliotecario, sus aplicaciones van desde el financiamiento de proyectos de animación a la lectura, el fomento de la inclusión digital y la democratización al acceso a TIC por medio de la adquisición de fondos para la compra de equipo que será utilizado por la comunidad usuaria, puesta en marcha de actividades afines al campo bibliotecario, resguardo del patrimonio cultural y bibliográfico, mejoras necesarias dentro de la unidad de información para proveer algún servicio innovador, entre muchas otras.

Por otra parte, la problemática en Costa Rica se aprecia mediante un comunicado de prensa emitido el 19 de octubre; en el que el Ministerio de Cultura y Juventud de Costa Rica (2020) menciona que:

Una serie de mociones presentadas por diputados de la Comisión de Asuntos Hacendarios de la Asamblea Legislativa, que pretenden recortar hasta €6.400 millones de colones del presupuesto 2021 del Ministerio de Cultura y Juventud (MCJ), llevaría a cierres técnicos a diversas instituciones y programas del MCJ o comprometer sus mandatos de ley, ante la falta de recursos económicos para atender las obligaciones ahí consignadas. (p. 1)

El recorte anterior que se pretende realizar al Ministerio de Cultura y Juventud afectará a muchas instituciones y repercutirá directamente en la población costarricense, puesto que son a quienes va dirigido este presupuesto. Recursos que están orientados a solventar y apoyar las diversas manifestaciones culturales. Entre las instituciones que se verían afectadas, de acuerdo con el Ministerio de Cultura y Juventud (2020), destacan:

- El Colegio de Costa Rica, que perderá todo su presupuesto para el fomento a la lectura.
- La Dirección de Cultura, que se verá imposibilitada de realizar trabajos en territorios.
- El Sistema Nacional de Bibliotecas, que se vería obligado a cerrar bibliotecas públicas.
- El Sistema Nacional de Educación Musical, que tendría que cerrar escuelas.

Entre las consecuencias de estos recortes, se identifican las siguientes: despidos de al menos 16 profesores en el Centro Nacional de la Música, quienes atienden niños, niñas y jóvenes; el Museo de Arte y Diseño Contemporáneo anunció su cierre técnico al imposibilitar pago de servicios básicos; a su vez el Teatro Nacional de Costa Rica enfrentaría el cierre técnico a partir del segundo semestre del año 2021, de aprobarse las mociones de recorte (Ministerio de Cultura y Juventud, 2020).

Dada la situación expuesta, la Universidad de Costa Rica, a través de un escrito, hizo un llamado a la ciudadanía y al parlamento, donde se manifiesta al gabinete que, al momento de votar, no avalen el recorte aprobado en Comisión de Hacendarios para el Ministerio de Cultura y Juventud. Además, menciona que la ciudadanía debe manifestar ante la Asamblea Legislativa su preocupación y rechazo al recorte, pues afecta especialmente a los sectores más vulnerables y con menos oportunidades de nuestra sociedad y que, pese a tal condición tienen derecho a un desarrollo cultural de calidad (Araya, 2020).

Ante este panorama, surge la necesidad de implementar medidas para solventar todos esos gastos que son necesarios para el buen funcionamiento de las instituciones, entre ellos el objeto de estudio de este artículo: el *crowdfunding*, como una fuente de ingreso alternativa para mejorar la estabilidad económica y el desarrollo de las actividades, así como proyectos que realizan las bibliotecas públicas y académicas.

2. REFERENTE TEÓRICO

En pleno siglo XXI existe una infinidad de medios de comunicación y herramientas que permiten a toda la población estar en contacto con sus seres queridos, pero sobre todo para mantenerse informados sobre temas de interés, tanto nacional como internacionalmente, a esto se le denomina Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC). El Departamento Administrativo Nacional de Estadística de la República de Colombia (2003) las define como: “el conjunto de instrumentos, herramientas o medios de comunicación como la telefonía, los computadores, el correo electrónico y la Internet que permiten comunicarse entre sí a las personas u organizaciones” (p. 13). Respecto a esto, es importante mencionar que conforme va evolucionando la tecnología y los medios digitales, van surgiendo nuevas herramientas de comunicación en la población a las que se deben adaptar para no quedar rezagadas.

Entre los medios de comunicación más importantes en la actualidad se pueden mencionar las redes sociales, siendo las más utilizadas por la población, específicamente entre jóvenes y adultos, quienes las utilizan como un medio de interacción social para estar en contacto con sus amigos y familiares; así como para conocer a nuevas personas. Según Celaya (2008) las redes sociales son “portales que se basan en la interacción entre los usuarios [...] se basa principalmente en los ingresos publicitarios, en acuerdos de colaboración con los principales buscadores y en los ingresos derivados del acceso a través de soportes móviles” (pp. 95-279).

A raíz de la demanda, así como el universo que representa la información y la tecnología, se han establecido métodos para mejorar la experiencia de quienes navegan, empleando metadatos y algoritmos personalizados para acceder a la información que se desea o que les resulta más afín. Por tanto, por medio de los complejos sistemas de búsquedas, se personalizan los resultados en función de los gustos y preferencias de quienes los usan. A lo descrito anteriormente se le conoce como web semántica, que consiste en “asociar a la información presente en internet un conjunto de etiquetas o datos que la describa adecuadamente, los llamados metadatos (metadata) con el objetivo de crear un medio universal para el intercambio de esta información con significado semántico” (Mayer & Leis, 2009, p. 294).

Gracias a métodos de esta tipología, es posible mostrar y describir la información de muchas páginas, empresas e instituciones que han logrado promocionar sus productos, para tener incrementos económicos e, inclusive, para dar a conocer su sitio web, servicios y productos ofertados, y, además, se han logrado transmitir mensajes a la ciudadanía, lo que se conoce como mercadeo viral. Es posible decir que “el *marketing* viral cuenta con tres características centrales: se desarrolla deliberadamente con el objetivo de empujar mensajes de marcas, productos o servicios; tiene lugar de forma online y presenta un crecimiento exponencial” (Paús & Macchia, 2014, p 71).

Por las razones antes expuestas, es que se desarrolló el FinTech, que se creó como una herramienta para combinar el uso de la tecnología y las finanzas. Con la finalidad de comprender mejor el término, Ocampo (2017) menciona que “son nuevos modelos de negocios basados en el uso de estas tecnologías para brindar novedosos servicios financieros a personas, empresas y gobiernos, como sistemas de pagos móviles, préstamos de persona a persona, esquemas de financiamiento colectivo (p.1).

Asimismo, una vez demostrada la rentabilidad y el impacto que había generado el FinTech; nace el *Fundraising*, concebido como un método de captación de recursos para llevar a cabo proyectos y actividades, elaboradas e implementadas gracias a los recursos que provienen de donaciones por parte de empresas o instituciones. Debido a lo anterior, según Noval (2014) el *Fundraising* se define como: “el proceso de captación de fondos en el contexto de las organizaciones lucrativas [...] acción de captar o procurar fondos, asociado a una causa filantrópica” (pp. 7-10).

La definición anterior conlleva la conceptualización del *crowdsourcing*, entendido como la externalización de un trabajo, que suele ser de carácter intelectual, mediante su difusión en Internet, con el objeto de enriquecerlo en base a los aportes que realicen otros usuarios conectados a la red y con acceso a dicha información (Fernández, 2014, p. 26).

El *crowdfunding* es entendido por Arce (2015) como “gente que financia gente para echar a andar proyectos” (p. 76). El término en español en ocasiones es utilizado como microfinanciación y en otras como micromecenazgo. Básicamente se trata de una herramienta innovadora de financiación que emplea las TIC y cuya finalidad es atraer personas que gusten de apoyar una causa, actividad o proyecto mediante el donativo de una pequeña cantidad de dinero que podrá ser entregada de manera altruista o bien, esperando algún intercambio, según el tipo de *crowdfunding* del que se trate.

Para Arce (2015), el mayor beneficio de esta poderosa herramienta es “su efecto multiplicador de recursos, ideas y aportes” (p. 154), además de una gran oportunidad alternativa para instituciones donde los recursos son escasos. Una institución que posee esta característica suele ser la biblioteca. En la actualidad, Quispe (2020) plantea que la biblioteca pública “se ubica en un mundo complejo, donde las nuevas tecnologías han generado profundas transformaciones en los ámbitos laboral, industrial, social, político, económico y de la salud” (p. 2). Por lo que es posible afirmar que las herramientas digitales han traído consigo desarrollo e innovación en productos y servicios bibliotecarios.

En cuanto a las bibliotecas académicas, argumentan Hernández et al. (2020) que “los medios de almacenamiento, las redes y las bases de datos electrónicas, como el conjunto de estrategias tecnológicas, se han convertido en un conjunto de herramientas que abre nuevas posibilidades a las bibliotecas” (p. 59). Bajo esta visión, el *crowdfunding* se concibe como una estrategia tecnológica de financiamiento que es posible aplicar a las bibliotecas universitarias mediante el empleo de TIC y una adecuada gestión de campañas.

Dentro de los riesgos asociados a la práctica del *crowdfunding*, es posible recopilar información de diversas autoridades que han teorizado la temática, tales como Mora & Valverde (2019), Arce (2015), Marcin et al. (2016) y Camacho et al. (2015). Los riesgos más frecuentes en la literatura consultada son los siguientes:

1. No llegar a la meta propuesta.
2. Escasa información sobre los procedimientos y sistemas para hacer llegar los fondos.
3. Robo de proyectos.
4. Ajuste del proyecto al modelo de *crowdfunding*.
5. Creación de una campaña considerada atractiva.
6. Conseguir apoyo.
7. Asimetrías en la información (la información no llega por igual a todos).

3. METODOLOGÍA

3.1 Enfoque

Este estudio se desarrolló con un enfoque cualitativo, por su parte Hernández et al. (2014) lo definen como “La teoría [que] se construye básicamente a partir de los datos empíricos obtenidos y analizados y, desde luego, se compara con los resultados de estudios anteriores [...] se basa en la literatura y las experiencias iniciales” (p.11).

Se optó por utilizar este enfoque porque se utilizará una revisión bibliográfica sobre el tema del *crowdfunding* en el ámbito de la Bibliotecología a nivel público y académico, por lo que se hace necesario indagar documentalmente a nivel nacional e internacional, con el objetivo de identificar cómo se puede abordar este tema en nuestra área de interés.

Esta investigación presenta un alcance de tipo descriptivo, ya que, para cumplir con los objetivos propuestos, se pretende exponer las oportunidades que ofrece el *crowdfunding* como modelo alternativo de financiamiento en las bibliotecas públicas y académicas, específicamente para los proyectos sociales que se desarrollan dentro de las unidades de información, por lo tanto, Hernández et al. (2014) lo definen de la siguiente manera:

Buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis (...) pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren. (p. 92)

3.2 Población de estudio

Esta investigación trata el fenómeno del *crowdfunding* en bibliotecas públicas y académicas, por lo que se analizó la documentación de acuerdo con las subcategorías de análisis. Se seleccionaron estas tipologías de unidades de información, puesto que la literatura refleja que son las más aptas para la aplicación de los modernos mecanismos de financiamiento colectivo mediante el uso de las TIC.

Se realizaron búsquedas de artículos científicos y tesis en las bases de datos de EBSCO, Springer, Elsevier, así como en repositorios de acceso abierto tales como: LA Referencia, Scielo, Kimuk, y también en los repositorios institucionales de la UCR (Kerwa), UNA (RAI) y el TEC. Dentro de los criterios más importantes para su selección se establecen dos: que no sobrepasen los 10 años de antigüedad desde su publicación y que sea documentación afín al tema ya sean en idioma español o inglés.

3.3 Técnicas de recolección

Al tratarse de una investigación bibliográfica o documental, se empleó el cuadro de categorías de análisis para recolectar la información de acuerdo con los códigos seleccionados en el estudio. Mediante la revisión documental se seleccionaron los principales subtemas para posteriormente analizar la información: *Fundraising*, aplicación del *crowdfunding* en bibliotecas académicas y públicas, acceso abierto, apoyo a la investigación, plataformas y tipos de *crowdfunding*, así como proyectos sociales en bibliotecas relacionadas a la temática en cuestión.

3.4 Procesamiento de análisis

Para el procesamiento de la información se optó por un análisis descriptivo con discusión analítica, para lo cual se estableció la categoría de análisis principal y las subcategorías. Con esto fue posible segmentar de una mejor manera la información y, a partir de ahí, se buscaron fuentes teóricas que respaldaran cada una de las subcategorías de análisis seleccionadas. Una vez recopilada toda la información en el cuadro de categorías de análisis, se realizó un estudio crítico de la teoría.

La idea principal de este método según Aguilar et al. (2013) consiste en

La búsqueda de responder a sus interrogantes va tomando una serie de decisiones guiado por la teoría, en este marco, los datos, lejos de ser algo "dado", son una construcción producto de una serie de elecciones teórico-metodológicas del autor que implica la elaboración de las unidades de análisis con que ha de trabajar, así como también de las variables, sus correspondientes sistemas de categorías y qué tipo de relación se espera entre las principales variables de su estudio. (p. 4)

Por otra parte, al ser una investigación de corte cualitativo, la principal técnica de análisis utilizada fue la revisión documental (también llamado análisis documental). Esta técnica posibilita la recolección de un gran volumen de información sobre el tema en cuestión. Por tanto, se extraen y analizan datos de los artículos académicos y tesis sobre el fenómeno de estudio; para ello se elaboran diversas subcategorías de análisis de acuerdo con los objetivos de la investigación. A continuación, se muestra la Tabla 1, que incluye el cuadro de categorías de análisis sobre el *crowdfunding*.

TABLA 1
CUADRO DE LITERATURA NACIONAL E INTERNACIONAL RELACIONADA AL CROWDFUNDING EN
BIBLIOTECAS DE LOS ÚLTIMOS 10 AÑOS

| CATEGORÍA DE ANÁLISIS | SUBCATEGORÍAS DE ANÁLISIS | TÍTULOS | AUTORES | DESCRIPCIÓN |
|-----------------------------|--------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Crowdfunding en bibliotecas | <i>Fundraising</i> | Captación de recursos externos en biblioteca: La práctica del <i>Fundraising</i> en la Biblioteca Pública del Estado de Cáceres | Pérez & Gómez (2013) | Estudio de caso de la Biblioteca Pública de Cáceres, se muestra la aplicación del <i>fundraising</i> como un plan para captar recursos en la unidad de información. |
| | Aplicación en Bibliotecas académicas | <i>Crowdfunding for Academic Libraries: Indiana Jones Meets Polka</i> | Bushong et al. (2018) | Presenta el <i>crowdfunding</i> como una estrategia de financiamiento aplicable a las bibliotecas universitarias. |
| | Aplicación en Bibliotecas Públicas | Bibliotecas Públicas ante la crisis económica en España y la ciudadanía | Fernández (2014) | Debido a políticas de austeridad, y ajustes económicos en bibliotecas públicas de España, se plantean nuevos modelos de financiación. |
| | Acceso abierto | Using library funds to support Open Access publishing through crowdfunding: Going beyond article processing charges | Reinsfelder & Pike (2018) | Se muestra cómo el <i>crowdfunding</i> permite a las bibliotecas solventar los costos que acarrea el acceso abierto. |
| | Apoyo a la investigación | <i>Crowdfunding científico: otra alternativa de financiamiento para investigadores jóvenes en Perú</i> | Huayanay & Poterico. (2015) | Frente al déficit de Perú para desarrollar investigaciones en diversas áreas, se plantea el <i>crowdfunding</i> como un método que contribuya y acelere la búsqueda de conocimiento. |
| | Plataformas y tipos de <i>Crowdfunding</i> | Una nueva forma de financiación alternativa: <i>Crowdfunding</i> | Sáez (2016) | Plantea el nacimiento del <i>crowdfunding</i> en tiempos de crisis para afrontar gastos mediante la financiación colectiva. |
| | Proyectos sociales | El <i>crowdfunding</i> para proyectos sociales: de instrumento financiero a elemento de cohesión social y generador de bienestar | Sajardo & Pérez (2020) | Analiza las plataformas representativas del <i>crowdfunding</i> en España como un elemento cohesionador de la sociedad y ampliador de la democracia. |

4. RESULTADOS

En cuanto al artículo de Pérez & Gómez (2013) sobre “Captación de recursos externos en Biblioteca: La práctica del *Fundraising* en la Biblioteca Pública del Estado de Cáceres” los autores realizaron un proceso investigativo en la biblioteca acerca de todos los proyectos que se han llegado a ejecutar con la técnica de *crowdfunding*, para ello se pueden mencionar los siguientes: Érase una vez ... acercando igualdad, 8 Objetivos, todas las voces, Club de Lectura en Lengua Portuguesa, ¿Me lees un cuento?, E-Cómic, todos estos y otros que no se mencionan en este artículo se realizaron con otras instituciones, que aportaron insumos para que todas estas actividades se ejecutaran.

En ese sentido, queda evidenciado que se trata de una técnica de recolección de fondos aplicable a las bibliotecas, debido a la limitación de recursos que usualmente poseen, se deben abrir los horizontes de los profesionales que están a cargo de la unidad, para ello, inicialmente se puede realizar un proceso investigativo de las posibles instituciones o personas que pueden apoyar sus proyectos, establecer acuerdos para que se logre desarrollar y, finalmente, obtener el producto.

Bushong et al. (2018) entienden el *crowdfunding* como una estrategia que emplea las TIC y es utilizada por bibliotecas académicas y, en general, las instituciones sin fines de lucro para apoyar sus operaciones. Estos autores también mencionan que dos de los grandes beneficios de esta práctica son la identificación de donantes potenciales y la expansión global de sus funciones. En su artículo, dejan en claro que el éxito de esta práctica dependerá de la capacidad del personal a cargo de la unidad de información para desarrollar, hacer crecer, gestionar y aprovechar las redes sociales.

Bushong et al. (2018), recomiendan que las campañas de *crowdfunding* en bibliotecas académicas tengan una duración de entre 30 y 60 días. Este tiempo considera actividades propias de esta práctica como lo son: asignar un responsable de ejecutar la campaña de recolección de fondos, designar un comité de planificación conformado por personas con la capacidad de trabajar en equipo, identificar a las personas que estarían interesadas en que el proyecto que impulsa la biblioteca se materialice, además de contar con una persona con talento en la edición de videos e imágenes que haga lucir atractiva la campaña mediante su creatividad e innovación.

En muchos países, incluido Costa Rica, los entes gubernamentales, al tener deudas económicas y recursos limitados, piensan que reducir el presupuesto destinado a las actividades culturales que brindan las bibliotecas públicas es la mejor opción para disminuir los gastos. Por ello Fernández (2014) en su trabajo final de graduación titulado “Bibliotecas Públicas ante la crisis económica en España y la ciudadanía” enfatiza la importancia de los profesionales de la disciplina, ya que “esta situación está generando un malestar social y la respuesta se materializa, por parte de los distintos sectores sociales y profesionales, en movilizaciones y acciones que intentan frenar este desvalijamiento de los servicios públicos” (p. 3).

Es necesario el empoderamiento de la carrera y de sus profesionales para detener estas situaciones alrededor del mundo. Lo anterior refleja la falta de conciencia y conocimiento sobre el impacto que pueden generar las actividades culturales en la sociedad, y el evidenciar todos estos aspectos hace que la profesión se visibilice y el Estado o entidades gubernamentales, se retracten sobre estas decisiones, evidentemente es un arduo trabajo que se debe de llevar en conjunto. Por lo tanto, si no se comienza por realizar algo, los servicios y el sistema bibliotecario puede llegar a cerrar, y son cierres que eventualmente podemos evitar con la intervención de todos.

Tanto Fernández (2014) como Marquina (2014) y Pérez y Gómez (2013) reconocen que otro método factible de recaudación de fondos en bibliotecas es la publicidad, en este caso patrocinada por entes externos a la Unidad de Información. Básicamente se trata de rentar espacios en la biblioteca para que las entidades interesadas puedan colocar su propaganda, para ello se utiliza un contrato de patrocinio que establece las condiciones que rigen a ambas partes. Se identifican espacios, tales como: estanterías, paredes, boletines informativos, mostradores, sitio web y las pantallas de la biblioteca con potencial para soportar publicidad de externos a cambio de fondos económicos.

Otra de las aplicaciones del *crowdfunding* en bibliotecas está explícita en el documento de Reinsfelder y Pike (2018), quienes proponen el uso del financiamiento colectivo en redes sociales para sostener los costos del acceso abierto tanto en bibliotecas como en editoriales universitarias. En su artículo explican minuciosamente cómo el *crowdfunding* aliviana los costos relacionados al acceso abierto, en lo que a producción, soporte y patrocinio se refiere.

Por tanto, el *crowdfunding* es aplicable a todo tipo de actividades u organizaciones que tengan recursos limitados para ejecutar las actividades que deseen, generando así ingresos económicos que garanticen los avances o descubrimientos necesarios en todas las ramas de la ciencia que lo requieran. Así lo deja de manifiesto Huayanay y Poterico (2015) en su artículo: “en los próximos años, con el aumento de investigadores se incrementará también la necesidad de explorar y concretar otras alternativas de financiamiento; sobre todo para investigadores jóvenes” (p. 192).

Por su parte, Saéz (2016, pp. 30-36) clasifica las plataformas para desarrollar las campañas de *crowdfunding* en 3 tipologías, a saber: de donación, de recompensa y de préstamo. Las plataformas de donación posibilitan la recaudación de fondos no reembolsables cuyos donantes otorgan de manera altruista en beneficio de cierta causa o proyecto. El *crowdfunding* de donación es principalmente utilizado por ONG y aplicados a proyectos meramente sociales, culturales y religiosos. Los proyectos que generan sus fondos a partir de esta primera tipología suelen ser de carácter humanitario o solidario. Algunas de las plataformas para emprender campañas de este tipo son: Kiva, *Teaming*, Migranodearena, Microdonaciones.

En lo que respecta a la campaña de *crowdfunding* de recompensa, sucede que en esta tipología quien financia el proyecto recibe una compensación (producto o servicio) posterior a la campaña, de acuerdo con el valor de su aporte. En su artículo, Saéz (2016) menciona que las plataformas: Kickstarter, Ulule y Goteo responden a esta tipología.

En otro extremo se halla el *crowdfunding* de préstamo (también llamado *crowdlending*), bajo esta tipología los inversores del proyecto prestan dinero para ejecutar un proyecto o campaña y a cambio reciben la cantidad de dinero prestado junto con los intereses según el plazo que se defina. Las plataformas más significativas en que se encuentra inmersa el *crowdlending* son: *comunitae*, *mytripleA* y *Arboribus*. Este tipo de *crowdfunding* resulta conveniente cuando las entidades bancarias no están dispuestas a emitir un crédito en favor del proyecto que se desea financiar y, por lo general, resultan mejores las circunstancias ofrecidas por los inversores externos a las entidades bancarias.

Por otro lado, frente al panorama generado por la crisis sanitaria del COVID-19 en el aspecto económico, a causa del confinamiento y cierre de negocios en nuestro país, existe la necesidad, por parte de las medianas y pequeñas empresas de buscar medidas para salir a flote o bien mantenerse en el mercado, esto porque los ingresos no son suficientes, los esperados o los necesarios para cubrir sus necesidades. Dada esta situación, el *Crowdfunding* es una alternativa que se puede manifestar a nivel nacional, por lo que Camacho, Cubero, Rojas y Picado (2015) elaboraron una guía de uso del *Crowdfunding* a base de recompensas en Costa Rica ([enlace a la guía](#)).

En esta se plantean estrategias para fomentar el *crowdfunding*, la idoneidad en los proyectos costarricenses y las disposiciones legales que se deben considerar antes de ponerlo en práctica. Además, es visto como una alternativa muy viable para ser consideradas en los emprendimientos nacionales, para evitar la bancarrota de éstas. La idea principal es crear alianzas con otras instituciones o personas que les convenga aportar recursos económicos para crear estrategias que ayuden a crecer y de esta manera generar los ingresos necesarios.

Por su parte, Sajardo y Pérez (2020), toman la plataforma *migranodearena.org*. En ella se analiza el "Éxito económico" y el "Dinamismo social"; con respecto a la primera variable, el resultado indica que es creciente, aunque de manera lenta, a lo largo del período estudiado; en cuanto a la variable del dinamismo social, presenta un crecimiento lento pero continuado. Con la metodología de esta investigación, se pretende ofrecer a la ciudadanía un instrumento que posibilite la solidaridad e implicación con proyectos de impacto social. Al mismo tiempo, se dota a las entidades sociales de una herramienta que permite la financiación de sus proyectos de una forma sostenible.

La realización de este tipo de estudio reside en los resultados que se obtengan, para así dar a conocer el impacto que pueden tener diversas aplicaciones y a partir de ahí las instituciones, o para que las personas que desean desarrollar estos proyectos tengan la posibilidad de analizar y decidir a cuáles se acopla mejor, de acuerdo con sus necesidades y objetivos a alcanzar. Por otra parte, el método es más confiable, lo que ayudará a que su utilización se incremente y, de esta manera se logren desarrollar muchos proyectos sociales, lo que redundará en la erradicación de las deficiencias que sufren los países.

El *crowdfunding* se constituye como una alternativa que emplea las TIC, particularmente plataformas y redes sociales, con la finalidad de recaudar fondos para poner en marcha diversidad de proyectos. Dicha estrategia de financiamiento es aplicable a las bibliotecas públicas y académicas puesto que ha quedado demostrado su implementación en estas unidades de información y el éxito derivado de su realización.

Por otra parte, queda explícita la oportunidad que ofrece este método de recaudación de fondos para las unidades de información. En cuanto a las tipologías de *crowdfunding*, dependerá exclusivamente del proyecto que desea realizar la biblioteca. En lo que respecta al fenómeno en estudio aplicado a bibliotecas, lo más aconsejable es realizar campañas de donación.

El *crowdfunding* es un método que se ha logrado aplicar en diferentes partes del mundo, lo que refleja un alto índice de efectividad y adaptabilidad, en especial en las bibliotecas que han logrado concretar sus metas mediante esta alternativa de financiamiento. No se debe dejar de lado la función que poseen estas entidades, pues colaboran a forjar una sociedad más educada, impulsan el progreso y el desarrollo a través de la democratización de la información.

Por otro lado, queda clara la labor que deben desempeñar las y los profesionales en Bibliotecología para solventar las necesidades económicas de sus unidades de información. En este sentido, es necesario analizar la adaptabilidad que puede tener cada institución según sus propias características y demandas.

5. CONCLUSIONES

Esta investigación da a conocer un método de recaudación de fondos que aprovecha las TIC y puede ser aplicado en bibliotecas públicas y académicas. Una limitación significativa en esta investigación es que no fue posible contextualizar este fenómeno en alguna biblioteca pública o académica costarricense, ya que aún no se ha aplicado esta práctica en las unidades de información a nivel nacional, pero este hecho no imposibilita la idea de que en algún momento se realice en nuestro país, por el contrario, se incita a la comunidad bibliotecológica a estudiar y analizar esta posibilidad en mayor profundidad como un medio para el financiamiento de las actividades que se realizan en las mismas.

Además, resulta preocupante que sea necesario tomar estas medidas para que las bibliotecas cumplan con sus labores, ya que los entes encargados, que son los que deberían proporcionar estos recursos, no lo hacen, entonces la pregunta es: ¿qué pasa con las bibliotecas que no utilizan este u otro método para obtener fondos? Probablemente queden rezagadas en actividades, puesto que no logran contar con los recursos financieros para efectuar o brindar a la población lo que ellas como instituciones públicas deberían ofrecer a la población.

Como recomendación, es importante que las bibliotecas que decidan emprender una campaña de *crowdfunding* tengan en consideración algunos aspectos como el tiempo en que desean recaudar los fondos, un excelente manejo de las redes sociales, la adecuada elección del tipo y plataforma de *crowdfunding*, así como las habilidades y competencias de las personas a cargo de la campaña para atraer a mayor cantidad de inversores, entre otros aspectos.

Por otra parte, si deciden colocar rótulos de publicidad en una unidad de información como consecuencia del financiamiento brindado, se tome en cuenta la ubicación, es decir que sea visible para las personas usuarias, pero, a la vez que no sea información de gran tamaño o demasiados a la vez, porque puede generar una imagen errónea de la biblioteca y su razón de ser. Sin embargo, como alternativa se podrían realizar campañas de recompensa y retribuir a quienes financian el proyecto con talleres, libros en proceso de expurgo, publicidad de sus negocios, tarjetas de agradecimiento, entre otras formas creativas e innovadoras de compensar el apoyo recibido.

Una vez identificada la viabilidad, se deben buscar personas interesadas en poner en marcha el proceso; es decir, no se trata de un esfuerzo que se logra desarrollar de forma inmediata, por esta razón se recalca al profesional en Bibliotecología como una persona visionaria con la capacidad de liderar y ejecutar estos proyectos que hoy en día son los que más se adecuan al contexto de muchas unidades de información.

6. REFERENCIAS

- Aguilar, M., Alonso C., Kleidermacher G., & Vázquez, N. (2013). *Elaboración y análisis de distintos tipos de cuadros*. Universidad de Buenos Aires. <https://n9.cl/edrwe>
- Araya, C. (22 de octubre de 2020). *Frente a eventuales recortes al presupuesto del Ministerio de Cultura y Juventud*. Universidad de Costa Rica. <https://n9.cl/acpfk>
- Arce, J. (2015). *Crowdfunding: financiación colectiva como alternativa en Costa Rica de capital de emprendimiento para el programa UNA-Emprendedores* (Tesis de Maestría). Universidad Nacional, Heredia, Costa Rica. Repositorio Académico Institucional de la UNA. <https://n9.cl/hpplu>
- Bushong, S., Cleveland, S., & Cox, C. (2018). Crowdfunding for academic libraries: Indiana Jones meets Polka. *The Journal of Academic Librarianship*, 2(44), 313-318. <https://doi.org/10.1016/j.acalib.2018.02.006>
- Camacho, M., Cubero, I., Rojas, S., & Picado, R. (2015). *Guía para el uso del crowdfunding a base de recompensas en Costa Rica* (Tesis de Licenciatura). Instituto Tecnológico de Costa Rica, Cartago, Costa Rica. <https://n9.cl/rjq9l>
- Celaya, J. (2008). *Web 2.0 y empresa: manual de aplicación en entornos corporativos*. Asociación Nacional de Empresas en Internet. <https://n9.cl/7bnkc>
- Fernández, A. (2014). *Bibliotecas Públicas ante la crisis económica en España y la ciudadanía* [Trabajo final de grado, Universidad Carlos III de Madrid]. e-Archivo. <https://n9.cl/1tzb0>
- Gallardo, E., Torreguitart, M., & Torres, J. (2015). *¿Qué es y cómo gestionar el crowdfunding?*. Editorial UOC. <https://n9.cl/x4in1>

- Hernández, H., Niebles, W., Pacheco, C., & Rojas, C. (2020). Estrategias tecnológicas en bibliotecas universitarias como centros de recursos para la investigación y el aprendizaje en la región Caribe de Colombia. *Formación Universitaria*, 13(6), 51-60. <https://doi.org/10.4067/s0718-50062020000600051>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación* (6a ed.). McGraw Hill Education. <https://n9.cl/2i4>
- Huayanay, C., & Poterico, J. (2015). Crowdfunding científico: otra alternativa de financiamiento para investigadores jóvenes en Perú. *Revista Peruana de Medicina Experimental y Salud Pública*, 32(1), 191-204. <https://doi.org/10.17843/rpmesp.2015.321.1595>
- Marcin, M., Bretschneider, U., Hass, P., & Blohm, I. (2016). Crowdfunding: Outlining the New Era of Fundraising. En *FGF Studies in Small Business and Entrepreneurship*. <https://n9.cl/1tocty>
- Marquina, J. (2013). *Informe Apei sobre bibliotecas ante el siglo XXI: nuevos medios y caminos* (informe no. 8). APEI. <https://n9.cl/6sodx>
- Mayer, M., & Leis, A. (2009). Concepto y aplicaciones de la Web 3.0: una introducción para médicos. *Atención primaria*, 42(5), 292-996. <https://doi.org/10.1016/j.aprim.2009.06.025>
- Ministerio de Cultura y Juventud. Oficina de Prensa y Comunicación. (2020). *Recortes presupuestarios planteados por legisladores llevarían a diversas instituciones del MCJ al cierre técnico*. MCJ. <https://n9.cl/fqc0h>
- Mora, K., & Valverde, S. (2019). *Viabilidad legal de la implementación de plataformas de crowdfunding lucrativo o de inversión y determinación de su sujeción a la vigilancia y fiscalización de las entidades de supervisión del sistema financiero Nacional de Costa Rica* [Tesis de Licenciatura, Universidad de Costa Rica]. Kerwa . <https://n9.cl/1nt8p>
- Noval, L. (2014). *El fundraising como herramienta clave de captación de fondos de procedencia empresarial en las organizaciones no lucrativas*. Universidad de Oviedo. <https://n9.cl/yoepe>
- Ocampo, M. (2017). *FinTech: Tecnología Financiera*. Oficina de Información Científica y Tecnológica para el Congreso de la Unión, 006(2017), 1-6. <https://n9.cl/ujhyn>
- Paús, F., & Macchia, L. (2014). Marketing viral en medios sociales: ¿Qué contenido es más contagioso y por qué?. *Ciencias Administrativas*, (4), 67-82. <https://n9.cl/vdjqa>
- Pérez, M., & Gómez, T. (2013). Captación de recursos externos en bibliotecas: la práctica del Fundraising en la Biblioteca Pública del Estado en Cáceres. *Anales de Documentación*, 16(1), 1-24. <https://doi.org/10.6018/analesdoc.16.1.157771>
- Quispe, G. (2020). Bibliotecas públicas: contexto, tendencias y modelos. *e-Ciencias de la Información*, 10(2), 1-17. <https://doi.org/10.15517/eci.v10i2.39695>

- Reinsfelder, T., & Pike, C. (2018). Using library funds to support open access publishing through crowdfunding: going beyond article processing charges. *Collection Management*, 48(2), 1-18. <https://doi.org/10.1080/01462679.2017.1415826>
- República de Colombia. Departamento Administrativo Nacional de Estadística. (2003). *Modelo de la medición de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones*. DANE. <https://n9.cl/xbfxw>
- Sáez, E. (2016). *Una nueva forma de financiación alternativa: crowdfunding* [Trabajo de fin de grado, Universidad de Almería]. riUAL. <https://n9.cl/3by25>
- Sajardo, A., & Pérez, S. (2020). El crowdfunding para proyectos sociales: de instrumento financiero a elemento de cohesión social y generador de bienestar. *Cooperación & Desarrollo*, 28(116), 1-23. <https://doi.org/10.16925/2382-4220.2020.01.06>





2011-2013

Creación de e-Ciencias de la Información como una nueva alternativa, que responde a un contexto marcado por una mayor apertura, flexibilidad y rigurosidad en la publicación científica.



2014-2016

Ingresa a bases de datos de prestigio y calidad como Scielo, DOAJ, Redalyc y otros. Amplía sus horizontes usando como gestor editorial el software OJS y publica en PDF, HTML y EPUB.



HOY

Se encuentra en el cuartil A del UCRIIndex y en el Catálogo Latindex con una calificación perfecta, e ingresa al Emerging Source Citation Index de Thomson Reuters.

Revista e-Ciencias de la Información

¿Dónde se encuentra indexada e-Ciencias de la Información?



Para más información ingrese a nuestra [lista completa de indexadores](#)

¿Desea publicar su trabajo?
Ingrese [aquí](#)

O escribanos a la siguiente dirección
revista.ebci@ucr.ac.cr