



Llibre Blanc

de la Cultura a Terrassa



Aquest llibre és una iniciativa del Consell Municipal de Cultura i de les Arts de la ciutat de Terrassa.

El procés participatiu que porta a aquest llibre s'ha dut a terme per l'equip tècnic del servei de Cultura amb la imprescindible col.laboració dels participants, dels autors i del relator (Santi Martínez, Beatriz García, Vicenç Villatoro, Joan Martínez Colás, Itziar González, Adela Farré, Mila Gascón, Joaquim Rius, Josep Ramoneda i Pep Pla)

Disseny gràfic i compaginació: **Quim Berenguer**

Correcció lingüística: **David Aguilar**

Edició: **Ajuntament de Terrassa**. Raval de Montserrat, 14. 08221 Terrassa

Dipòsit legal: **B-5866-2015**

Impressió: **Novagrafedició. S.L.N.E.**

Els documents generats en el procés estan disponibles a: www.terrassa.cat

Febrer 2015

Llibre Blanc de la Cultura a Terrassa

Ajuntament de Terrassa

2015





Índex

Índex

1. Presentació de l'Alcalde	9
2. El procés del Llibre Blanc de la Cultura a Terrassa	11
3. Capitalitat cultural i projecció exterior.....	27
• Beatriz García: <i>Què és una capital de cultura?</i>	
• Vicenç Villatoro: <i>Cultura: ser un nus a la xarxa</i>	
4. Connectivitat cultural.....	43
• Santi Martínez: <i>Connectivitat cultural: al núvol i a la plaça</i>	
• Joan Martínez Colás: <i>Connectivitat cultural</i>	
5. Cultura i cohesió social	61
• Itziar González: <i>La cultura i la cohesió social</i>	
• Adela Farré: <i>La cultura, en el camí cap a la felicitat</i>	
6. Innovació i creativitat cultural	77
• Josep Ramoneda: <i>Ciutat, creació, innovació</i>	
• Pep Pla: <i>Voluntat d'evolució i descoberta</i>	
7. Governança	89
• Mila Gascó: <i>la governança cultural</i>	
• Joaquim Rius: <i>La governança cultural a les ciutats mitjanes: de la cooperació púb- lico-privada a l'articulació entre ciutat i cultura</i>	
8. Accents sectorials.....	117
9. Llistat d'accions per àmbits	135

[illegible]

Presentació

Mirant cap al futur: cultura amb T de Terrassa

El Llibre Blanc de la Cultura a Terrassa és el resultat d'un procés de participació, diàleg i planificació estratègica molt especial i ric en idees, en experiències compartides i en visions de futur. Aquest és un document que respon a la pluralitat i diversitat de la cultura terrassenca d'aquest moment del segle XXI, fruit de reflexions, de treball en comú i d'una voluntat compartida d'impulsar la cultura cap a nous horitzons.

En les darreres dècades, al nostre país les ciutats hem estat ocupades fonamentalment a construir infraestructures culturals bàsiques i estratègiques, a nodrir de contingut els nostres equipaments i a democratitzar l'accés a la cultura amb criteris de servei públic. Aquesta ha estat una història d'èxit, perquè ha contribuït a enriquir el teixit cultural i associatiu terrassenc. Tanmateix, la densitat cultural de la ciutat de Terrassa i les noves tendències que apunten en el panorama cultural del nostre país reclamen anar més enllà: és el moment de fer una mirada crítica al present, però sobretot una mirada plena d'esperança cap al futur. L'objectiu és construir un espai cultural públic dissenyat conjuntament amb tots els agents culturals de la ciutat. El camí ha estat llarg i farcit de debat i propostes. Hem après, hem madurat, hem reflexionat, hem proposat, hem compartit... Així és com hem anat dibuixant la ciutat que volem, fins arribar a concretar cent accions i un compromís col·lectiu.

Aquest Llibre Blanc no és un document de final de trajecte, ans al contrari, és el document d'inici de la transformació cultural de la nostra ciutat en un nou model que haurem d'anar construint entre totes i tots: entitats i associacions, col·lectius, professionals, creadors i creadores... Teniu a les mans una guia de futur, molt oberta, que ens servirà per obrir camí i anar més enllà. Una guia construïda per moltíssimes persones que generosament han participat en el procés i han aportat els seus punts de vista, les seves experiències, els seus desitjos i també les seves intuïcions. A totes elles, moltes gràcies per la molta i bona feina feta, que es resumeix visualment en el "núvol de paraules" que acompanya aquest text.



Jordi Ballart i Pastor
Alcalde de Terrassa

Presentació

7





El procés del Llibre Blanc de la Cultura a Terrassa

2.

El procés del Llibre Blanc de la Cultura a Terrassa

El perquè del Llibre Blanc de la Cultura

Els processos de reflexió estratègica sobre cultura i ciutat es van iniciar a Catalunya a finals dels anys noranta del segle passat amb l'elaboració del Pla Estratègic del Sector Cultural a Barcelona. Partint d'aquest referent van ser moltes les ciutats catalanes que van elaborar plans d'acció cultural. Aquests plans van ser promoguts per governs locals amb vocació de situar la cultura en el centre de les polítiques públiques i partint de la participació i la implicació dels agents culturals en aquests processos. De forma general, els plans de cultura es fonamentaren en tres grans vectors: la posada en valor dels grans actius de la cultura local o, en el seu defecte, la "invenció" de projectes de ciutat que havien d'actuar com a vaixells insígnia; la consideració de la transversalitat de la cultura tenint en compte les seves dimensions artística, educativa, social, econòmica i relacional; i, finalment, l'apel·lació a una major implicació de la ciutadania organitzada en la governança de la cultura, mitjançant la creació (o refundació) de dispositius com ara els consells de cultura.

A Terrassa no es va promoure, de forma explícita, en un primer moment, cap procés d'aquestes característiques. No obstant això, tàcitament s'hi estaven dibuixant escenaris estratègics que ja apuntaven en aquesta direcció. La ciutat va aconseguir dotar-se de recursos, equipaments i projectes singulars al país i, per tant, no calia "inventar" ex novo allò que ja existia. Una bona part d'aquests actius va emergir de la col·laboració entre l'Administració local i els agents culturals o directament de la pròpia iniciativa de les entitats del tercer sector. Unes entitats que han reivindicat la seva participació en la presa de decisions que afecten la cultura local, participació que finalment es va concretar en la creació del Consell de la Cultura i les Arts de Terrassa i que es va fer efectiva amb la seva constitució l'any 2009.

I va ser precisament en el marc del Consell de la Cultura i les Arts de Terrassa d'on va partir el mandat de la realització del Llibre Blanc de la Cultura a Terrassa. El mateix any



2009 es van constituir les taules sectorials del Consell, on es va presentar la iniciativa de treballar en una diagnosi del sector cultural a Terrassa prèvia a la redacció del pla d'actuació.

Aquesta diagnosi es va elaborar durant l'any 2010 i es va concretar en el document titulat "Pacte Cívic per la Cultura de Terrassa. El full de ruta de la cultura a Terrassa", que està disponible al web municipal. Durant l'elaboració d'aquest document es va evidenciar que la dimensió i la complexitat que caracteritzaven l'ecosistema cultural de la ciutat recomanaven no passar directament a la redacció d'un pla d'actuació, sinó que calia aprofundir en un procés de reflexió previ i fer-ho en un context de participació i concertació ciutadana. D'aquest convenciment va sorgir la decisió de convocar un congrés de cultura a Terrassa com a pas previ a la redacció del llibre blanc que ara us presentem.

En aquest sentit, el Llibre Blanc de la Cultura a Terrassa havia de ser un instrument que anés un pas més enllà de la seqüència (diguem-ne convencional) "diagnòstic - propostes - pla d'actuació", comuna als plans estratègics de cultura. Estem, doncs, davant d'un instrument de nou encuny que s'ha d'adaptar de forma ineludible a un context totalment diferent al que va caracteritzar el naixement dels primers plans de cultura.

Àmadeu Aguado
Regidor de cultura

El context

Amb l'esclat sobtat de la crisi l'any 2008, es van popularitzar els models que pronosticaven la sortida ràpida o més dilatada del col·lapse desencadenat per les males pràctiques als sectors financer i immobiliari dels EUA. Però han passat ja més de sis anys des d'aquell estiu fatídic i els mals averanys amenacen amb una tercera recessió, quan molts països (entre els quals, i de forma molt especial, el nostre) encara no han aconseguit refer-se del tot de la primera recessió, la del 2008. Per això molts economistes pronostiquen que no estem tant davant d'una crisi com d'una mutació profunda, d'una transició del capitalisme industrial cap a un nou "capitalisme cognitiu", basat en el coneixement i la seva apropiació. I és aquí on la digitalització i, en última instància, la cultura tenen un paper fonamental.

Però sense deixar encara els efectes més directes de la crisi, la seva agudització l'any 2011, després d'aquells efímers "brots verds", ha tingut un impacte devastador sobre el sector públic en general i sobre el cultural en particular. Les dades clau de la cultura al nostre país han patit davallades pràcticament generalitzades en tots els sectors i àmbits d'acció, amb uns registres negatius que no s'havien vist mai des de la restauració de la democràcia. En aquest context, els governs locals han estat probablement el darrer bastió que ha resistit les fortes retallades en inversió i despesa a què s'han vist abocades a practicar les administracions públiques. I d'això se n'han de treure conclusions tal vegada incòmodes, però inevitables; ara per ara, ningú no es veu amb cor de pronosticar quan es podran recuperar els nivells de despesa i inversió anteriors a la crisi.

Per tant, l'escenari estratègic que ha de dibuixar el Llibre Blanc de la Cultura a Terrassa no pot en cap cas reproduir l'esquema "incrementista" que va caracteritzar els plans de l'etapa expansionista. El nostre pla d'actuació no es pot permetre inventar cap "projecte estrella" sinó que s'ha de centrar en treure el millor partit de tot allò que hem pogut aconseguir, del nostre capital cultural, d'un capital que, en primer lloc, és capital humà, el que aporten persones, entitats, institucions..., un capital que, paradoxalment, ens pot situar com a ciutat en un molt bon lloc de partida en aquesta hipotètica transició cap al capitalisme del coneixement.

Val a dir, però, que la segona recessió i el col·lapse de la inversió pública van agafar la ciutat amb bona part dels deures fets, com a mínim pel que fa als equipaments culturals que requerien grans esforços inversors. El pla d'actuació s'haurà de centrar, per tant, a gestionar, impulsar, transformar (radicalment, si cal), per treure el màxim rendiment social

i cultural de la xarxa d'equipaments i actius existents. I haurà de tenir molt present que, en última instància, la digitalització està provocant que la cultura estigui cada vegada més al núvol que no pas a l'espai físic i, per tant, òbviament, els continents culturals han de reflectir aquest trànsit.

I encara instal·lats en la crisi, en concret la que han patit les entitats financeres, aquesta ha deixat una seqüela especialment feridora a la nostra ciutat. Amb la desaparició de Caixa Terrassa i Unnim, la ciutat ha perdut una institució que també era un actor cultural de primer ordre a escala local, i la reubicació de l'herència d'aquesta institució, en forma de Fundació Antiga Caixa Terrassa, planteja un dels principals reptes en l'horitzó estratègic de la cultura a la ciutat. És aquest context sobrevingut de rebrot de la crisi i d'avanç imparable de les mutacions associades a la digitalització que ens va abocar a repensar, afinar i modular algunes de les claus del full de ruta que es presenta a continuació.

El diagnòstic: el full de ruta per la cultura i les arts

Tal i com ja s'ha avançat, els treballs iniciats el 2010 per encàrrec del Consell de Cultura per a la realització d'un **diagnòstic** i un posterior pla d'actuació van donar com a resultat la redacció del **Pacte Cívic per la Cultura de Terrassa**, que es va presentar el desembre del 2010 amb la vocació de constituir aquest full de ruta i que acabaria tenint aquesta denominació.

La **metodologia** aplicada va consistir en una tasca de recerca, anàlisi i interpretació documentals, així com de recollida d'aportacions i valoracions fetes per la ciutadania. Al llarg del procés, es van realitzar:

- Anàlisis de fonts secundàries (memòries d'activitat de l'Ajuntament, dades estadístiques i estudis previs)
- Visites als principals equipaments culturals de la ciutat
- Entrevistes en profunditat als membres del Consell Municipal de la Cultura i les Arts de Terrassa
- Sessions de treball amb cadascuna de les set comissions sectorials (arts visuals, arts escèniques, música, patrimoni, lectura pública, cultura popular i tradicional, i indústries culturals) que depenen del Consell Municipal de la Cultura i les Arts de Terrassa
- Sessions de treball amb l'equip de tècnics municipals

- Habilitació d'un blog i un fòrum virtual per tal que els participants poguessin fer-hi aportacions i valoracions

Aquests treballs es van concretar en **10 conclusions**:

- **Terrassa, ciutat culturalment madura.** Terrassa és una ciutat **culturalment rica**, amb un mapa d'equipaments i un conjunt de serveis i programes ampli en tots els sectors de la cultura. La ciutat, a més, es caracteritza per disposar d'una societat civil activa i emprenedora, que pren el lideratge de bona part de les iniciatives culturals que s'hi engeguen. A tot això cal afegir l'existència d'un teixit empresarial potent que també, en l'àmbit de la cultura, exerceix el seu protagonisme.
- **La cultura com a aposta estratègica de ciutat, una marca poc visible.** Terrassa té una sèrie de marques de ciutat ben conegudes dins l'àmbit cultural: jazz, castells, patrimoni, indústria audiovisual. No obstant això, fins ara no s'han articulats sota una mateixa etiqueta, sota una mateixa imatge, i **la ciutat sembla no aprofitar suficientment aquest bagatge com a aposta estratègica clara**. Aquesta aposta podria anar més enllà dels quatre àmbits esmentats i incloure altres àmbits que es veurien afavorits per la potència d'una única marca.
- **Terrassa i el seu entorn: una capitalitat cultural exercida?** Terrassa exerceix, des de molts punts de vista, un lideratge clar sobre la seva àrea d'influència propera, sobre el conjunt del Vallès Occidental, sobre l'àrea metropolitana de Barcelona i, fins i tot, sobre el conjunt del país. Ho fa, com s'ha vist, des d'un punt de vista econòmic, comercial i educatiu. En canvi, **pel que fa al lideratge cultural, encara pot anar molt més enllà**.
- **Nous equipaments, nou escenari.** En els darrers anys, Terrassa ha acabat de completar el seu mapa d'equipaments culturals amb noves incorporacions que la situen en el primer nivell (Auditori Municipal, Escola Municipal de Música, Teatre Principal, Xarxa de Biblioteques, etc.). Es tracta de propostes que impliquen un canvi de dimensió important que **situa peces en cada un dels seus àmbits**.

Però, més enllà del paper que ja tenen i que tindran en els seus àmbits respectius, el nou escenari que es dibuixa amb la posada en marxa d'aquests equipaments pren rellevància perquè **permetrà desenvolupar una sèrie de potencialitats** basades en la connexió d'aquestes iniciatives i les existents i impulsar relacions entre els agents que es mouen a l'entorn de cada àmbit.

- **Singularitat terrassenca: el protagonisme del tercer sector.** Una de les singularitats més destacades de la vida cultural terrassenca és el **protagonisme del teixit associatiu**. A diferència del paper que acostumen a assumir habitualment les entitats, el tercer sector a Terrassa té un comportament significativament diferent.

L'existència d'**entitats potents** que són vitals per entendre la cultura a Terrassa, la quantitat d'aquestes entitats i la seva trajectòria provoquen que es pugui parlar d'una situació, fins a un cert punt, excepcional.

A més de tot aquest teixit associatiu, cal sumar-hi també la **presència de col·lectius no organitzats**. Segurament aquests col·lectius són l'exemple de les noves formes d'associacionisme, més volàtils però que estan en la base de les noves maneres de participar en la cultura i consumir-ne. Tot i la dificultat d'establir un cens clar d'aquests col·lectius, **sense ells no s'entén la vitalitat d'una ciutat**.

Una de les singularitats, doncs, és que el tercer sector genera una vida cultural pròpia, que gaudeix, en bona part dels casos, del reconeixement i el suport del sector públic, però **que es genera i s'impulsa autònomament**. Amb tot, és evident que en el si de les entitats històriques, tal i com succeeix arreu, hi ha problemes de relleu generacional o de renovació de les propostes.

- **Un sector privat potent i independent.** Terrassa té un **important teixit empresarial vinculat al món cultural**. Com passa amb el tercer sector, és especialment actiu a l'hora de promoure tot tipus d'iniciatives, de forma autònoma o en col·laboració amb les administracions públiques. Destaquen les iniciatives empresarials existents en l'àmbit de la música, les arts visuals, l'audiovisual i la indústria editorial.

Al conjunt d'empreses culturals que tenen la seu a Terrassa i que desenvolupen una part de les activitats a la ciutat, **cal sumar-hi també la sensibilitat que, envers la cultura, ha tingut històricament el teixit empresarial de la ciutat**. Tot plegat ha ajudat a crear un clima favorable entre l'empresariat a favor de la cultura.

Cal tenir en compte que disposar d'un **sector privat** no només suposa un actiu perquè completa un mapa d'iniciatives més ric i plural, que es construeix a partir de mirades diferents, sinó que també té capacitat de **generar riquesa i llocs de treball**, en un àmbit, el de les indústries culturals, que és assenyalat pels experts com un dels sectors amb més projecció i futur en la nova economia.

- **Més enllà de la suma de les parts: la connexió cultural millorable.** Com ja ha quedat apuntat, la suma d'iniciatives culturals que acull la ciutat de Terrassa dibuixa un panorama ric i divers. Tanmateix, **el vincle que s'estableix entre**

aquestes iniciatives és clarament millorable. Cada àrea genera les seves propostes. Cada entitat impulsa les seves iniciatives. Cada equipament desenvolupa la seva política. A l'extrem, cada territori té les seves dinàmiques. Si bé aquest comportament és perfectament comprensible, també és cert que **deixa perdre tot un seguit de potencialitats.** Efectivament, d'un major contacte no només en sortirien reforçades les iniciatives ja existents sinó que, **sense una inversió excessiva, se'n podrien generar de noves.**

És en aquest sentit que caldria promoure una política de concertació o de “consorci”, de treball transversal, de cooperació, per tal d'impulsar uns espais que, a hores d'ara, queden desaprofitats. En temps de crisi com l'actual, aquesta postura esdevé encara més necessària, atès que, davant la impossibilitat de realitzar grans intervencions, **l'opció més adequada apareix amb l'aposta per esprémer les connexions entre realitats ja existents.**

- **La cultura del territori o el futur d'una ciutat cohesionada.** Terrassa és una ciutat que, morfològicament, ha canviat molt les darreres dècades. Després de l'expansió dels anys seixanta i setanta del segle XX i la de principis del segle XXI, Terrassa encara el futur amb el **repte de relligar el seu centre amb els districtes més allunyats.** I per a això la **cultura pot ser una bona sutura.** Per “eixamplar” la ciutat existeix la possibilitat de situar espais de centralitat en els districtes més perifèrics, i els centres culturals poden ser un d'aquests equipaments. Una altra opció és treballar des de la xarxa d'equipaments territorials ja existents en una doble direcció: fent arribar la cultura de ciutat a tots els districtes i fent que la cultura que es genera en aquests espais tingui visibilitat a tota la ciutat.

Però quan es parla del futur d'una ciutat cohesionada, més enllà dels territoris (barris i districtes) **cal parlar de la seva ciutadania.** Aquest repte passa, en gran mesura, per reconèixer sobretot que aquesta ciutadania a la qual fem referència és **diversa per se i ha tendit a ser-ho més en els darrers temps.**

- **Tot eixamplant horitzons: la participació del no-públic.** A vegades les polítiques culturals lligades a la difusió es troben amb **limitacions evidents.** L'impacte sobre la ciutadania, sobre els futurs consumidors, no assoleix tot l'abast que es voldria. Aconseguir arribar als col·lectius “situats als marges” és sempre difícil. Si bé això no invalida la majoria de polítiques comunicatives que es duen a terme, és cert que cal anar més enllà.

Sovint s'afirma que l'oferta cultural de Terrassa es concentra al centre i per al “públic del centre”. Quan es parla de “públic del centre” es fa referència a un **perfil**

de consumidor determinat: adult, d'un cert estatus econòmic i social i amb inquietuds culturals clares. Sens dubte, una programació que només se sustenti en la "militància" d'un públic tan reduït disposa d'uns límits clars. Cal pensar, doncs, en la manera **com arribar al no-públic**, aquell públic que no s'expressa, que sovint sembla que no existeix. Cal canviar la lògica de la política cultural i adreçar-se al no-públic; pensar en estratègies per arribar-hi, per generar necessitats per a les quals potser no troba canals, per **generar interès des de la participació**. I el no-públic pot ser pensat en termes d'edat (els infants, el jovent, la gent gran), en termes d'origen, en termes de territori, etc. I per eixamplar horitzons també és necessari **crear fluxos de públic** entre les iniciatives que es promouen.

- **El mapa del teixit cultural de la ciutat.** Tot i que s'esmenta la importància del tercer sector, tot i que es remarca l'existència d'un teixit empresarial en l'àmbit cultural potent, etc., **el coneixement que es té de la dimensió d'aquest conjunt d'agents** (dels espais que gestionen, de l'activitat que generen) **és relativament escàs**. En aquest sentit, es troba a faltar un **mapa actualitzat del teixit cultural de Terrassa**, que serveixi per posar en valor la riquesa d'aquest sector, tot ressaltant la diversitat d'agents existent i detectant els espais on es desenvolupen les activitats, les característiques d'aquestes activitats i la participació que aconsegueixen generar.

Partint del diagnòstic realitzat i sintetitzat en aquestes conclusions, el Pacte Cívic o full de ruta va poder establir quins han de ser els **4 elements definitoris o principis rectors**:

- **Un projecte de ciutat.** Un pacte en clau de ciutat, que dissenya els grans objectius estratègics culturals de Terrassa, que ajuda a transcendir les urgències que imposa la gestió diària de la cultura i que defuig les visions partidistes.
- **L'expressió de la centralitat de la cultura.** Un pacte que situa la cultura en un espai de centralitat respecte del conjunt de les polítiques públiques i que els atorga una mirada transversal.
- **Un sistema cultural complet.** Un pacte pensat per consolidar el sistema cultural de Terrassa com un sistema complet que ofereix l'espai i l'entorn adequat a tot els sectors de la cultura, en les diverses fases de la cadena de valor (des de la creació fins la difusió), i a les iniciatives que s'hi volen desenvolupar.
- **Una mirada territorial àmplia.** Un pacte entès com l'oportunitat d'adoptar una mirada cultural que inclogui els diversos àmbits d'influència territorial de la ciutat i que contribueixi a pensar quin és el paper cultural de Terrassa en els diversos contextos territorials en què es posiciona.

I es van delimitar **3 objectius generals**:

- **Fer de la cultura un projecte compartit entre tots els agents culturals de la ciutat, tot propagant l'esperit de la concertació.** S'ha de possibilitar que la connexió entre tots els agents culturals de Terrassa sigui una realitat. S'ha observat que l'establiment de múltiples relacions, en tots els nivells, és plenament necessari per al desenvolupament de la ciutat des d'un punt de vista cultural. El sentit d'aquestes relacions rau, doncs, en l'existència d'un projecte compartit per totes les parts.
- **Fer del Consell Municipal de la Cultura i les Arts de Terrassa (CMCAT) l'espai de debat prioritari de les polítiques culturals de la ciutat.** El Consell de la Cultura i les Arts de Terrassa, tot i la seva recent creació, s'ha de convertir en l'òrgan que s'encarregui de debatre les bases i les línies estratègiques de futur de la cultura terrassenca. En aquest sentit, el pacte ha de ser pres com a punt de partida, i el CMCAT, com el seu principal impulsor.
- **Apostar per la creativitat i la innovació com a base de la cultura feta a Terrassa.** La creativitat i la innovació són els ingredients principals de la nova economia. En un moment de canvi de cicle, és més necessari que mai que també la cultura sigui partícip de l'aposta que s'ha de fer en aquesta direcció com a garantia de sostenibilitat futura. Cal tenir en compte, a més, que la creativitat i la innovació són elements intrínsecs al fet cultural i formen part indissoluble del conjunt d'objectius i motivacions que es plantegen.

Finalment, es van proposar els **5 eixos estratègics** que serveixen per organitzar i canalitzar les fases posteriors del procés, eixos que esdevenen els pilars sobre els quals cal desenvolupar l'estratègia cultural de Terrassa dels propers anys. Els eixos estratègics són:

- Capitalitat cultural i projecció exterior
- Connectivitat cultural
- Cultura i cohesió social
- Innovació i creativitat cultural
- Governança

Una vegada definits els cinc eixos estratègics, calia obrir el procés a la ciutat per tal que els agents culturals organitzats o directament els ciutadans, de forma autònoma i independent, poguessin explicar la seva visió de la cultura a la ciutat, compartir inquietuds, exposar necessitats i plantejar propostes.

Arribats a aquest punt, es va optar per un format de participació i concertació ciutadana que permetés anar més enllà d'un debat sobre propostes per arribar a un pla d'actuació. El resultat del diagnòstic, la visió de les persones, professionals i agents culturals diversos que van ser consultats per a la realització del treball, va ser determinant per tal que el Consell de Cultura decidís l'elaboració del Llibre Blanc de la Cultura a Terrassa.

I es va decidir que el recorregut cap a l'elaboració d'aquest llibre blanc s'estructurés al voltant de **3 moments clau**: el **Congrés de Cultura de Terrassa**, un **cicle de conferències** i unes sessions participatives en format de **taules de treball**.*

El Congrés de Cultura de Terrassa: la ciutat que sabem

La realització del primer Congrés de Cultura de Terrassa es va desenvolupar a les instal·lacions de l'Auditori Municipal i l'Escola de Música durant els dies 25, 26 i 27 de gener del 2013. Es va fer una crida a totes les persones, grups i entitats que estaven treballant en projectes i propostes culturals a la ciutat o que tinguessin la intenció de fer-ho per tal que presentessin les seves propostes i les compartissin amb la resta de participants. Les jornades es van organitzar amb un format de presentacions breus, amb la idea que l'intercanvi d'opinions i experiències es traslladés als espais de relació presencial i virtual que es van habilitar.

S'hi van inscriure 447 persones, de les quals es van acreditar 329 a les sessions de l'Auditori. Hi van participar 218 entitats i col·lectius i s'hi van presentar 133 ponències. El congrés va reflectir el pols cultural de la ciutat. No s'havia viscut mai una experiència similar a Terrassa. El resultat final va ser molt positiu, ja que es va assolir l'objectiu que el sector cultural de la ciutat es trob s, es relacion s, es connectés m s enllà dels seus cercles i circuits habituals i quotidians, que es produïssin interseccions i es trobessin experiències creuades i que aquest món de la cultura a Terrassa es mostr s amb tota la seva riquesa i diversitat al conjunt de la ciutat.*

El cicle de conferències

Després de l'esclat del Congrés de Cultura es va portar a terme un cicle de conferències en el qual cinc persones expertes en els àmbits temàtics corresponents als eixos estratègics van exposar la seva visió i experiència i la van compartir amb els participants. L'objectiu fonamental d'aquestes sessions va ser generar un debat previ sobre l'estat de la qüestió en aquests àmbits de la cultura. Es van exposar les visions actuals sobre

** Tota la documentació generada en aquests processos està disponible al web municipal*

les grans qüestions i els paradigmes vigents, els reptes i obstacles, i es van presentar diversos exemples de bones pràctiques i experiències d'èxit, tot cercant la possible transferibilitat o adaptació al context terrassenc. Més de 150 persones s'hi van inscriure i van participar en alguna de les conferències, que van tenir una assistència d'unes 50 persones per sessió. Els resums d'aquestes sessions estan disponibles al web municipal.

Salvador Sunyer, director del festival Temporada Alta, va protagonitzar la sessió sobre **capitalitat i projecció exterior** de la ciutat. Va centrar la seva exposició en la pròpia experiència adquirida en la seva llarga trajectòria al davant d'aquest festival, el més important de Catalunya en el seu àmbit, que ha adquirit un gran prestigi artístic i ha projectat la marca de Girona com a capital de les arts escèniques.

Per a Sunyer, l'èxit d'un projecte cultural de fort impacte i projecció s'ha de basar en el treball en comú dels diferents agents implicats: responsables públics, gestors culturals, empresarials, ciutadania. **S'ha d'actuar amb generositat i tenir la ciutat i/o el país darrere**, teixint acords i aliances, i s'ha de transitar cap a models lleugers i de fort component relacional amb participació del sector públic i del privat empresarial i social. Va insistir també en la importància de la formació artística i en la vinculació amb el món educatiu, "de P3 a la universitat". Va afirmar que **cal fer les coses de forma "orgànica", no artificiosa**, descartar la recerca de l'èxit fàcil a cop de talonari (ara, de fet, això ja és impossible) i, sobretot, assegurar l'accés a la cultura a tothom: ningú no ha de quedar exclòs de la cultura per raons econòmiques.

Núria Paricio, promotora de la Fundació Tot Raval, va exposar la seva trajectòria personal en aquesta fundació en la sessió de **connectivitat cultural**. Creada al barri del Raval de Barcelona, la Fundació Tot Raval es pot considerar una de les experiències de treball sociocultural més interessants sorgides en els darrers anys a la capital catalana. La intervenció cultural i social d'aquesta organització constitueix un **exemple de manual** de connectivitat, de com es pot teixir una **xarxa de lligams entre persones i entitats**, aparentment amb visions i interessos poc coincidents, però que acaben convergint en un cercle virtuós al servei de projectes que donen vida, dignifiquen i projecten aquest barri i la mateixa ciutat. La fundació ha consolidat una sèrie de projectes culturals genuïns que han implicat multitud d'agents del territori (des de les botigues de barri fins a les gran institucions que s'hi ubiquen, com el Liceu, el Macba, el CCCB o el Museu Marítim).

Mila Gascó, de l'Institut de Governança i Direcció Pública d'ESADE, va protagonitzar la sessió sobre **governança cultural**. La professora Gascó va definir el concepte de

governança tot emmarcant-lo en el context de modernització de les administracions públiques que ha suposat el trànsit del model burocràtic al model relacional. En aquest model, basat en la participació de diferents actors amb capacitat d'incidir, la governança estableix les regles del joc i els mecanismes de participació en la presa de decisions. En el cas de la cultura, això té una importància especial, ja que és un sector complex en el qual participen multitud d'actors amb capacitat d'incidència: administracions públiques; empreses privades; fundacions; artistes i professionals de la cultura; associacions; i, finalment, tota la ciutadania. En aquest context, les **administracions públiques** han de tenir un paper principal de **facilitadores** en els processos d'intervenció i presa de decisions, mentre que els **agents socials** hi aporten fonamentalment **dedicació i compromís**. La governança de la cultura planteja reptes importants com la baixa coordinació i cooperació interadministrativa (i intraadministrativa), les incerteses en el finançament i la baixa participació ciutadana. Per afrontar aquests reptes **no hi ha un model**, no hi ha una recepta genèrica: s'han de buscar propostes innovadores a partir de les realitats concretes, com seria el cas de Terrassa. En tot cas, hi ha molts exemples de bones pràctiques que es caracteritzen per anar més enllà de la participació per avançar en la col·laboració, la coproducció i, sobretot, la **coresponsabilitat**.

Miquel Àngel Essomba, professor universitari i exdirector del Centre UNESCO de Catalunya, va centrar la conferència dedicada a **cultura i cohesió social** sobre l'eix de la **diversitat cultural**. Per al professor Essomba, vivim en una societat molt diversa (Terrassa n'és un clar exemple) i tenim dificultats per gestionar aquesta diversitat perquè venim d'una tradició de negació de la diferència. El primer pas és l'acceptació, i la cultura hi té un rol fonamental. És en aquest context que pren sentit el concepte d'**interculturalitat**, que constitueix la resposta més indicada per construir marcs de convivència i cohesió en societats caracteritzades per la diversitat cultural. Les polítiques d'interculturalitat permeten superar la dicotomia entre l'"ells" i el "nosaltres" per avançar plegats cap a la construcció d'un futur compartit, perquè el concepte d'interculturalitat és inclusiu, flexible i dinàmic. La cultura actua de forma prioritària com a mitjà, no pas com a objectiu de la cohesió social; **la immigració no ha de focalitzar i concentrar la relació entre cultura i cohesió social**; la interculturalitat actua com a mètode i model per assolir la cohesió, apropant la relació entre global i local, i trencant les fronteres interiors.

Juan Freire va protagonitzar la darrera conferència del cicle, dedicada a **creativitat i innovació**. Exprofessor universitari (va ser degà de la Facultat de Biologia de la Universitat de la Corunya), Freire ha centrat la seva activitat professional en la consultoria d'innovació i, més concretament, en el que ell denomina **innovació ciutadana**. Per a

ell, la **innovació i la creativitat** no es poden planificar, sinó que **s'han de facilitar** en un context d'innovació ciutadana, **han de tenir un impacte no només cultural sinó també econòmic** (social o empresarial) i **requereixen una ciutadania amb valors i competències**, per la qual cosa l'**educació** resulta fonamental. Freire situa la innovació ciutadana en el punt més elevat d'una escala de complexitat, per sobre de la innovació social i l'I+D. Aquesta innovació ciutadana no es pot entendre sense la implicació de les "multituds" (concepte que no s'ha de confondre amb el de les "masses"), amb gran capacitat de protagonisme, i el paper de les tecnologies digitals i les xarxes socials. Això genera un tipus de projectes proactius on la gent, la "multitud", s'adhereix a propostes amb diferents escales d'implicació i compromís i on les xarxes digitals i la connectivitat tenen un paper determinant.

Les taules de treball

Després de conèixer de primera mà el gruix, la diversitat i la dimensió del món cultural a Terrassa, i que els seus protagonistes compartissin coneixements en el Congrés de Cultura, aquests mateixos protagonistes van tenir l'oportunitat de conèixer les visions i les experiències de les persones expertes en els àmbits que delimiten els eixos estratègics en què s'estructura el procés. El següent pas va ser situar el procés en la **dimensió participativa més oberta i propositiva**: les taules de treball.

Les taules es van fer en dues fases: una primera fase amb **2 sessions** estructurades al voltant de cadascun dels **5 eixos estratègics**, i una segona fase amb una sessió per a cadascuna de les **7 taules sectorials** que actualment funcionen a Terrassa promogudes pel Consell de Cultura.

Les taules corresponents als **5 eixos estratègics** es van celebrar durant els mesos de setembre i octubre del 2013 i van ser conduïdes per terrassencs i terrassenques experts en cadascun dels àmbits. L'escriptor i periodista **Vicenç Villatoro i Lamolla** va conduir les taules corresponents a l'eix estratègic de **capitalitat i projecció de la ciutat**; les de l'eix de **cultura i cohesió social** van anar a càrrec del dinamitzador cultural i promotor musical **Lluís Puig i Gordi**; el compositor i director **Joan Martínez Colás** va conduir les taules de **connectivitat**; el professor de sociologia **Joaquim Rius i Ulldemolins**, les de **governança**; i, finalment, la filòloga **Sònia Puerto** va estar al davant de les taules d'**innovació i creativitat**.

Les taules van atreure la participació de més de 100 persones en representació d'entitats i institucions o a títol individual. Els resums de les sessions participatives estan disponibles també a l'annex digital.

A més de les valoracions i aportacions específiques de cadascuna de les taules, que es detallen en el següent apartat del Llibre Blanc, els debats van reflectir de forma general percepcions compartides per una part molt significativa del món cultural terrassenc que s'hi trobava representat.

Per la banda de les **fortaleses** van sorgir la dimensió i dinamisme del teixit associatiu i, de forma més genèrica, del tercer sector cultural; els equipaments i els elements patrimonials; i els grans esdeveniments i convocatòries del calendari cultural. Tampoc no va mancar espai per fer aflorar les **febleses** del sistema cultural terrassenc i les **amenaces** que el poden afectar o condicionar negativament. Els efectes perllongats de la crisi sobre el sector cultural com a gran causa genèrica amb multitud de ramificacions: descensos consumats en inversions i pressupostos, davallada de públics i usuaris en activitats de pagament i en socis i contribuents en les entitats associatives; dificultat d'articular culturalment la ciutat, incorporar els sectors més impermeables a l'oferta actual i atreure els múltiples no-públics. Les ineficiències derivades de la insuficient coordinació dels agents culturals (incloent-hi els municipals) i les grans dificultats d'emprendre estratègies efectives de comunicació en el marc de la digitalització. La manca d'articulació i de visibilitat del sector industrial creatiu... I, a més de tot això, també el tema molt concret de la desaparició de Caixa Terrassa i Unnim i els seus impactes múltiples.

Tanmateix, del reconeixement de febleses i amenaces en poden sorgir oportunitats. Del reconeixement que els efectes de la crisi poden anar per llarg o fins i tot "normalitzar-se", en el pitjor dels sentits, i que el sector públic està al límit de les seves possibilitats, en neix el convenciment que el tercer sector cultural a Terrassa està en condicions d'assumir més protagonisme, que no fallarà, com no va fallar en altres contextos històrics encara més complicats. Que aquest marc de dificultats ha de donar lloc a noves fórmules de finançament i de governança que facin el sistema més eficient i participatiu, i que s'està en condicions de fer-ho, i la nova Fundació Antiga Caixa Terrassa obre una via en aquest sentit. Que les incerteses de la digitalització són alhora oportunitats de noves formes d'implicació i participació. Que la ciutat disposa d'una xarxa d'equipaments de barri fins ara aprofitats de forma insuficient que poden actuar com a nodes que contribueixin a ordenar i potenciar els fluxos culturals interns i externs i que alhora es poden assajar nous models de visió, funcionalitat i governança d'aquests equipaments. Que la complexitat demogràfica resultant dels grans processos immigratoris s'hauria de poder convertir en potencial de diversitat vivencial i creativa. I, en definitiva, que la ciutat no es pot permetre el luxe de sortir de la crisi menys cohesionada, més fosca i anodina, i que una de les claus, potser la clau mestra perquè això no s'esdevingui, està en la cultura.

Una vegada es van sistematitzar les aportacions sorgides de les taules dels eixos estratègics, es van convocar les **7 taules sectorials** amb l'encàrrec de contrastar i complementar aquestes aportacions amb les mirades específiques de cadascun dels sectors.

Així, des la taula de **patrimoni cultural** es va incidir en les virtualitats del patrimoni industrial i modernista i en el gran potencial del conjunt patrimonial de la Seu d'Ègara i la via que s'obre amb la candidatura a patrimoni mundial de la UNESCO.

En la taula d'**arts escèniques**, el sector del teatre amateur va proposar fer un pas endavant en la creació d'un nou concepte d'equipament i en la seva gestió. De la taula de **músiques** en va sortir la voluntat d'impulsar la coordinació i les estratègies de nous públics (via xarxes socials i suports tecnològics) amb l'Auditori Municipal com a equipament de referència. La taula d'**arts visuals** va destacar també el diàleg i la coordinació entre actors. El sector viu moments difícils a Terrassa, especialment el segment professional i comercial (galeries d'art). La col·laboració i coordinació ha estat difícil d'assolir en altres circumstàncies però, en l'actual conjuntura, resulta gairebé imprescindible. I tant o més imprescindible es considera enfortir els vincles ja existents entre el sector creatiu i l'educatiu. Uns vincles que també es van proclamar com a determinants en la taula de **cultura tradicional**. Aquest sector gaudeix de bona salut però necessita trencar les barreres invisibles que l'allunyen de determinats sectors i col·lectius ciutadans. La via de penetració que es considera més indicada és l'educativa, això sí, utilitzant de manera desacomplexada tot tipus de recursos i suports tecnològics a l'abast.

El nou paradigma tecnològic i digital també va protagonitzar el debat en la taula de **literatura i lectura**. Cal tenir presents les oportunitats que la digitalització posa al servei de la creativitat emergent en el sector (autoedició, difusió electrònica), així com les amenaces quan es transita cap al marc professional i industrial. Les biblioteques públiques no resten en cap cas al marge d'aquest debat, i saben que els tocarà viure en un context d'evolució i canvi permanent: un escenari que es veu més com un repte que no pas com un desafiament.

Finalment, la taula d'**indústries culturals** constata la necessitat de fer un pas endavant en la seva maduració com a sector de referència a la ciutat, com un sector econòmic més, però amb les seves especificitats.

Tot aquest procés d'intens debat va generar un gran nombre d'aportacions que es van acabar formulant en **100 accions** agrupades en **30 objectius** d'àmbit temàtic i sectorial. A continuació es presenten aquestes propostes, que, en definitiva, constitueixen la proposta de pla d'actuació, contextualitzades amb les aportacions d'experts en cadascun dels àmbits. En concret, s'incorporen per a cadascun dels eixos estratègics la reflexió i la valoració de dos experts, un dels quals vinculat estretament a la ciutat de Terrassa.





Capitalitat i projecció de la ciutat

3.

Capitalitat cultural i projecció exterior

Què és una capital de cultura?

Beatriz García

Totes les ciutats són centres de cultura. Això és simplement perquè són comunitats humanes. Les ciutats difereixen dels entorns rurals pel fet que apleguen una massa crítica de persones que han de compartir els mateixos espais (sovint, altament condensats) de forma diària. El fet de compartir l'espai i la interacció constant de persones es troba al cor de la creació cultural i la formació de la identitat cultural.

No obstant això, no totes les ciutats són capitals de cultura. Més concretament, no totes les ciutats aprofiten bona part del seu capital cultural. Això és degut al fet que en algunes ciutats és més difícil que en d'altres compartir espais en igualtat de condicions i utilitzar aquests espais per expressar la diferència o la diversitat. A més, en algunes ciutats és més difícil apreciar les capes de la història que en d'altres; és més difícil entendre el fons o el context de les seves comunitats, la qual cosa al seu torn fa que sigui més difícil esbrinar el seu camí cap al futur.

Una capital de la cultura és una ciutat capaç de conciliar les seves múltiples capes sense necessitat de suprimir la diversitat ni canviar. Les capitals de cultura són llocs que poden connectar el seu passat amb les seves possibilitats de futur en un diàleg obert i dinàmic.

És evident que aquests arguments representen un ideal (són abstraccions sobre el concepte de què és el que defineix una capital de cultura). En el món real, no hi ha capitals de la cultura, però hi ha ciutats que mereixen aquesta denominació (o són percebudes com a models desitjables) gràcies a la seva capacitat, convicció o compromís en la consecució dels objectius de capitalitat cultural. Finalment, cal assumir que les ciutats només poden aspirar a "esdevenir" o reforçar el seu potencial de capital cultural, però no poden esperar que aquest potencial sigui un valor que es pot assegurar de forma permanent. Una capital de cultura mai no és estàtica; més aviat és una ciutat que demostra un interès constant per explorar, compartir, celebrar, a més de qüestionar i replantejar la seva cultura.

Capitalitat i projecció de la ciutat

25

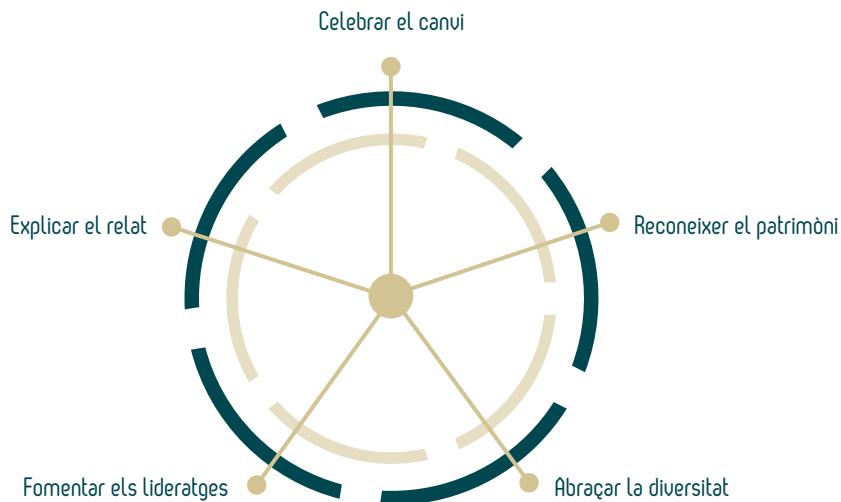


En aquest article, que surgeix dels meus anys d'experiència treballant amb els principals centres de cultura del món, així com ciutats que han protagonitzat un important renaixement cultural, reflectiré de forma breu allò que considero les característiques fonamentals per a ciutats que aspiren a esdevenir capitals de cultura.

Com les ciutats esdevenen capitals de cultura?

Ciutats tan diverses com Liverpool, Berlín, Londres, San Francisco o Barcelona s'esmenten sovint en contextos molt similars i, en alguns casos, fins i tot es consideren referents. Això es deu al fet que, en els últims trenta anys, han aconseguit atreure l'atenció com a exemples de capitals de cultura. No comparteixen el mateix tipus de fortaleeses en peu d'igualtat, però amb el temps han aconseguit excel·lir en, almenys, una de les dimensions que considero essencials per esdevenir una capital de cultura, i han treballat constantment per assolir l'equilibri adequat entre totes les dimensions rellevants.

En el meu treball, he arribat a la conclusió que hi ha cinc dimensions interrelacionades que una ciutat ha d'abordar per reforçar el seu capital cultural, tal i com reflecteix el gràfic:



En els apartats següents es descriuen cadascuna d'aquestes dimensions i s'inclouen breus referències de ciutats concretes que considero exemples d'èxit. Al meu entendre, és gràcies a destacar en una o més d'una d'aquestes dimensions que les ciutats es converteixen en referències mundials de capitalitat cultural.

Reconèixer el patrimoni

Una capital de la cultura és conscient del seu passat. En la nostra època de regeneració basada en la cultura i la creació, una era que sembla dominada per les aspiracions de creixement de les cada vegada més competitives i sorprenents indústries creatives, moltes ciutats han optat per centrar-se en la promoció d'allò més nou, de les pràctiques més innovadores, i en algunes ocasions han desenvolupat iniciatives que són insensibles o alienes al seu patrimoni local. Des de ciutats postindustrials britàniques fins a noves ciutats xineses que sorgeixen d'antigues àrees rurals, l'enfocament de la política cultural en alguns contextos urbans sembla oposar patrimoni a desenvolupament. Aquest és un enfocament clarament erroni que amenaça les credencials culturals de les ciutats.

Per tal d'enfortir el capital cultural d'una ciutat, és fonamental conciliar la consciència històrica amb el compromís cap a la innovació. Sovint, això significa explorar opcions perquè s'entengui el sector del patrimoni no només com el guardià de les glòries del passat sinó també com una altra indústria creativa dinàmica i una font clau de matèria primera per refinar les prioritats culturals contemporànies i apreciar el valor afegit de les pràctiques culturals emergents.

Abraçar el patrimoni sembla més difícil en ciutats amb una història que es pot vincular amb la injustícia o la decadència. No obstant això, les ciutats que han patit associacions d'imatge negatives no han d'ocultar la seva història recent o les seves arrels profundes, encara que puguin conduir a establir estereotips potencialment negatius. Al contrari, s'ha de convertir en prioritat interpretar la seva història i els relats que s'hi associen. Aquesta és la millor manera d'apreciar els obstacles previs per al desenvolupament positiu i comprendre les causes del declivi. Naturalment, això també és un procés important per tal de donar credibilitat i profunditat a qualsevol estratègia per avançar, així com recuperar-se de danys esdevinguts o causats en el passat.

Des del molt reconegut (i innovador) Museu de l'Esclavitud de Liverpool fins als innumbrables memorials de l'holocaust arreu d'Europa, hi ha excel·lents exemples d'iniciatives relatives al patrimoni que, en lloc d'ancorar les ciutats en el seu passat, en realitat han estat un catalitzador per a la innovació i el reposicionament creatiu, que ha obert noves vies per a l'intercanvi cultural i la projecció exterior responsable i positiva.

De fet, cal fer també una nota d'advertència a aquelles ciutats que estan disposades a celebrar el seu passat però confien excessivament en els relats històrics, bloquejant a vegades iniciatives que poden desafiar la coherència de la versió establerta de la seva història. Una visió estreta del seu patrimoni pot ser tan perjudicial per a una capital de cultura com la seva negació. Tal com es remarca en l'apartat següent i al final d'aquest article, la consciència del patrimoni no s'ha de fer a costa de silenciar les veus divergents i cal acceptar el canvi. Una capital de cultura amb èxit només ho pot ser si s'accepta que el patrimoni propi no es pot establir de manera irrevocable sinó que més aviat està subjecte a la reinterpretació constant i la renovació.

Abraçar la diversitat

En les últimes dècades s'ha produït un esclat de literatura especialitzada que assenyala la importància de la tolerància i el caràcter obert per facilitar la creativitat. Sens dubte, un element bàsic comú de totes les ciutats amb capital cultural de gruix és la seva capacitat per abraçar la diferència i acceptar que aquesta diferència no ha de conduir de forma imprescindible a una visió harmònica o consensuada del món en tots els col·lectius que la formen. Si bé és essencial compartir valors democràtics comuns, és igualment important reconèixer que les ciutats vibrants són possibles per la tensió creativa derivada d'opinions en conflicte. La tasca de les capitals de cultura que han assolit l'èxit és facilitar plataformes que permetin que el conflicte s'expressi en entorns segurs que també garanteixen el respecte mutu i fomenti l'intercanvi en lloc d'una oposició inamovible entre les parts.

Per a la política cultural, l'acceptació de la diferència significa que sempre hi haurà la necessitat de diàleg. Una capital de cultura no pot esperar arribar a un consens definitiu sobre la seva identitat i les seves aspiracions; en canvi, entén la identitat com un diàleg obert i dinàmic que esdevé més ric i fructífer com més empoderats i diversos són els seus participants. En última instància, la força cultural de les ciutats es mesura per la força i la visibilitat dels seus col·lectius. Una ciutat que només es coneix a través dels seus referents establerts i per les seves figures icòniques, siguin històriques o contemporànies, no pot ser una capital de cultura creïble o inspiradora. Com es demostra en paradisos de tolerància i diversitat com San Francisco, totes les capitals de cultura respectades són tant conegudes i celebrades per la seva "gent" com per les seves celebritats, i això només pot ser el resultat d'un compromís actiu i continu amb i per la seva ciutadania.

Fomentar els lideratges

L'apartat anterior se centra en la necessitat d'una ciutadania activa i diversa per permetre la renovació constant del capital cultural a les ciutats. Això pot tenir lloc de forma natural

en una multitud de llocs en moments molt específics. El fet que marca la diferència per a les capitals de cultura àmpliament reconegudes és la seva capacitat de donar suport a col·lectius de base potents amb líders inspiradors.

El lideratge és, així, la tercera dimensió clau en aquest article. De la mateixa forma que la tolerància, el lideratge també és un terme molt debatut pels experts en polítiques culturals urbanes i s'ha convertit en el focus de molts cursos de gestió especialitzats. És important destacar, però, que el lideratge eficaç només és possible quan es donen dues condicions fonamentals:

- Líders creïbles i consistents que abracin els principis que s'han exposat
- L'acceptació i el suport al lideratge per part dels diferents col·lectius i grups d'interès de la ciutat

No és estrany que líders inspiradors i potencialment transformadors no se'n surtin a l'hora d'ajudar una ciutat a tirar endavant. Això succeeix a les ciutats que es converteixen en "sobrepoteix" dels seus actius i desenvolupen una desconfiança cap a les persones excessivament dinàmiques disposades a posar en qüestió l'estatu quo o a interrogar-se sobre les seves causes.

El paper dels líders és transitar pels conflictes potencialment paralitzants o per les diferències d'opinió dels diversos col·lectius i proposar un camí a seguir sense perdre de vista aquells grups que no poden veure materialitzades les seves esperances de forma immediata. El seu paper consisteix a prendre consciència de les qüestions vigents, mentre són capaços d'assumir riscos en prioritzar entre les moltes altres opcions possibles. Els líders eficaços també han de ser receptius a la necessitat de modificar les causes a les quals donen suport alhora que són capaços de mantenir la integritat de la seva visió.

Les capitals de cultura competents entenen la importància d'un lideratge efectiu. A més, estan disposades a abraçar els líders, independentment del seu origen i les inclinacions polítiques. Això requereix maduresa per part dels òrgans de govern escollits, ja que els líders de facto no sempre coincideixen amb els electes polítics. Ciutats com Londres han demostrat una gran capacitat per nodrir i donar suport als líders de la societat civil, i això explica, en part, el seu ressorgiment com una excitant capital de cultura en l'última dècada, en lloc de romandre només com a capital financera mundial situada culturalment a redós de Nova York o, fins i tot, Berlín, com ja havia estat durant els anys vuitanta i noranta.

Explicar el relat

Consciència històrica. Comunitats diverses i empoderades. Líders reconeguts. Tots aquests són factors poderosos per nodrir la vitalitat cultural. Però, més enllà de fer la bona feina, les capitals de cultura amb èxit són les que saben com donar-se a conèixer. El relat ha de ser explicat, i en aquesta societat de la informació hipersaturada on vivim, això requereix una narrativa distintiva, així com formes intel·ligents d'arribar als mitjans de comunicació, tant als convencionals com als nous.

En els principals llocs que han acollit grans esdeveniments, des de ciutats olímpiques a capitals europees de la cultura, hi ha l'opinió que, per tal d'assegurar un llegat sostenible, la ciutat no només ha d'oferir un esdeveniment sensacional plenament d'acord amb les seves prioritats estratègiques a llarg termini, sinó que també ha d'aprendre a "gestionar el mite". Quan diem "mite" no ens referim a una distorsió de la realitat. Simplement ha de ser una manera poderosa i memorable d'explicar la història, el que va passar, sobretot pel seu impacte emocional.

Els esdeveniments singulars culturalment rellevants són aquells capaços de generar un moment de memòria col·lectiva. Se'ls suposa capaços d'"inspirar una generació", tal i com han afirmat esllògans olímpics recents. Això no hauria de ser descartat com un exercici astut de relacions públiques. Les capitals de cultura inspiradores poden complir aquest tipus de promeses mantenint l'atenció dels mitjans de comunicació i tenir la gamma més diversa de persones (les "comunitats empoderades", així com els líders esmentats anteriorment) que expliquin el relat, la narrativa de la ciutat.

Després de més de vint anys, Barcelona és un bon exemple d'això. És una ciutat que va aconseguir crear la idea d'un "model Barcelona" que avui encara es considera un referent. Això malgrat el fet que moltes altres ciutats han estat eficaces en la celebració d'uns jocs olímpics i fins i tot han millorat aspectes del procés de posada en escena. La diferència més important entre les ciutats que només criden l'atenció en un moment específic en el temps i les que assegurin constantment projecció externa "positiva" en les últimes dècades és, precisament, la capacitat de relacionar-se amb els líders d'opinió i nodrits sectors de la societat en un pla emotiu més que no pas en un objectiu basat en un pla material. Això només és possible quan els que donen forma a la narrativa se senten personalment compromesos, quan no són només portaveus sinó també impulsors reals implicats a fons amb la seva ciutat.

Pot sonar paradoxal observar que les intervencions culturals sovint fracassen en produir un impacte emocional significatiu o resultats en narratives memorables al llarg del temps. Però això és degut sovint a l'ús extensiu de l'activitat cultural com un dispositiu estratègic i a la replicació generalitzada de marcs de referència que, al seu torn, es tradueixen en narratives generalistes amb escàs arrelament al territori. Quan això succeeix, resulta difícil capturar la imaginació de promotors, periodistes i públics. Les capitals de cultura amb èxit són les que poden impedir aquest cercle viciós, proporcionant les condicions adequades per produir cultura rellevant i assegurar que els agents que actuen com a impulsors locals saben com això ha estat possible, i proporcionant les plataformes adequades per compartir aquest coneixement. Es tracta de ciutats que inverteixen en els seus impulsors i entenen la importància de convertir els seus ciutadans en ambaixadors. Per a l'any 2014, en un moment de competitivitat global entre estratègies de marca de ciutat (*branding strategies*), les narratives culturals més apreciades són les que vénen no només de promotors professionals de la ciutat sinó també dels “ambaixadors” locals de base, de la gent, des dels taxistes fins als cambrers, i, de fet, del creixent estol d'autoproclamats “periodistes ciutadans” compromesos a informar sobre les seves ciutats a través de les xarxes socials.

Benvingut el canvi!

La decadència cultural i la irrellevància comencen el dia que un creu que ja està tot fet i s'ha aconseguit tot. Les ciutats no han d'actuar mai com a parcs temàtics, ni convertir-se en museus en el sentit tradicional de la paraula. Les ciutats no són mai un “producte acabat”, sempre són una obra en curs. Una capital de cultura digna és plenament conscient d'aquesta realitat i es troba amb ganes d'abraçar-la.

Tornant al nostre punt de partida, el repte consistiria a aconseguir el just equilibri entre el respecte pel patrimoni local i l'impuls per seguir canviant i avançant. Com ja s'ha dit en l'apartat sobre la diversitat, una capital de cultura és sempre un mosaic d'identitats prèviament formades que tracten d'establir nous diàlegs. Un diàleg fructífer ha de generar noves vies i punts de trobada que requereixen deslligar-se de la pràctica establerta prèviament. El que fou una fàbrica tradicional de producció de la indústria pesant pot arribar a ser la “fàbrica d'idees” de la indústria creativa. Per tal de seguir sent rellevant, aquesta fàbrica d'idees pot convertir-se més endavant en un jardí urbà o un centre cívic o comunitari, i així successivament, per tal d'abordar les sempre canviants necessitats de la ciutat.

Berlín és alhora la ciutat d'Alemanya més pobra en termes financers i la més rica quant a creativitat. S'ha reinventat a si mateixa constantment durant més d'un segle, i segueix fent-ho avui dia. Continua sent una de les capitals culturals més interessants del món i ha aconseguit assolir aquest estatus gràcies a la seva capacitat per adaptar-se als temps, alhora que s'ha enfrontant amb coratge al pitjor del seu passat i ha intentant treure el màxim partit de les recurrents crisis polítiques, socials i econòmiques que ha patit. Avui en dia, Berlín s'ha d'enfrontar a la possibilitat de “morir d'èxit” com a capital de cultura, i a la temptació de fixar el seu estatus actual, tractant de congelar les seves credencials creatives, contenir la diversitat de les seves comunitats, professionalitzar els seus líders i transformar la seva recent narrativa de “renaixement cultural” en un altre eslògan urbà.

Les forces de la gentrificació s'estan apoderant de molts barris de ciutats, com havia estat el cas de Manhattan en la dècada del 1970 i de Londres poc després. Els artistes que es van instal·lar en moltes naus i magatzems buits en la dècada del 1990 van ser progressivament expulsats per galeries d'art comercial i aquestes, al seu torn, estan sent comprades per agències immobiliàries globals. Aquesta és evidentment una forma de canvi, però d'un canvi que corre el risc de matar les altres dimensions essencials a una capital que aposti per la cultura. Amb tot, és possible que Berlín superi aquests riscos i conservi les seves credencials gràcies a l'impuls dels seus múltiples col·lectius i del compromís dels líders locals i els impulsors independents. Des de sectors comunitaris s'estan llençant missatges que demanen de forma irònica “zones lliures de hipsters” (en la que es va considerar amb orgull la “capital hipster” del món). S'ha creat una xarxa d'artistes independents que està obtenint donacions d'arreu del món per protegir els barris de l'acció d'empreses d'inversió locals insensibles. Aquests són només alguns exemples d'iniciatives interessants que poden estalviar Berlín de perdre les seves fortal·leses culturals inclusives pels beneficis econòmics d'unes elits reduïdes.

En general, sembla que aquelles ciutats que tenen capacitat per esdevenir capitals de cultura que excel·leixen en la majoria de les dimensions aquí identificades pot créixer el tipus de resiliència necessària per resistir la temptació de congelar i vendre els seus actius (i perdre així el mateix capital que les va fer atractives inicialment). Podem arribar a la conclusió que esdevenir una capital de cultura és un procés continu, un procés que mai no permet que una ciutat caigui en la complaença, però, en última instància, una ciutat que pot ajudar a identificar i fomentar les condicions necessàries per seguir

canviant i evolucionant amb els temps per tal de retenir el seu actiu més cobejat i més difícil de predeterminar: el seu capital cultural.

Beatriz García és cap de recerca al Institute of Cultural Capital, University of Liverpool

Cultura: ser un nus a la xarxa

Vicenç Villatoro i Lamolla

Sobretot en els últims cinquanta anys, els canvis tecnològics, les transformacions en les comunicacions i l'evolució dels hàbits personals i familiars han fet que la relació entre la vida cultural i l'espai físic, entre la cultura i el territori, sigui radicalment diferent a la que era. Observem-ho, posem per cas, des de la perspectiva del consum cultural. Només és una de les perspectives possibles, hi ha també altres perspectives més vinculades a la creació, a la participació, a la formació, però la del consum ens resulta especialment clara. Fa cinquanta anys, la major part del consum cultural d'una persona diguem-ne de mitjana curiositat i de nivell formatiu també mitjà es produïa en un espai físic pròxim. Probablement en el seu poble, barri o ciutat. És allà on anava al cinema o al teatre, on sentia música, on anava a veure exposicions, on participava d'una manera o altra en activitats culturals de qualsevol tipus. El consum cultural es feia en un espai públic, d'una manera compartida, i en un espai pròxim. Això convertia un poble, un barri o una ciutat en un sistema cultural pràcticament complet. Certament, es podien produir desplaçaments: no hi havia un gran teatre d'òpera o un museu important d'art a cada ciutat. Hi havia un consum vinculat al turisme o un d'alt nivell on es podien reconèixer tot un sistema de capitalitats concèntriques. En qualsevol cas, podríem parlar d'un consum cultural molt clarament territorialitzat, molt lligat a un territori i on la noció de capitalitat cultural podia ser molt present.

En els últims cinquanta anys, s'ha produït un doble fenomen. D'una banda, bona part del consum cultural s'ha traslladat (a través del que podríem anomenar els "electrodomèstics culturals", la ràdio, el televisor, l'ordinador, la telefonia mòbil) de l'espai públic compartit a l'espai privat, primer de caràcter domèstic, finalment de caràcter individual. El meu avi va sentir música sobretot en teatres i sales de concerts, a la seva ciutat. Els meus fills i, encara més, els meus néts hauran sentit música sobretot a la seva habitació, al menjador de casa, al cotxe o anant a córrer o al tren amb uns auriculars a les orelles.

Capitalitat i projecció de la ciutat

33



També hauran anat a concerts a l'espai públic, naturalment. Però el percentatge que aquests concerts representaran en el seu consum musical serà molt menor. Hauran sentit molta més música al llarg de la seva vida que el seu besavi, però en llocs diferents i, per tant, inevitablement també, amb lògiques diferents. Les decisions de programació seran absolutament diferents, amb una pèrdua de pes del món associatiu, de la societat civil organitzada, i un increment de pes de la indústria cultural, de les empreses que tenen la capacitat de posar continguts en els electrodomèstics culturals. Amb una estètica, una llibertat, una soledat, una companyia, una motivació radicalment diferents. En aquesta nova realitat, el concert presencial, que ja no és la manera essencial d'escoltar música, incrementa el seu paper d'esdeveniment social, d'espai de socialització, de lloc de trobada. En qualsevol cas, hauríem de convenir que aquesta dispersió, personalització i capil·larització del consum cultural ha diluït la relació entre cultura i territori. Ha deslocalitzat el consum cultural. I ha diluït o modificat també el concepte de capitalitat.

Però és que a més hi ha hagut un segon fenomen complementari. El canvi en les comunicacions ha fet que hagi esdevingut molt més accessible l'oferta cultural externa a aquell petit espai on consumien cultura els nostres avis. L'oferta cultural ja no es dirigeix als veïns més pròxims: demana mercats més amplis, que permeten una major excel·lència i especialització. Si el Festival de Jazz de Terrassa fos pensat només per als terrasencs, no podria ser el que és. Ni el Temporada Alta de Salt i de Girona. Ni el Liceu. Ni la Fira de Tàrraga. Són òbviament esdeveniments en un lloc, però no per a un lloc. Les activitats de cap de setmana a molts pobles de Catalunya, des de les fires modernistes a les medievals, des dels festivals de circ a les temporades de concerts, actuen com si Catalunya en el seu conjunt o, com a mínim, la gran àrea d'influència de Barcelona i els diversos cinturons urbans que l'envolten fossin un sistema cultural únic, on tot el que es fa en un lloc és fa per al conjunt del sistema i el sistema detecta com a propi tot allò que es fa a qualsevol lloc. També aquí tenim un exemple clar de desterritorialització del consum cultural, o en tot cas de canvi dels paràmetres territorials. Amb una observació important: es fan fires modernistes allà on hi ha Modernisme; es fan fires medievals allà on hi ha castells. Hi ha un aspecte de la cultura que en cap cas es pot desterritorialitzar: el patrimoni. Les pedres, els edificis, els paisatges. Podríem discutir si també forma part d'aquest patrimoni que no es fàcil de desterritorialitzar una certa tradició immaterial, una idea, un mite, un pes de la història i de la tradició que s'associa a un lloc i no a un altre no pas perquè hi hagi unes pedres que ho aguanten sinó perquè hi ha fets culturals immaterials que ho permeten. Potser sí, però en qualsevol cas no en la mateixa mesura. Podríem dir, doncs, que, a efectes de consum cultural, gairebé tot Catalunya actua com

un espai únic, com una mena de Catalunya-ciutat en la línia de la que van desitjar els noucentistes, com una xarxa amb nòduls i nusos diversos, però dins d'un marc en el qual l'espai, el territori, ha perdut pes en la definició dels hàbits de relació amb la cultura, perquè alguns d'aquests hàbits es realitzen fora de l'espai, en el món domèstic i en el núvol tecnològic. Quin podria ser el paper de la ciutat de Terrassa dins d'aquesta nova realitat? Com hauríem d'enfocar la idea de capitalitat cultural o de territori de cultura, enmig de tot això? En primer lloc, i gairebé com una prèvia, distingint entre dues coses importants i desitjables, però de naturalesa diferent, tot i la tendència natural a ser confoses: la capitalitat cultural (o la presència com un nus amb personalitat pròpia dins d'aquesta xarxa on som) i l'atracció de forasters. La política cultural ha d'estar vinculada a la política diguem-ne turística, però no n'és un apartat, no hi està subjecta. La segona prèvia: seria absurd a hores d'ara pensar Terrassa (o Matadepera, o Sabadell, o el barri de Ca n'Aurell, o el carrer de Sant Pere) com un sistema cultural complet, com un espai on hi ha d'haver de tot, on ha de ser possible donar resposta a totes les demandes culturals. D'aquí, i perdó per la mal educada insistència, les meves reserves personals a la redacció d'un llibre blanc de la cultura terrassenca, perquè el mateix concepte de cultura terrassenca (o de cultura a Terrassa, o de cultura de Terrassa) ha perdut bona part del sentit que podia tenir fa cinquanta anys, si és que llavors en tenia gaire.

Amb algunes excepcions a les quals ja arribarem, podem dir que el consum cultural dels terrassencs es produirà inevitablement dins i fora de la ciutat, en funció de les ofertes que hi hagi en el seu entorn. Que la producció cultural feta des de Terrassa no estarà adreçada, si vol ser important i sobretot si vol ser viable, estrictament al públic terrassenc. Que l'aspiració de Terrassa no pot ser fingir que és un sistema cultural complet enmig d'un desert, sinó que l'àmbit d'anàlisi ha de ser necessàriament més ampli. I tampoc pot ser inventariar tota la oferta que tenim i plantejar-se una mena de pla de màrqueting per aconseguir mercats, consumidors o atenció externa i publicitat per a la ciutat. L'aspiració de Terrassa hauria de ser, al meu parer, exercir capitalitats molt puntuals en activitats on hi hagi una tradició o un talent local destacat i capaç de relacionar-se amb un àmbit més general (sabent que aquestes capitalitats passaran a ser fluctuants, provisionals, vinculades a factors de conjuntura, que no seran per sempre) i mantenir un nivell d'activitat d'ambició estrictament local, més com a canal de participació i de socialització que no pas com a eina de producció o canal de consum cultural en el sentit convencional del terme.

Això vol dir inevitablement que algunes activitats amb forta tradició poden desaparèixer, que se'n crearan unes altres de noves i que les polítiques públiques no han de plantejar-se multiplicar les eines com qui va a comprar amb una llista de tot el que necessita

perquè al rebost no hi falta de res. El rebost ja no és una ciutat concreta. És un espai molt més gran, que és on certament hi ha d'haver de tot. A vegades una mica més gran, a vegades infinitament més gran. Ni cada carrer pot tenir una biblioteca ni cada ciutat pot tenir un gran teatre d'òpera ni cada país pot tenir el seu Hollywood. Anem a una mena d'especialitzacions territorials complementàries. El que hem de garantir, des de les instàncies públiques, és l'accessibilitat de la cultura per a tots els ciutadans. No que aquest accés no li costi res de res, ni un esforç econòmic proporcionat a les seves possibilitats, ni una proximitat sistemàtica que li permeti no haver de sortir mai del seu carrer. Tant des del punt de vista de les empreses culturals com de les ofertes d'activitat com dels factors culturals d'identificació de la ciutat, Terrassa ha d'aspirar a ser present dins de la xarxa catalana amb algunes iniciatives i centres d'atenció prou ambiciosos, en termes de qualitat i de divulgació, sabent que el seu model cultural no pot ser el de crear una mena de Barcelona en miniatura, a escala, només a mitja hora de cotxe o de tren d'una de les ciutats del món amb una personalitat cultural més reconeguda.

Acabo: en una època en la qual es produeix una certa deslocalització de la cultura, una nova relació entre el fet cultural i l'espai físic, una pèrdua del caràcter estrictament territorial de la creació, la producció i el consum cultural, hi ha com a mínim dos fonaments de la cultura que no poden deixar d'estar arrelats a la terra, a l'espai, a la ciutat, al territori. Un és el patrimoni. L'altre, les infraestructures. En aquest sentit, podem comprovar com bona part de les iniciatives i les ofertes que han assolit allò que podríem anomenar una participació en la capitalitat dispersa, que han esdevingut un nòdul en la xarxa de l'oferta i la demanda cultural, ho han fet damunt d'un patrimoni que és a un lloc concret, que no es pot moure i que no hi és a altres llocs. El patrimoni esdevé així un factor de personalització, d'atracció i de capitalitat. Llavors, Terrassa té bones cartes: el seu patrimoni és destacable, des de l'arquitectura modernista fins al conjunt de Sant Pere, tan valorat i tan desconegut al mateix temps. Però ens adonem també que aquest patrimoni s'ha posat en valor allà on s'ha construït un relat al seu voltant, on a partir del patrimoni real i sense inventar-lo ni contradir-lo s'ha generat una imatge, fins i tot un cert mite. Girona no és l'única ciutat de Catalunya amb un passat jueu, però el call de Girona és el més visitat pels turistes de fora i Girona ha aconseguit construir (per raons objectives, perquè té un centre històric que respon molt bé a la nostra idea de la ciutat medieval, però també per raons subjectives, perquè n'ha treballat la imatge) un arquetip de ciutat jueva. Tortosa ha fet el mateix, sense tant èxit, entorn del Renaixement, i Montblanc entorn de l'edat mitjana. No són només operacions turístiques. Són abans que res operacions culturals amb resultats turístics. Terrassa ha avançat molt en els dos sentits entorn del

seu patrimoni modernista. No gaire en el seu patrimoni paleocristià (o com n'hàgim de dir) centrat en el conjunt de Sant Pere.

Finalment, les infraestructures. Les infraestructures excepcionals són apostes. Arrisques i cares, com solen ser les apostes. Bilbao s'ha situat en una xarxa cultural on no estava present gràcies al Guggenheim. Té pegues, també. Però té efectes. Les grans infraestructures són factors de territorialització, de localització. El Museu de la Ciència i de la Tècnica ho és, per a Terrassa, però no diria que ha esgotat tot el seu potencial. Però al costat d'aquestes grans infraestructures que tendeixen a la capitalitat són també importants i localitzadores les infraestructures de servei, per la cohesió i l'accés a la cultura dins de l'àmbit local. També en això la xarxa que representa la Catalunya-ciutat ens ha de fer curosos a l'hora de programar infraestructures: són complementàries.

No és imprescindible reproduir-ho tot a tot arreu. Hi ha equipaments que sí que són imprescindibles, capil·lars i territorialitzats. Una mínima xarxa d'espais escènics i una mínima xarxa també d'espais expositius. Potser el cas més paradigmàtic són les biblioteques. Amb una observació personal: hi ha el risc que una sobrecàrrega de funcions socials per a la xarxa de biblioteques acabi desvirtuant la seva missió fundacional de foment i accessibilitat de la lectura i, també, d'altres consums culturals. És bonic, suposo, que les biblioteques hagin esdevingut una mena de nous centres cívics. Sempre que no deixen de ser també, i sobretot, biblioteques.

Si fa cinquanta anys els terrassencs haguessin volgut pensar la cultura a la ciutat amb criteris compatibles i complementaris de garantir que tots els ciutadans tinguessin vies d'accés a la cultura (és la seva responsabilitat individual decidir si les fan servir o no) i d'exercir funcions de capitalitat cultural més enllà de la mateixa ciutat, ho haurien hagut de fer en termes molt diferents dels actuals. Llavors encara una ciutat mitjana podia aspirar, relativament, a ser un sistema cultural complet. Ara parlar de la cultura d'una ciutat, en un territori tan interrelacionat com el català i en un món on bona part del consum i la producció cultural es fan en un núvol extern a tot territori, és profundament diferent. Hi ha coses en les quals podien somiar els nostres avantpassats que ja no són al nostre abast. Però en canvi n'hi ha moltes, moltíssimes més, de noves. Diferents. També això obre oportunitats als terrassencs que volen tenir una relació activa amb la cultura, creant, produint i gaudint, formant-se i informant-se.

Vicenç Villatoro es periodista i escriptor

Un relat per projectar la ciutat

Els objectius d'aquest eix es poden articular al voltant de dues direccions prioritàries: els principals actius per reforçar la marca de Terrassa i la seva potencialitat cultural en un context de territori policèntric són el **patrimoni cultural** (i, més específicament, el patrimoni medieval i el modernista) i els **grans esdeveniments** anuals. Per potenciar aquest actiu, cal dotar-se d'un **relat atractiu** i que tingui una dimensió emocional. El patrimoni arquitectònic modernista remet de forma directa a l'epopeia de la revolució industrial, que, al seu torn, ens situa en primera línia d'un dels trets definitoris diferencials del país. Pel que fa als grans esdeveniments (Festival de Jazz, TNT, Fira Modernista, diades castelleres), cal remarcar que se sustenten sobre continuïtats i amb la participació dels teixits ciutadans, la qual cosa els confereix un segell propi.

OBJECTIUS

Treballar per incrementar el posicionament i l'impacte de la proposta cultural global de la ciutat

"A Terrassa hi ha molta cultura..." La visió de la gent de fora que entra en contacte amb la dinàmica cultural de la ciutat, o de la gent que s'hi ha instal·lat a viure procedent d'altres ciutats properes, és la del "descobriment" que hi ha molta activitat, un dens teixit cultural i cívic. Aquesta visió de densitat cultural que s'observa "des de fora" sovint no es percep tan nítidament de dins estant. Aquesta densitat comporta tant elements culturals convencionals com de nova adscripció, com pot ser la gastronomia.

Per superar aquest desconeixement cal difondre i projectar la cultura de la ciutat (explicar i comunicar aquesta densitat), no només cap enfora sinó també cap endins, envers la pròpia ciutadania: val la pena descobrir i conèixer més bé la cultura de la ciutat.

En aquest esforç de posicionament no s'ha d'oblidar, però, que la dinàmica cultural de la ciutat no es desenvolupa en un marc de referència estanc, ans al contrari, es troba profundament incardinat en la dinàmica cultural metropolitana i catalana i no pot donar l'esquena als batecs de la contemporaneïtat. I, per això, més que dedicar esforços a potenciar de forma individual la capitalitat de Terrassa, l'estratègia és ancorar-la com un node de primer nivell en el marc català que té Barcelona com a gran referent, i treure partit del seu posicionament global.

Accions

- Impulsar una marca Terrassa Cultura a partir de les potencialitats pròpies i les realitats vigents.
- Situar Terrassa com a node en un territori policèntric en el context metropolità i català.

Consolidar la capitalitat a partir de recursos propis

Hi ha matèria primera genuïna a la ciutat per transformar-la en contingut cultural de primer nivell. Aquesta matèria primera són el patrimoni cultural material i l'immaterial, que a més estan connectats per un teixit cívic i associatiu. En aquest sentit, la capitalitat no es consolidarà a partir d'operacions de laboratori i campanyes de promoció mitjançant vaixells insígnia creats del no-res (allò que s'anomena "efecte Guggenheim"). La ciutat ni disposa de recursos per fer apostes d'alt risc i retorn incert en aquest sentit, ni pot ni vol basar-hi el seu model de projecció. L'opció de Terrassa és la de l'apropiació ciutadana dels elements singulars presents i persistents del seu bagatge cultural i cívic.

Accions

- Explicar i projectar el patrimoni arquitectònic com a valor únic i irrepetible amb elements singulars com la Seu d'Ègara i el Modernisme industrial.
- Explotar el potencial dels grans esdeveniments del calendari cultural i festiu vinculats als teixits culturals i la participació ciutadana.
- Apostar per les programacions de més relleu nacional i internacional que s'encaixen en programacions estables i d'impacte ciutadà.
- Consolidar els recursos i les programacions en arts escèniques i música i el nou eix audiovisual.

Construir un relat que doni sentit als valors de la cultura terrassenca, els cohesi- oni i els propagui

Aquesta matèria primera s'ha de dotar d'un relat atractiu i que tingui una dimensió emocional. El patrimoni arquitectònic modernista remet directament a l'epopeia del tèxtil, de la ciutat industrial, amb totes les seves grandeses i misèries. I el Modernisme de l'arquitectura industrial situa Terrassa en primera línia d'un dels trets definitoris diferencials del país.

Accions

- Potenciar el patrimoni modernista industrial i tèxtil i la memòria de la industrialització amb tots els seus valors.





Connectivitat cultural

4.

Connectivitat cultural

Connectivitat cultural: al núvol i a la plaça

Santi Martínez Illa

Teclejo “connectivitat” al cercador i em retorna un deversall de possibilitats d’ordre tecnològic. De moment, cap rastre de cultura. Però compte, la connectivitat no és un de tants neologismes provinents del món tecnodigital, sinó que es tracta d’un terme relacionat amb les ciències de la terra que mesura “el grau de connexió interna dels vèrtexs d’una xarxa”. Estirant aquesta accepció, la connectivitat d’un sistema cultural mesuraria el grau de connexió interna dels seus actors, i d’això es pot inferir que la connectivitat és un element crític de qualsevol sistema cultural, ja que resulta difícil concebre un sistema cultural robust on els actors no estiguin imbricats en un dens teixit de relacions (de connexions) de tot ordre.

De fet, a casa nostra, el concepte de connectivitat cultural molt probablement es va formular per primera vegada en el marc de la revisió del pla estratègic de cultura de la ciutat de Barcelona i, en aquests termes, “les dinàmiques de connectivitat han de servir per contribuir a incentivar, mantenir, reforçar i consolidar les xarxes existents al voltant de la gran quantitat d’agents en els sectors culturals de la ciutat, i també per crear-ne de noves. Des d’un concepte de cultura en xarxa, que cooperi a escala local, metropolitana, catalana, estatal i internacional”.¹ El propòsit o, encara més, la necessitat d’enfortir la relació entre la multiplicitat d’actors que intervenen en la dinamització de la vida cultural a les ciutats ha estat un argument recurrent en la immensa majoria dels processos de reflexió i planificació estratègica que s’han portat a terme en els darrers anys a Catalunya. Hi ha una percepció molt compartida que la connectivitat d’aquestes xarxes d’actors és deficient o molt deficient, i que això constitueix una de les febleses que frena la capacitat d’actuació dels actors i, com a conseqüència, obstaculitza el desenvolupament cultural local.

La connectivitat deficient es pot expressar amb la fórmula “-3C” (menys 3C), que sintetitza les dificultats associades a deficiències de coordinació, col·laboració i comunicació entre els agents culturals locals en tant que promotors i productors de cultura i entre la producció cultural que emana d’aquests agents i la seva recepció.



Connectivitat Cultural

41

¹ Pla Estratègic de Cultura de Barcelona, “06. Nous accents”, www.bcn.cat/pla-estrategicdecultura/catala/programa_connectivitat.html



Però una vegada perfilat el concepte de connectivitat cultural, cal tornar a la seva dimensió tecnològica bàsicament perquè amb la irrupció de la digitalització s'obrí un escenari de canvi radical en la connectivitat de les xarxes d'actors i, tant o més important, en la forma de produir, comunicar o exhibir les seves propostes i en la forma de canalitzar la recepció d'aquestes propostes. D'aquesta seqüència argumental es pot inferir que la digitalització constitueix sens dubte una oportunitat per afrontar una de les febleses dels sistemes culturals locals, però alhora afegeix complexitat i exigeix als seus actors canvis en les seves estructures i lògiques de funcionament.

El tsunami digital

Connectivitat, cultura i tecnologia han esdevingut conceptes pràcticament indissociables: si la connectivitat és un element capital per determinar el bon funcionament d'un sistema cultural, les tecnologies de la informació i la comunicació (TIC) han transformat de forma determinant i radical les relacions entre els agents que conformen els sistemes culturals. I encara es pot anar una mica més enllà i constatar que les TIC han transformat de forma determinant i radical la cultura. Convé recordar-ho perquè, durant molt temps, el sector cultural, i més concretament el sector públic, es va prendre el fenomen de les tecnologies digitals amb una actitud més aviat poc decidida, sense copsar la magnitud dels canvis que la irrupció d'aquestes tecnologies estaven provocant en el món de la cultura. Fins el punt d'agafar la dimensió d'un autèntic "sisme", com el va definir ja el 2007 Marc Le Glatin.

Aquest tsunami s'explicaria pel fet que les TIC possibiliten noves formes d'accés als continguts i les experiències culturals i, consegüentment, l'apropiació, el control i la gestió d'aquests continguts. Aquesta transició cap a una nova cultura es manifestaria per aspectes com l'aparició de noves tècniques i llenguatges artístics, el sorgiment de noves economies de distribució dels productes culturals, la importància creixent del producte multimèdia, l'accés cada vegada més fàcil a quantitats inabastables d'informació, etc.

Aquesta dificultat de reacció del sector cultural davant el nou escenari digital es va posar de manifest de forma molt especial en l'àmbit local, que, cal remarcar, és l'àmbit on es materialitza el gruix de les actuacions i de les inversions públiques en cultura. A banda d'altres dificultats de tipus instrumental, un dels factors que més han condicionat l'adaptació del món cultural local a la cultura digital (que s'ha de situar en la tensió local-global formulada per Manuel Castells) ha estat la dificultat de conciliar unes polítiques culturals locals (que es defineixen en essència per la seva dimensió territorial) amb una cultura digital que es fonamenta bàsicament en una dimensió aterritorial.

Tot i així, malgrat aquests obstacles i dificultats, la cultura digital es va obrir pas en el marc de l'acció cultural local. Però aquest procés aparent de "normalització" es va veure de nou sacsejat per l'evolució del medi digital cap a una nova connectivitat, amb l'eclosió de les xarxes socials i amb la proliferació de dispositius mòbils com tauletes i telèfons intel·ligents. I aquests dispositius constitueixen, per a segments cada vegada més grans de població, el canal prioritari d'accés a continguts culturals. De fet, hi ha autors que parlen directament de la "revolució de les sociotecnologies digitals".

Això va situar el sector cultural enfront de noves oportunitats, però també de nous reptes que obligaven a repensar i refer les estratègies de cultura digital que s'havien anat construint no sense dificultats. Però el que ha posat també de manifest aquesta "segona onada" ha estat sens dubte la profunda naturalesa "cultural" del paradigma digital. La relació entre cultura i digitalització és cada vegada més estreta, fins al punt que a l'acrònim TIC se li podria afegir una C, que no és altra que la de cultura. La cultura, la comunicació i la tecnologia s'entreueuen al segle XXI com una trilogia com més va, més indissociable.

Les tecnologies digitals tendeixen a reduir considerablement els costos de producció i augmenten les possibilitats d'accés a la cultura fins al punt que, des de la introducció de la impremta, no hi ha hagut una transformació tan determinant. Una transformació substancial en la forma en què paraules, documents, imatges, sons, idees i ideologies són reproduïts i transmesos sobrepassant anteriors límits físics i també culturals. Però la revolució sociotecnològica també ha multiplicat el potencial d'Internet en els processos de mediació i prescripció de la cultura, i això és òbviament substantiu. Com diu Marc Le Glatin, s'ha acabat el temps de l'"un" (productor, programador, mediador) per donar lloc al "tots" (públic, consumidors).

Però més enllà del salt conceptual i dels múltiples impactes instrumentals en termes tecnològics, industrials o econòmics, volem incidir en la seva dimensió en termes d'accés a la cultura. Retornant a un dels aspectes, ja clàssics, que més s'han debatut en l'àmbit de les polítiques culturals: aquesta nova forma d'accés pot facilitar l'enderrocament de les barreres i l'ampliació dels "públics de la cultura"? No han faltat visions que atribuïen a les TIC un paper redemptor, en termes de democratització de la cultura i de diversitat cultural. Es tracta d'una visió que alguns autors no han dubtat a catalogar de nou determinisme tecnològic. En aquest sentit, Sagot-Duvaurox parlava ja el 2005 d'un "mite digital" pel qual es tendeix a reduir a una expressió "tecnològica" un discurs socialment molt més complex. I, més recentment, Evgeny Morozov ha formulat directament un discurs d'antiutopisme digital.



En aquest context, no sols s'ha posat en dubte aquesta capacitat redemptora de les TIC en la seva capacitat de combatre les barreres d'accés, sinó que s'ha plantejat el perill que n'estaven generant de noves en forma de "bretxa o fractura digital". Si les polítiques culturals han lliurat un combat obsessiu i desigual contra les barreres "convencionals" d'accés a la cultura amb uns resultats, com a mínim, ambivalents, les noves barreres digitals fan encara més dramàtic aquest combat. Sembla clar, doncs, que el nou paradigma digital ha alterat els escenaris d'accés a la cultura, tant pel que fa a noves oportunitats com també a nous obstacles, fet que exigeix que les noves polítiques culturals, també les locals, s'adaptin al nou escenari.

Noves connectivitats, xarxes socials i polítiques culturals

La revolució de les sociotecnologies digitals ha posat de nou pressió al sector cultural en general i al local en particular a l'hora d'establir les seves estratègies. Sense anar més lluny, la nova connectivitat va arrossegar literalment algunes de les propostes i intervencions que des de les administracions locals es van anar construint en la "primera onada" d'Internet. Queden lluny les accions adreçades fonamentalment a construir i mantenir (sovint amb grans dificultats) bases de dades de diferent natura (agendes culturals, directoris d'entitats culturals, etc.) i a facilitar recursos als agents culturals locals (espai i recursos web, adreces de correu, etc.).

La nova connectivitat afegeix complexitat i presenta nous reptes però també obre noves possibilitats d'accés als continguts i les experiències culturals i artístiques, però, sobretot, multiplica les possibilitats de compartir aquestes experiències i col·laborar en la seva gestació, producció i execució. És en aquesta concepció de cultura compartida i col·laborativa que cal situar el concepte de connectivitat cultural. Des de l'àmbit local s'ha de fer l'esforç suplementari de reterritorialització d'aquesta connectivitat d'uns processos com més va, més ubics i virtuals; processos, però, que ni les polítiques culturals ni l'acció cultural en l'àmbit local, en cap cas, poden desatendre.

Si la primera onada d'Internet va estar marcada pel domini d'uns usuaris ("navegadors") passius i consumidors, el marc de les xarxes socials es presenta com el territori dels "col·laboradors" actius i productors que accedeixen a la xarxa no només per obtenir continguts sinó també per produir-los, per compartir-los, per aportar-ne de nous o per contribuir a incrementar els existents en un context col·laboratiu. Per això, per fer referència a aquests nous usuaris s'utilitza el neologisme prosumidors (és a dir, productors i consumidors alhora), encunyat per Tim O'Reilly.

El desplegament d'aquesta onada col·laborativa s'ha produït mitjançant una sèrie d'eines (Wikipedia, Facebook, YouTube, Twitter, Whatsapp) i les desenes de plataformes que formen les xarxes socials. Si hi ha algun aspecte que cal remarcar des del vessant cultural en aquests fenòmens és el que s'ha denominat "construcció col·lectiva de coneixement", potser una de les seves característiques més celebrades però alhora també més controvertides. En la Internet clàssica, aquesta construcció de coneixement es fonamentava en l'existència d'una organització que generava i gestionava grans quantitats de continguts. Per contra, la nova connectivitat es fonamenta en oferir un mitjà col·laboratiu i esperar que siguin els mateixos usuaris els qui introdueixin, mantinguin i actualitzin la informació: aquesta és la clau de volta de les xarxes socials. Els usuaris es converteixen de forma voluntària (o fins i tot involuntària) en actors i proveïdors de continguts, en prosumidors. Aquesta estratègia s'encadena amb una altra de les característiques polèmiques del nou paradigma: la "intel·ligència col·lectiva". La tesi dels defensors d'aquesta formulació és que ajuntar la intel·ligència d'una gran quantitat de persones pot equivaldre o fins i tot millorar la producció d'uns quants experts especialistes. Per il·lustrar aquests principis se sol recórrer a un exemple que va esdevenir un clàssic: la revista Nature va publicar un article en què es comparaven diverses entrades de l'Encyclopaedia Britannica i la Wikipedia. L'estudi demostrava que el nivell d'errades era similar. Però amb una diferència clau: pocs dies després de la publicació de l'article, les errades de la Wikipedia s'havien corregit, mentre que a la Britannica continuaven intactes.

La polèmica no va trigar gens a sorgir, generant un intens debat on es contraposava amateurisme amb especialització. Per la banda dels crítics, es lamentava que els amateurs de la Wikipedia poguessin residualitzar les contribucions de la Britannica sorgides de col·laboracions de la talla d'Albert Einstein, Marie Curie o George Bernard Shaw (entre més de cent premis Nobel) adduint que el que defineix les "millors ments", ja siguin científics, pensadors o artistes, és la seva capacitat d'anar "més enllà de la intel·ligència de les multituds". Però, com en tants d'altres assumptes importants, finalment s'ha demostrat que el camí del mig és el més indicat i així la Wikipedia ha desenvolupat processos efectius de contrast i prescripció dels continguts i ja ni tan sols se'n qüestiona la validesa i idoneïtat en contextos de coneixement expert.²

Aquesta mateixa fórmula de combinar rigor i excel·lència amb participació de "multituds" amateurs a diferents escales s'ha mostrat com una metodologia molt reeixida en propostes culturals i artístiques (algunes de vinculades a la ciutat de Terrassa) de gran impacte social i cultural i que cal emmarcar en aquesta nova connectivitat.

² La Wikipedia és el setè web més transitat del món. Per la seva banda, el de l'Encyclopaedia Britannica va caure fins al lloc 7.000, però els últims anys ha remuntat (ara es troba en el 3.600), potser des que aplica una política de "coneixement col·laboratiu" adreçat a persones expertes.



Les objeccions a aquesta fórmula de construcció col·laborativa de la cultura i el coneixement s'han formulat des de lògiques contraposades que van des d'enfocaments neoliberals fins a l'esquerra més alternativa amb autors, com Toni Negri, que van anticipar algunes de les derives perverses, com ara el fet que les accions de producció col·laborativa es podien convertir en treball gratuït que els prosumidors fan en benefici dels grans grups econòmics que han sorgit al voltant d'aquestes plataformes o dels interessos més opacs de lobbies o grans grups empresarials a l'ombra. O, encara més enllà, els atacs indirectes a la privacitat que es poden derivar de pràctiques aparentment tan innòcues com fer una cerca a Google o casos actuals com l'escàndol destapat recentment per Edward Snowden. De fet, no constitueix cap secret que, a banda de la Wikipedia, la resta de les estrelles de la galàxia sociotecnològica s'han convertit en formidables negocis.

Tornant a la cultura, ben aviat es va comprovar que el repte de les organitzacions culturals en l'era de les xarxes socials és com articular la connectivitat potencial i obtenir-ne una més gran participació cultural de la població. Participació on-line dels usuaris convertits en proveïdors d'informació (prosumidors) alhora que fan ús físic dels equipaments i participen en els projectes, dels quals esdevenen partícips. Per als entusiastes de la nova connectivitat, les institucions culturals, en lloc de témer els efectes de la "creativitat de les masses", s'haurien de llençar a promoure-la de forma entusiasta.

I això ens retorna a la "mare de totes les batalles" de les polítiques culturals i de les tensions eternes entre accés i públics, excel·lència i banalitat. De fet, la participació acaba concretant comunitats virtuals de característiques, dimensions i ritmes temporals molt diferents: de les més massives i populars a les més exclusives, de les més globals a les més locals, de les més efímeres a les més duradores. I les organitzacions culturals han d'actuar en conseqüència, establint les corresponents estratègies en funció dels objectius fixats i dels impactes que pretenguin assolir.

Al nostre entendre, la filosofia de la nova connectivitat planteja uns reptes a qualsevol organització cultural que s'intensifiquen quan es tracta d'organitzacions de caràcter públic o serveis vinculats a administracions públiques. Estarem parlant de tres tipus de problemàtiques:

- Legals, associades a la propietat intel·lectual dels continguts i de la responsabilitat jurídica associada a aquests continguts
- Intel·lectuals, associades a la qualitat, fiabilitat i legitimitat d'aquests continguts
- Socials, associades a l'esfera de la privacitat

Tal i com ja s'ha comentat, una de les utilitats que han quedat clarament desbordades amb la nova onada de connectivitat ha estat la confecció i manteniment de bases de dades sobre agents i recursos culturals, o les agendes culturals per part d'administracions locals o regionals. L'experiència s'ha encarregat de demostrar que la viabilitat d'aquests dispositius se subordina a la capacitat d'incorporar de forma activa els mateixos protagonistes o interessats en la seva dinamització.

Per tant, l'articulació de dispositius i entorns de nova connectivitat per part d'organitzacions públiques, des de les grans institucions culturals fins als serveis locals de cultura de petits municipis, té el repte d'aconseguir generar entorns de participació per part de la ciutadania, convertida així en usuària dels serveis, productora d'objectes i continguts culturals i protagonista d'experiències. La dimensió dels municipis o ens locals no ha de ser un obstacle per a aquest desenvolupament, ja que no falten exemples d'experiències excel·lents protagonitzades per petits municipis i organitzacions culturals de dimensió reduïda.

Les estratègies de nova connectivitat es van incorporant de forma generalitzada en organitzacions i institucions culturals tot abastant les diferents baules de la cadena cultural i combinant la dimensió física i la virtual de la connectivitat. Així, els formats on-line / on-site presenten una sèrie de qualitats que es poden traslladar a tot tipus d'intervencions culturals i explícitament a projectes culturals d'àmbit local, entre els quals tot el ventall d'actuacions que abasta l'acció cultural de proximitat i, més concretament, l'entorn del que, en l'àmbit anglosaxó, es coneix com treball socioartístic o creació cultural comunitària. Les propostes culturals i creatives forjades en aquest context acostumen a desafiar els límits temàtics o sectorials i a experimentar amb fórmules i formats de presentació que transcorren per espais de confluència dels promotors amb els receptors, i on les diferents propostes culturals i els diferents llenguatges artístics poden hibridar-se.

Aquesta interacció entre la creació o la producció dels projectes culturals i els seus públics o destinataris convertits en partíciips-prosumidors es veu reforçada ara pel desenvolupament d'unes propostes que troben en el núvol un entorn propici per a la seva propagació i difusió.



De la plaça al núvol

Si bé les polítiques culturals s'articulen amb la concurrència dels diferents nivells d'administració, en la immensa majoria de casos el nivell local ocupa un lloc preferent en aquesta distribució. No obstant això, aquest lideratge no resulta fàcil de traslladar a l'àmbit de la cultura digital. La dimensió tecnològica de les TIC afegeix paràmetres de dificultat a les organitzacions de petita dimensió, cas més que comú en l'àmbit local, tant pel que fa a les administracions locals com a les organitzacions i entitats culturals.

D'una banda, l'acció cultural local ha estat, òbviament, una acció territorial que es legitima bàsicament per criteris de proximitat amb els usuaris (locals) dels serveis culturals o públics dels projectes culturals locals. En aquest sentit, les polítiques culturals locals tenen normalment reconeguts altres objectius de natura “extracultural” entre els quals cal destacar la cohesió social i la potenciació de les identitats locals, del sentiment de pertinença o de comunitat, entre la ciutadania. De fet, les polítiques culturals locals han tingut un component fonamental de “construcció de ciutat” contrarestant les poderoses forces contràries que tendeixen a la seva “dissolució”. La plaça, com a metàfora i representació de l'espai urbà, d'aquest espai que s'omple a desbordar amb motiu de festes, festivals, fires i celebracions diverses, constitueix l'escenari per excel·lència que il·lustra la identificació entre cultura i territori local. Així, tal i com afirmava Iñaki López de Aguilera, “la ciutat aporta la condició prèvia per a l'exercici de la cultura, la possibilitat d'interrelació, del cara a cara, de l'encontre ciutadà en els espais i equipaments d'ús comú”. La ciutat es resumeix en la plaça, àgora i lloc de trobada, parcialment substituït o completat avui en dia pels equipaments socioculturals.

D'altra banda, els processos culturals prenen una dimensió global i qualsevol projecte cultural relacionat amb les TIC adquireix en major o menor grau una dimensió virtual i discorre a través del ciberespai, aquest espai virtual que no atén de forma específica a identitats locals i que allotja comunitats virtuals que a priori poden resultar tan “desterritorialitzades” com el ciberespai mateix. Vist en aquests termes, l'acció cultural local definida bàsicament com territorial quedaria certament desubicada en aquest ciberespai desterritorialitzat. Com actuar, doncs, davant d'aquesta paradoxa?

...i del núvol a la plaça

Tal com han posat en evidència els teòrics de les comunitats virtuals, amb Howard Rheingold al capdavant, potser una de les diferències més importants i més pertinents en aquest debat és que a Internet, al núvol, els territoris no són excloents. Internet és espai social i només existeix quan hi ha gent que l'ocupa, quan s'omple de societat. A propòsit de les biblioteques, Pascal Krajewski s'interrogava en aquests termes: "Es reemplaçarà la noció de 'ciutadans del territori' per la d'"internautes amb perfil"? Jo no seré de la Biblioteca Municipal de Lió sinó de la biblioteca 2.0 dels amants de la cuina francesa del XVIII?". Al nostre entendre, aquesta disjuntiva és supèrflua. És més, com s'ha comprovat en diferents contextos, són més que freqüents els processos de "reterritorialització" quan comunitats virtuals acaben tenint components bàsicament locals entre els seus membres. Les delimitacions que acaben prenent les xarxes socials demostren que al costat dels grans trends globals poden sobreviure dignament infinitats de fenòmens locals. Tornant a Marc Le Glatin, "els viatjants del digital tenen una necessitat compensatòria de deixar la solitud física en relació amb la pantalla per baixar a implicar-se en la vida cultural local".

La clau de la qüestió residiria, doncs, en la definició d'estratègies i projectes culturals locals perfectament encaixats en la identitat del territori però alhora compatibles amb les dinàmiques al núvol. Al nostre entendre, aquest tipus d'estratègies s'haurien de formular a partir de les següents combinacions, que haurien de permetre desbordar i enriquir els processos culturals convencionals:

- La dimensió *on-line* / *on-site*
- La dimensió individual/col·lectiu
- La dimensió espai/temps

La combinació *on-line* / *on-site* permet que els processos transitin de forma ambivalent per l'espai físic i l'espai virtual, de manera que la dimensió virtual dels projectes actuï com un potenciador de la dimensió física i no com un factor de competència que pugui debilitar el mateix projecte. Si els projectes culturals locals tenen el públic local com a referent principal i la plaça com a marc idoni, la hipotètica dimensió virtual d'aquests projectes ha de mantenir el mateix referent de públic local i la mateixa plaça i res no ho impedeix, com res tampoc no impedeix que la comunitat virtual que es forma per tal de participar i compartir aquest o aquell projecte pugui obrir-se a membres que, pels motius que sigui, no poden participar de forma presencial en el projecte però que el segueixen i encoratgen des del núvol. A més, els dispositius mòbils permeten i afavoreixen, tal i com s'ha posat



en relleu en múltiples exemples, l'experiència simultània, participant en projectes en l'espai físic (al museu, al teatre o a la plaça) i obtenint informació o interactuant al núvol.

La combinació de les esferes individual i col·lectiva aprofita la possibilitat que el ciberespai facilita i permet potenciar el compartiment col·lectiu de pràctiques culturals que normalment s'associen a l'esfera individual. El net art porta com a divisa aquesta construcció col·lectiva (i cooperativa) de l'experiència artística. Però pràctiques més convencionals associades a l'esfera individual, com ara la lectura, troben espais d'interacció col·lectiva en propostes com els clubs de lectura o similars, que poden combinar les dimensions física i virtual.

La combinació de les esferes espai/temps suposa la dilatació dels esdeveniments que poden tenir unes fites puntuals en ubicacions i dates concretes, però que poden inserir-se en processos (en la línia dels projectes *work in progress* que es van introduir a partir dels anys setanta en determinades experiències artístiques) que es poden perllongar de forma indefinida a través del ciberespai. Un espai físic que poden ser diversos o múltiples espais físics: equipaments culturals de diferents punts d'una ciutat, xarxes de ciutats o d'organitzacions ubicades en ciutats diferents... Entitats i organitzacions culturals que poden compartir, programar i participar conjuntament en un projecte, que es manifesta a través de fites puntuals en el temps i l'espai, però que es dota d'un relat que les relliga i les relaciona de forma permanent i permet als seus públics-participants fer-ne un seguiment permanent a la xarxa.

Reconnexió de tancament

Reprenent la dissertació terminològica de l'inici de l'article, la connectivitat cultural al segle XXI no es pot deslligar en cap cas de la dimensió tecnològica. Els dispositius i recursos tecnològics s'han revelat com aliats potencials per millorar aquesta connectivitat deficient entre els vèrtexs que conformen els sistemes culturals locals i les relacions entre els seus actors.

La revolució digital ha alterat de forma determinant els processos de producció i recepció cultural, així com els rols i les relacions entre els seus protagonistes. L'acció dels actors culturals locals, fonamentada en una lògica de territorialitat, s'ha d'enfrontar amb un escenari d'una cultura global, virtual, ubiqua i desterritorialitzada, on l'accés als continguts i les experiències culturals no requereix l'accés físic ni el contacte directe entre els protagonistes. Per accedir a la cultura no cal desplaçar-se a la biblioteca, al centre cultural o la plaça del poble, ni compartir l'experiència amb els veïns o conciutadans: el telèfon mòbil constitueix per a importants segments de població la principal via d'accés a

la cultura. Com respondre des de la política i l'acció cultural local a aquest nou escenari? Facilitar l'accés i ubicar la cultura (local) al núvol i abandonar la plaça?

Falsa disjuntiva: els navegants del virtual necessiten deixar la solitud de la pantalla per baixar a la plaça. Territorialitzar el núvol, omplir-lo de cultura "local", aprofitar totes les possibilitats que ofereix per omplir encara més la plaça, i fer-ho amb noves propostes, nous formats, nous i diferents protagonismes, redefinint la relació entre la producció i la recepció de l'art i la cultura.

Santi Martínez Illa és geògraf i analista de polítiques culturals i educatives

Connectivitat cultural a Terrassa

Joan Martínez Colás

La ciutat de Terrassa, amb el desenvolupament demogràfic i social dels darrers quaranta anys, ha esdevingut una ciutat referent en diferents àmbits de la cultura i la cohesió social. Els barris que als seixanta van acollir un intens flux d'immigració de la resta de l'Estat han acollit, trenta anys després, un gran nombre d'immigrants, sobretot del Magrib i de Sud-amèrica. Terrassa ha esdevingut una ciutat pluricultural que alhora ha sabut mantenir vives tradicions autòctones en perfecta convivència amb les noves manifestacions arribades d'arreu. Aquest canvi social ha coincidit amb el desenvolupament global del context tecnològic i els nous paradigmes de comunicació i flux de la informació que ha comportat. Una gran part del teixit social de Terrassa es mou en l'àmbit de les associacions. Un model que a Catalunya es remunta fins a la segona meitat del segle XIX, en què entitats de caràcter mutual donaven suport i aixopluc a iniciatives culturals i socials. En l'àmbit cultural, l'empremta de Josep Anselm Clavé és importantíssima i a la nostra ciutat gaudim de la Societat Coral Joventut Terrassenca, que, amb més de 150 anys d'història, simbolitza la pervivència d'un passat encara vigent.

La música, l'art i la cultura van de la mà de l'esport, una altra manifestació de caràcter social en què Terrassa destaca pel seu dinamisme i que troba l'arrel al mateix context històric que Clavé, però en aquest cas mirant cap al concepte de club de la cultura anglosaxona del XIX. Totes aquestes formes de manifestacions col·lectives les trobem a la nostra ciutat juntament amb d'altres amb una història més curta però de ràpid desenvolupament, com el fenomen casteller, on també Terrassa és tota una potència gràcies



als Castellers de Terrassa i els Minyons. Els grups sardanistes, els esbarts, els grups de teatre, els grups de cultura tradicional, grups folklòrics de diversa procedència, els clubs esportius, ateneus i associacions culturals converteixen Terrassa en una ciutat amb un dinamisme social i cultural de primer nivell. Una ciutat destacada entre les que conformen el cinturó metropolità de la capital, Barcelona.

El dinamisme creatiu de Terrassa queda palès en la gran quantitat de professionals que, a redós de l'ambient cultural local, han assolit un espai en l'àmbit artístic professional i desenvolupen la seva activitat en un marc geogràfic molt més ampli. Però l'individu del segle XXI té davant seu el gran repte de la connectivitat. Tal com el hardware d'una computadora ens permet connectar diversos perifèrics que enriqueixen les capacitats pròpies de l'aparell, les persones, els grups, poden enriquir la seva activitat mantenint un flux constant d'informació amb el seu entorn a partir de les possibilitats connectives del moment present. L'especialització, una tendència que en el món occidental s'ha mantingut al llarg dels darrers temps, ha començat a deixar pas a una visió més holística en què es pretén percebre la nostra acció, la nostra presència, com una part d'un tot més complex. La connectivitat ens ajuda a abundar en aquest nou paradigma a partir del qual tota acció individual incideix en la societat d'una manera més o menys directa però certa. Cada àmbit associatiu, per molt que la seva activitat quedi perfectament definida en tant que acció productiva o geogràfica, acaba produint una incidència en el conjunt de la xarxa social. En aquest context, la connectivitat ens fa palès aquest fet irrefutable, ens permet ordenar aquest impacte i ens repta a preveure'n possibles conseqüències; i, el que és millor, ens convida a treballar des d'una perspectiva oberta, la qual cosa redunda en la cohesió social. Per tal que la connectivitat pugui expressar-se amb tota la seva potència es requereixen dos ingredients bàsics: un context tecnològic i iniciatives que apostin directament per la interdisciplinarietat.

El context tecnològic actual, en continu canvi i moviment, permet que qualsevol iniciativa particular es trobi a un clic de ser comunicada a la comunitat. Disposem de nombroses eines *on-line* que faciliten la comunicació i transmissió de qualsevol acció o iniciativa. Aquest context de facilitat en la comunicació virtual alhora comporta un fenomen de dispersió que pot acabar produint l'efecte contrari: l'individu, en veure la impossibilitat de copsar tota la informació que ofereix la xarxa, s'estima més prescindir-ne. Per aquest motiu, les institucions de gran prestigi social han d'oferir plataformes de referència on l'individu s'adreci per gaudir d'una informació rigorosa, ordenada i fidedigna.

En les diverses reunions sobre connectivitat que hem fet per tal d'elaborar el Llibre Blanc, un tema recurrent ha estat el de dotar els diversos col·lectius de les eines de comunicació

(webs, agendes *on-line*) que ajudessin a fer arribar la informació als potencials usuaris, amplificant els efectes de les campanyes de comunicació que cada grup o entitat ja fa i que queden reduïdes al cercle més proper. Una conseqüència molt positiva que propiciarà poder gaudir d'aquestes eines tecnològiques serà la creació d'una agenda unificada d'actuacions. Això ajudarà a no contraprogramar i no dispersar el públic. La connectivitat es produeix en els centres on es desenvolupen les activitats. Als casals, centres cívics, locals d'entitats, parròquies i mesquites, les diverses manifestacions artístiques o culturals conviuen entre si i no és estrany que en determinats moments de l'any es realitzin activitats comunes. El paradigma d'aquesta interconnexió el trobem a la Festa Major, un esdeveniment fonamental per a la ciutat que ha anat esdevenint cada vegada més una gran fira d'entitats. Com a paradigma de la connectivitat, la Festa Major és el marc en què el ciutadà gaudeix en un àmbit geogràfic reduït de tota l'oferta cultural de la ciutat. En aquest sentit, la festa connecta entitats i públic. Són necessàries iniciatives culturals que connectin els col·lectius entre si i que ofereixin al públic el gran potencial artístic i creatiu de la ciutat. No és fàcil, ja que tothom treballa en un àmbit d'actuació molt concret i amb un públic bastant definit. Però quan els grups i entitats han sabut treballar plegats per oferir grans esdeveniments ha quedat al descobert la gran capacitat ciutadana per crear quelcom que és molt més que la suma de les parts. Aquest seria el principal argument de la connectivitat: la capacitat amplificadora del fet individual.

La connectivitat troba el fre en la individualitat i el pes excessiu de les expressions ego-cèntriques. La cultura de la connectivitat comporta un autèntic fet democràtic. Terrassa va viure en primera persona un dels moments més transcendents per al país, un esdeveniment de caràcter cultural que va canviar per sempre la ciutat, l'entorn i la percepció internacional del nostre poble: els Jocs Olímpics del 1992. L'art, la cultura i l'esport són les manifestacions que permeten crear una identitat col·lectiva. Són eines bàsiques per crear el sentiment de pertinença i, en definitiva, estrènyer els llaços sentimentals i emocionals d'una persona envers la seva ciutat. Amb la connectivitat podem definir-nos millor en conèixer el que som des d'una perspectiva oberta.

El món sencer viu un procés de connectivitat i les ciutats han de preparar-se per assolir aquest gran repte del nostre temps i fer que redundi en benefici dels ciutadans.

Joan Martínez Colás és compositor i director artístic



Connectar persones, grups, entitats, organitzacions, institucions

El treball col·laboratiu per **connectar persones, grups, idees i projectes** constitueix la clau de volta que relliga les aportacions fetes pels participants en les diferents fases de realització d'aquest Llibre Blanc. El treball compartit, la col·laboració en projectes grans i petits, modestos i ambiciosos d'àmbit ciutadà que mobilitzin col·lectius organitzats i fomentin la participació de la ciutadania amb diferents nivells d'implicació. Els entorns i els **dispositius tecnològics**, els **nous formats i espais** han de facilitar aquesta connectivitat. En aquest cas, amb una proposta explícita: una plataforma "Terrassa Cultura" que, més enllà de la funció informativa i comunicativa, permeti posar en contacte persones, grups, idees i projectes.

OBJECTIUS

Connectar persones i grups al núvol, al casal i al carrer

Connectar persones, grups, entitats... resulta cada vegada més determinant per produir projectes culturals, i sobretot projectes culturals en els quals la participació sigui un valor fonamental. Aquest és l'exemple de la **Festa Major** com a multiespai de participació. **La gent és la protagonista**, ocupa el carrer, i això és el tret definitori: que hi hagi tal o qual activitat o actuació resulta pràcticament anecdòtic; sense la gent (crowd), l'activitat perd tot el sentit.

Aquest tipus d'actes asseguren audiències per a moltes activitats que, si es programessin de forma individual, probablement no es podrien aconseguir. La Fira Modernista i, en menor mesura, les altres grans convocatòries de la ciutat (Mostra, Festival de Jazz, TNT) tenen aquesta dimensió, una dimensió que cal potenciar i propagar cap a propostes d'altres àmbits.

En tots aquests casos hi ha espais per compartir. **Compartir perquè hi guanyi tothom** (*win-win*). Per cooperar s'ha de conèixer els "altres", saber què fan i com i quan ho fan. Cal adoptar una actitud honesta i generosa i, si cal, fer un pas enrere. Sense aquesta generositat no es produeix la connectivitat. Si només es pensa a defensar l'interès propi, al marge dels altres, els projectes compartits no poden prosperar. La connectivitat funciona quan tothom hi guanya (*win-win*).

Connectar al núvol i al carrer: no estariem parlant de connectivitat en els termes vigents sense el concurs de la tecnologia i les xarxes socials. I en la línia tecnològica, a un nivell molt concret, disposar d'una **plataforma tecnològica** pot impulsar en gran

mesura la connectivitat. Una plataforma que funcioni com a espai virtual de coordinació d'agendes i de trobada entre agents promotors culturals, participants possibles i públics en sentit ampli. I pot funcionar alhora com a banc d'idees per llençar i compartir projectes culturals. Aquest exemple concret orienta sobre el paper de les institucions públiques en aquest nou escenari, el d'adoptar el rol de "facilitadores" d'espais de connectivitat, superant les derives burocràtiques que ho poden obstaculitzar. La connectivitat també es pot potenciar en l'espai físic amb iniciatives com "jornades associatives" que interpel·lin de forma explícita els agents culturals de la ciutat per treballar plegats.

Accions

- Programar esdeveniments culturals basats en la participació massiva de la gent.
- Promocionar projectes compartits entre diferents entitats amb una lògica win-win.
- Crear una plataforma digital "Terrassa Cultura" que, més enllà de la informació sobre activitats, permeti la confluència de la comunitat cultural local.
- Promoure jornades interassociatives com a via per generar interseccions i nous projectes entre entitats.
- Intensificar les iniciatives de coordinació institucional (joventut, educació, cultura, promoció econòmica).
- Promoure la cultura col·laborativa per fomentar la creativitat i la innovació en cultura.

Facilitar noves vies i formats de participació més amatents a les lògiques i hàbits actuals de consum cultural

La participació en entitats i associacions en termes convencionals exigeix una implicació, un compromís, una fidelització que ara són difícils d'assolir. La crisi ha afegit un component d'obstacle econòmic conjuntural a una tendència de llarg recorregut: les entitats culturals perden suport, ja sigui en forma de socis com d'activistes, i les fidelitats a llarg termini s'esvaeixen. Però, per contra, els mitjans tecnològics i les xarxes socials propicien un altre tipus de connectivitat, i afavoreixen i faciliten les adhesions temporals i la participació en projectes concrets, ja sigui per aportar fons a projectes culturals via multimecenatge o per sumar-se a una acció performativa de tipus viral. I, òbviament, la mediació cultural ha de tenir en compte aquest nou context.

Cal insistir i persistir en els **projectes d'ampli abast social i comunitari**. En aquest sentit, a Terrassa ja es produeixen projectes que comporten la participació d'una multiplicitat d'actors (professionals, amateurs, persones individuals, audiències). Aquesta via "connecta", funciona, i cal potenciar-la.

Accions

- Davant de la dificultat de mantenir formats clàssics d'implicació i participació, establir noves mediacions que facilitin la participació ocasional de públics i usuaris en projectes concrets.
- Promoure projectes d'abast social i impacte comunitari i donar-los suport.

Promoure activitats que potencien la dimensió transversal de la comunitat cultural terrassenca i la seva projecció ciutadana

La celebració del Congrés de Cultura de Terrassa en el marc del procés del Llibre Blanc va permetre visualitzar per primera vegada en un mateix espai la gran quantitat i diversitat d'actors que formen el sistema cultural de la ciutat. Facilitar el contacte entre aquests actors, el seu coneixement mutu, és el primer pas que pot donar lloc a establir complicitats i sinergies que es puguin traduir en cooperació i treball en comú. **Establir de forma regular i periòdica un acte participatiu** que permeti congregar els actors culturals de la ciutat per compartir i celebrar les fites assolides per la comunitat cultural local és un bon recurs en aquesta direcció.

Accions

- Proposar al Consell de Cultura la creació de la Nit de la Cultura a Terrassa, amb una orientació similar a la que ja existeix en l'àmbit dels esports.





Cultura i cohesió social

5.

Cultura i cohesió social

Cultura i cooperació ciutadana: cap a una transformació dels vincles institucionals i socials

Itziar González Virós

Aquest Llibre Blanc de la Cultura no és només la resposta al mandat que l'any 2009 el Consell de la Cultura i les Arts de Terrassa ens va fer al conjunt de la ciutat. Aquest llibre és, principalment, la prova concreta que **no hi ha ciutat ni ciutadania sense pensament col·lectiu**. Cap ciutat sap on va, si els seus ciutadans no prenen consciència, abans, que els cal decidir conjuntament cap a on van, com hi van i a qui donen i demanen un cop de mà, per anar-hi.

En aquest llibre totes les persones que hi escrivim reconeixem el paper estratègic de la cultura i el seu potencial agregador i cohesionador en la vida de les ciutats. Per això, parlar de **cohesió social i cultura** sembla un lloc obligat on aturar-se i reflexionar. Si entenem per cohesió aquella qualitat de les coses que permet que les seves parts estiguin unides, ens caldrà veure com es concreta això quan estem parlant de realitat urbana i vida ciutadana. En matèria de ciutat, però, aquesta idea de cohesió en tant que unió de les parts no hauria d'esdevenir tant un desig de compacitat i capacitat aglutinadora com un **anhel que existeixi una força agregadora i integradora que doni coherència i raó de ser al fet mateix d'estar junts**.

En aquest sentit, es pot reforçar aquesta idea recordant que en l'origen etimològic de la paraula cultura hi ha, paradoxalment, la idea d'una acció disgregadora i alliberadora. Aparentment, descohesionadora. Estem parlant que en l'arrel etimològica de la paraula cultura hi ha la idea mateixa d'una acció de remoure, de girar i capgirar, d'obrir solcs en la base i en el territori del nostre pensament. Fer cultura seria, així, conrear sabers i pràctiques. I, el més important: **tenir cultura no seria altra cosa que tenir els mitjans per poder lliurement girar i capgirar la realitat del nostre entorn i de les nostres vides**.

Aquesta condició necessària de llibertat i capacitat de moviment i transformació dels ciutadans per tal que realment es doni cohesió social és la que apunta cap al paper estratègic de la cultura com a gran element catalitzador de processos constructius i

Cultura i cohesió social

59



revitalitzadors de la ciutat. Quan reivindiquem la condició de revolta i remoció que hi ha en el concepte de cultura, posem èmfasi en el fet que el que més importa de la seva acció cohesionadora és el procés pel qual, a través d'ella, prenem consciència que ens cal un motiu, una raó, per voler estar junts, per voler seguir junts. I, per tant, en lloc de buscar la força cohesionadora, ens caldrà sens dubte buscar, molt altrament, la **força cooperadora. En lloc de fer de la cohesió social un objectiu en si mateix, ens caldrà evidenciar que l'objectiu és saber per a què volem estar junts**, si la cohesió ens fa lliure i autònoms i ens permet triar i ser protagonistes de les nostres vides i la transformació de la nostra ciutat o, molt altrament, si aquesta cohesió ens uniformitza i immobilitza la nostra dimensió política de fer ciutat.

Estem parlant de reconèixer la necessitat que tenim els uns dels altres i de com la ciutat esdevé l'estructura social, cultural i espacial que evidencia la dimensió de vinculació, o no, entre nosaltres. La ciutat com un lloc fundat i construït per uns altres abans que nosaltres. Com a lloc que se'ns transfereix perquè el mantinguem en moviment i continua transformació. Lloc que heretem o lloc al qual arribem. En tot cas, sempre lloc que convoca a més d'un i que no és només d'un.

La ciutat necessita la cultura en tant que és la seva condició alliberadora el que permet a les persones decidir vincular-se lliurement entre elles i esdevenir força de cooperació i transformació política de la seva realitat. Sense pràctiques de cooperació ciutadana i, per tant, tal i com hem dit, sense cultura, les ciutats aniran desertant del seu compromís de vivificar els llocs rebuts i del seu potencial d'esdevenir lloc d'acollida, capaç de nodrir-se de la interacció ciutadana.

Quan, de sobte, en algun espai públic de la nostra ciutat, sembla que la vida deixa de fluir i s'estanca una realitat fixa d'abandó o conflicte, comença un episodi d'insatisfacció ciutadana. Ja sigui des de la queixa o des de la indiferència, ningú no se sent autor d'aquella realitat. Si el conflicte passa en l'espai públic, molts diran que els polítics o les administracions públiques en són els culpables. D'aquesta manera, desplaçaran la seva capacitat d'esdevenir agents actius de millora i revivificació d'aquell tros de ciutat i hi renunciaran. Esdevindran, a causa d'això, subjectes passius que hauran renunciat a la seva coresponsabilització en la construcció de la seva ciutat.

Imaginem la ciutat com un instrument que toca cada una de les persones que hi viuen, o que tan sols hi treballen. Imaginem que totes elles se senten lliures d'utilitzar i viure la ciutat per expressar la seva condició de subjecte transformador que suma accions a les dels altres. Imaginem que cadascú sent fins a quin punt és una peça clau en la

simfonia col·lectiva de la ciutat i se'n responsabilitza. Imaginem que agents econòmics privats, institucions de tota mena i el conjunt de treballadors i treballadores de la funció pública, polítics electes, ciutadania associada, plataformes ciutadanes d'acció propositiva o reivindicativa, mitjans de comunicació, cooperatives i centres d'innovació social, etc., tots reivindicuessin part de l'autoria del resultat final d'aquella simfonia. La presa de consciència de la ciutat com un espai de cooperació ciutadana i de creativitat social compartida permetria acabar amb la cultura de la pseudopolítica, la del clientelisme, la de la competició entre diferents grups i diferents partits, entre el centre i els barris allunyats, entre ciutat i territori, entre els diferents sectors econòmics privats i l'economia real col·lectiva, entre els de tota la vida i els que acaben d'arribar.

Darrerament, i precisament en matèria de polítiques urbanes, sovint s'oblida el paper estructurador del relat col·lectiu que sens dubte pot aportar el conjunt d'agents ciutadans i institucionals. Potser per això, polítiques que afecten multitud de nodes ciutadans i culturals són reduïdes a propostes unipersonals o a visions poc contrastades amb el conjunt de la societat. El risc de descontent i desafectació ciutadana esdevé, doncs, molt gran, així com la pèrdua de grans oportunitats i sinergies constructives per a la ciutat. Per això, des de l'àmbit de l'urbanisme i la cultura, també **hi ha propostes metodològiques que posen l'èmfasi en la necessitat de la cooperació ciutadana i institucional en el disseny de projectes de ciutat.**

Aquí, a Terrassa, estem ara iniciant, de la mà d'un equip de persones de dins i fora de l'Ajuntament, un procés d'anàlisi i diagnosi col·laborativa sobre la situació de l'espai públic a l'àmbit del Vapor Gran. Després vindrà el moment de compartir les propostes de millora i revitalització d'aquest espai, però sent tots conscients que res del que es proposi serà possible sense la participació i el compromís de totes les parts. Trobarem una proposta que ens cohesiona perquè ens reconeix a totes les parts la nostra aportació única i imprescindible al conjunt. Evidenciarem, així, que **és en les persones i en la cooperació ciutadana on es construeix l'espai per al consens.** Es demostrarà la coautoria com a única possible signatura d'un relat de ciutat. Per tant, és en el si d'aquesta ciutadania, en la cultura del fer amb els altres, el lloc on es pot construir la veritable confluència. El lloc antiparanoic. El lloc de la reunió i alhora de les dissidències que reforcen la lliure vinculació i les aliances. El veritable espai democràtic fundant de projecte comú i, per tant, la millor pauta que el govern pot seguir.

Diagnòstics col·laboratius i debats ciutadans. Reconeixement de les capacitacions de cada un dels diferents agents (institucionals o individuals). Lliure federació de compe-

tències i reconeixement dels diferents rols. Una ciutadania que pren consciència dels altres i de la necessitat dels altres. Una ciutadania empàtica i amb capacitat d'anàlisi i diagnosi. Una ciutadania que fa de les seves institucions públiques una eina d'equidistribució de drets i deures i de garantia de tracte igualitari. Una ciutadania que porta al plenari del seu ajuntament propostes ja consensuades i debatudes amb el conjunt de la ciutat i no només amb els seus iguals. Una ciutadania que audita i no instrumentalitza la queixa per tal de rebre tractes de favor. Una ciutadania culta en allò propi de la ciutat: la cooperació ciutadana.

Itziar González Virós és arquitecta i urbanista especialitzada en rehabilitació, participació, mediació i cooperació ciutadana.

La cultura, en el camí cap a la felicitat

Adela Farré

Sempre que parlem de cultura ens movem entres dos conceptes que, si bé no són antagònics, sí que se situen sobre línies divergents. D'una banda, tenim el sentit heretat de la Il·lustració, que entén la cultura com tot el conjunt d'activitats, experiències i manifestacions de caràcter artístic a través de les quals l'ésser humà modela (conrea) el seu esperit; en aquesta concepció, cultura és el procés i les eines que aquest emprà (les arts plàstiques, la literatura, la música...) i és cultura també el resultat: un patrimoni espiritual que es guanya amb esforç. Per un altre cantó, entenem per cultura el conjunt d'elements materials i immaterials que singularitzen i identifiquen una comunitat concreta: llengua, costums, tradicions, idiosincràsia... En aquesta concepció, filla del Romanticisme, tot individu té la seva cultura, sigui quin sigui el seu nivell de formació o el seu grau d'adhesió a la pràctica o al consum de disciplines o productes artístics.

La cultura entesa com el procés que té "cura del creixement natural", del desenvolupament espiritual, ha estat marcada per la polèmica sobre els models que imposava com a referents: eurocentristes i elitistes. Del segle XVIII al XX, els referents culturals eren obra d'una classe social concreta, la burgesia, com abans ho havien estat de l'aristocràcia i les monarquies. I aquest control de la producció cultural implicava la imposició d'uns determinats valors socials.

En la primera meitat del segle XX, els ideòlegs d'esquerres (socialistes i comunistes) van ser molt crítics, també en l'àmbit cultural, amb el concepte burgès de relacions socials, que donava prevalença a l'individualisme i que entenia la societat "com una aura neutra en què cada individu és lliure de perseguir el seu propi desenvolupament i els seus propis avantatges com un dret natural",³ on el poder social només podia intervenir per garantir la defensa d'aquest dret. Per a la societat burgesa, la cultura és una responsabilitat i un dret de l'individu, ja sigui com a artista que gaudeix de plena llibertat creadora, com a *amateur* i part d'un públic entès que participa en l'experiència artística o com a mecenes que s'involucra en sostenir els creadors o en erigir els espais per al desenvolupament de la cultura (teatres, sales de concerts...) i per a la seva conservació (biblioteques, museus...). Segons el moment, la societat reclamava d'aquestes figures certs peatges (la supeditació del geni particular a una acadèmia i l'ajustament del gust privat a allò que és acceptat per la majoria dels iguals), però, en definitiva, la cultura era una qüestió de classe i adquirir-la era una condició bàsica per a l'ascens social.

Ben al contrari, les ideologies d'esquerres entenien que la societat era "el mitjà positiu de tota mena de desenvolupament, inclòs el de l'individu".⁴ Com subratlla el professor Raymond Williams, per a les esquerres sorgides en el segle XX l'adquisició de cultura no buscava un millorament personal, sinó un benefici col·lectiu. Això explica per què molts artistes del passat segle, des de la Revolució Russa fins als moviments contraculturals dels anys seixanta i setanta, postulaven la supeditació de la creativitat individual als interessos socials i polítics, fins al punt de vindicar l'anonimat de l'artista o la seva desaparició en l'autoria indestruïble d'un col·lectiu (amb exemples com el grup Unovis, de Malèvitx i El Lissitzky [1919-1922], o, en l'altre extrem, el Grup de Treball [1973-1975], que va aplegar artistes catalans com Francesc Abad, Jordi Benito, Antoni Muntadas o Francesc Torres, entre d'altres).

La supeditació de la producció artística i cultural a uns objectius polítics molt concrets acaba sent episòdica, circumscrita a períodes més o menys revolucionaris. La dimensió social de la cultura, el benefici col·lectiu que reclamaven les esquerres, es resol a Europa, a partir de mitjan segle XX, amb l'assumpció per part dels estats de la responsabilitat de garantir l'accés de tots els ciutadans a la producció cultural. Però l'accés a quina cultura? Doncs a aquella que les elits han establert com a alta cultura, d'arrel judeocristiana i europea: òpera, música clàssica, les arts plàstiques fins a les avantguardes dels anys vint i trenta, arquitectura i patrimoni històric. La resta queda en mans del mercat i pertany a l'anomenada "cultura de masses", que s'entén formada per subproductes pensats per a

³ Raymon Williams, *Cultura i societat (1780-1950)*, Laia, Barcelona, 1974.

⁴ *Ibidem*

ciutadans amb menys preparació, la qual cosa obre un abisme aparentment insalvable entre entreteniment i gaudi cultural.

Però la massa és un concepte, no una realitat sociològica. En un grup d'individus, per gran que sigui, trobem un nombre in comptable de variants individuals. L'ampliació imparable de l'accés a l'educació superior de gran part de la població i l'exigència democràtica d'obrir a tots els ciutadans els productes i les institucions culturals finançats amb diners públics creen noves audiències. Tres tenors poden convertir *Nessun dorma* en un fenomen massiu i, alhora, els gèneres de masses per antonomàsia (el cinema i el rock) no paren de generar corrents i propostes alternatives adreçades a audiències minoritàries.

Cap a finals del segle XX, d'altra banda, es posa en valor l'impacte del sector cultural en l'economia i les administracions públiques es converteixen en socis del que fins llavors era patrimoni del mercat. S'inverteixen diners públics en les indústries culturals, de vegades amb l'objectiu d'assegurar o generar nous llocs de treball, de vegades per protegir les cultures locals de l'abassegador poder de les majors nord-americanes.

Aquest trencament de les classificacions estanques, que van esclatar en els anys noranta del segle passat, va avançar en paral·lel als dos fenòmens que determinen el moment cultural actual: la globalització (de l'economia, dels mitjans, de les tendències, del gust...) i la velocitat imposada a la renovació de l'oferta cultural, que, com molt bé assenyala Zygmunt Bauman, es guia cada vegada més pels criteris del mercat de consum, un mercat que fomenta "la circulació ràpida, l'escurçament de la distància entre 'usar' i 'llençar' (i la posterior eliminació dels residus), així com la immediata substitució d'aquells béns que ja no són rendibles".⁵

Bauman es pregunta si podrà sobreviure la cultura a l'ocàs de la durabilitat i al seu sotmetiment a les lleis del mercat, és a dir, al fet que el seu valor vingui dictat per la seva traducció en rendiment econòmic. Positiva o negativa, la resposta cau, com admet Bauman, en el terreny de l'especulació. Però en el marc d'aquest article, la globalització i la mercantilització de la cultura ens plantegen altres preguntes importants.

Reprenquem, d'entrada, l'altre concepte de cultura que havíem comentat al principi, la cultura com a sinònim de sistema global de vida en una comunitat concreta, i preguntem-nos en què es fonamenta una identitat cultural específica. Tot i que, de vegades, es vol donar la impressió que la cultura que comparteix un grup humà donat és el resultat d'una evolució "natural", el cert és que, com ja ens advertia Raymond Williams, una tradició, una comunitat d'experiència, és sempre una organització selectiva del passat que s'alinea amb els interessos de les classes dominants en cada època, tot i que és

⁵ Zygmunt Bauman, *Vida líquida*, Paidós, Barcelona, 2006

evidentment deutora d'una herència prèvia que el poder no pot obviar, però sí interpretar d'acord amb la seva pròpia visió del món.

L'historiador Eric Hobsbawm anava més lluny i parlava de “tradicions inventades”, que tenen com a objectiu “inculcar determinants valors o normes de comportament per mitjà de la seva repetició, cosa que implica automàticament continuïtat amb el passat”.⁶ La relació entre una “tradició inventada” i el passat és sovint fictícia, o, si es prefereix, és fruit d'una idealització en la qual sovint intervenen els intel·lectuals i els artistes. Hobsbawm no fa un judici de valor d'aquestes tradicions inventades, que poden servir per establir o simbolitzar la cohesió social o la pertinença a un grup, per legitimar determinades institucions o relacions d'autoritat, i per socialitzar i inculcar creences i valors o promoure determinats comportaments. Himnes, banderes i altres símbols nacionals formen part d'aquestes tradicions inventades, entre les quals també podem situar cerimonials d'alta càrrega simbòlica, com per exemple la marxa d'atletes amb la torxa que precedeix la inauguració dels jocs olímpics cada quatre anys. Si els primers són instruments que ajuden al reconeixement mutu i la cohesió entre els membres d'una comunitat nacional, la segona ha estat una eina per difondre valors que es volen universals: concòrdia, pau, esforç, superació, respecte a la diversitat...

Evidentment, les tradicions, el folklore i les manifestacions de la cultura popular han tingut un paper clau en l'articulació de comunitats nacionals i en el sentiment de pertinença i arrelament a un territori. En el tombant dels segles XIX i XX, músics, pintors i escriptors, representants de l'alta cultura, van pouar en les seves tradicions autòctones per crear obres que expressessin l'ànima de les seves nacions (qui no recorda El Moldava, del txec Bedrich Smetana?), però en els inicis del segle XXI aquestes singularitats locals conviuen amb un mainstream cultural que convida a consumir el mateix cinema, la mateixa música i la mateixa literatura a Terrassa, a Liverpool, a Varsòvia i a Baltimore. Un viatge pel món, encén el televisor i hi pot veure les mateixes sèries, mentre que els programes autòctons mantenen indubtables similituds amb els nostres, quan no són directament adaptacions d'un producte inventat a Londres o a Miami.

El multiculturalisme s'ha incorporat al mercat global de la cultura com un producte més. Sentim música d'arrel africana o llatina a molts dels nostres festivals, però si visites Dar es Salaam, la capital de Tanzània, és molt probable que (al taxi, a l'hotel, al restaurant...) sentis més sovint Coldplay o U2 que els músics locals, d'altra banda molt influïts per la música occidental. De fet, la comparació entre les 25 cançons més descarregades per iTunes a Sud-àfrica aquest darrer mes i la llista de les cançons més votades a la popular

⁶ Eric Hobsbawm, *La invención de la tradición*, Crítica, Barcelona, 2002.

cadena radiofònica Los 40 Principales revela nou coincidències, totes corresponents a cantants europeus i nord-americans.

Internet encara potencia més el fenomen de la globalització cultural i milions de persones a tot el món segueixen a través de la xarxa produccions mítiques com Game of Thrones o Walking Dead. Ho fan a casa, amb pantalles d'alta resolució, on demand, a l'hora que volen, tantes vegades com volen. Compartim continguts, els referents s'homogeneïtzen, però aquestes formes de consum cultural, alhora massiu i domèstic, propicien l'isolament de l'individu. En contrapartida, la vida urbana promou la festa i l'espectacle massiu com espai de socialització. Sovint no importa tant què es va a veure (un producte de moda que passarà ràpid i serà substituït aviat per un altre) sinó el fet de ser-hi, de compartir l'experiència. El festival, coincideixen a dir Bauman i Hobsbawm,⁷ és l'experiència cultural pròpia del segle XXI.

Pot aquesta cultura globalitzada i apressada contribuir a reforçar la cohesió social de les comunitats que apleguen els seus consumidors? Díficilment, si creiem que la cohesió social és alguna cosa més que la mera absència de conflicte. En aquest món marcat per la diversitat que han propiciat els grans moviments migratoris dels darrers anys, en cada ciutat conviuen cultures diverses que gairebé no es parlen, i el simple consum del mainstream cultural poc pot fer per obrir el diàleg.

Les polítiques culturals de la segona meitat del segle XX van buscar la cohesió social facilitant l'accés de tots els ciutadans a una cultura que, fins llavors, havia estat el privilegi d'uns pocs, és a dir, democratitzant-la. La cohesió social avui només es pot guanyar bastint projectes on siguem capaços de trobar la complementarietat de les aportacions diverses i que propiciïn la participació creativa dels ciutadans i no el mer consum passiu.

Moltes de les coses que influeixen en la cohesió social (parlem de cultura o d'altres reptes col·lectius) tenen a veure amb aspectes clau que es tracten en altres capítols d'aquest llibre. Ens identifiquem amb allò que sentim nostre i és nostre allò sobre el què tenim capacitat de decisió. Per tant, la implicació en la governança és un aspecte essencial perquè tots els agents se sentin partícips d'un projecte comú. D'altra banda, cal crear les condicions perquè els col·lectius que es troben més a la perifèria dels sistemes puguin desenvolupar la seva creativitat i s'ha de facilitar la seva connexió amb altres grups de creadors.

Una política cultural és sempre l'administració d'un determinat statu quo que busca perpetuar-se, però la cultura és i ha de ser, precisament, l'eina que ens ajudi a repensar

⁷ Eric Hobsbawm, "Why Hold Festivals in the Twenty-First Century?", *Fractured Times: Culture and Society in the Twentieth Century*, Hachette Digital, Londres, 2013

què ha de canviar del present perquè el futur sigui millor per a les persones, com a individus i com a col·lectivitat, si cal renovant-se completament fins a construir un sistema radicalment nou. La cohesió social no pot ser un objectiu finalista de la cultura; en serà la conseqüència si emprem les eines que ens dona la cultura per entendre millor què som i com podem avançar cap a un món més sostenible i cap a una societat més justa i, per què no, més feliç.

Adela Farré és periodista

Amb la cultura, cap a una ciutat més cohesionada

Un dels desafiaments als quals ha de fer front Terrassa és donar resposta a través de la cultura al repte de construir una ciutat més cohesionada, tot respectant i promovent la diversitat. En efecte, la cultura esdevé una eina bàsica i de referència en tant que facilita la integració i la participació i actua d'instrument aglutinador de la ciutadania. Tanmateix, hi ha una important part de la població que s'enfronta a barreres i limitacions que els dificulten o impedeixen l'accés als recursos i a les propostes culturals que construeix la ciutat.

Les aportacions realitzades graviten sobre quatre pilars: **el teixit de l'associacionisme cultural i cívic resulta determinant per a la cohesió social**, però la fórmula per obtenir el seu màxim potencial són els **projectes compartits**. La Mostra de la Diversitat Cultural n'és un exemple clau, que cal potenciar. Aquesta estratègia de treball i de projectes compartits ha de permetre eixamplar la participació a la ciutadania menys permeable a les propostes culturals de la ciutat.

Aquesta participació s'ha d'afavorir amb **mesures explícites de suport adreçades als col·lectius específics** que passen per dificultats i facilitant la **incorporació de la població nouvinguda a la vitalitat cultural de la ciutat**. Els centres cívics i equipaments de barri es consideren un recurs de primer ordre per incubar i acollir nous projectes, per la qual cosa caldrà replantejar aspectes de la seva orientació i funcionalitat i experimentar amb fórmules de gestió.

OBJECTIUS

Cohesionar la ciutadania organitzada

Les experiències de cooperació entre entitats, associacions i grups culturals de diferents àmbits i sectors es reconeix com una de les vies més efectives per enfortir les mateixes entitats i amplificar la recepció de les seves propostes. Per tant, es proposa intensificar el treball col·laboratiu entre entitats de diferents àmbits. La via més efectiva: els projectes conjunts i/o compartits.

Aquests projectes, que ja s'estan donant, poden ser de dimensions i durades molt diverses, des de projectes bilaterals que posen en comú dos grups o entitats fins a convocatòries d'abast molt més ampli, tant de tipus sectorial com intersectorial, com ara la Fira Modernista o la Festa Major. En aquest sentit, cal estendre i obrir al màxim la participació en aquests projectes, incorporar-hi el màxim nombre de grups i entitats que siguin susceptibles de participar-hi i encara no ho facin.

I cal ser especialment amatents amb els col·lectius de nouvinguts. Tot i que ja hi participen de forma incipient, aquest tipus d'iniciatives s'han de generalitzar amb els col·lectius de nouvinguts. El treball en comú i la construcció de projectes des de la base constitueix la metodologia que permetrà evitar reticències i barreres culturals.

Accions

- Intensificar el treball col·laboratiu bilateral entre entitats.
- Incorporar nous grups i entitats als grans esdeveniments: Festa Major, Fira Modernista, etc.
- Augmentar la participació dels col·lectius nouvinguts.

Mantenir el treball intercultural i de respecte a la diversitat com a eix de la política cultural local. Remarcant el paper central de la Mostra de la Diversitat

L'experiència viscuda a Terrassa posa en relleu que el treball intercultural és la via per construir una ciutat cohesionada i respectuosa amb la diversitat. I, en aquest sentit, la ciutat disposa d'un recurs de primera magnitud, la Mostra de la Diversitat, però també d'un nombre important d'iniciatives que cal consolidar i expandir: Sopes del Món, projecte Xerrem, voluntariat d'intercanvi cultural, etc. Després d'uns inicis dubitatius, la Mostra s'ha convertit en un recurs de primer ordre per a Terrassa: espai de trobada i catalitzador de projectes d'entitats de diferent natura, espai de trobada entre entitats i

ciutadania, espai de visibilitat per a col·lectius nouvinguts i de coneixement de les seves expressions culturals...

La potencialitat de la Mostra ha fet que algunes entitats que hi estan implicades es plantegin diverses propostes per expandir el seu abast. Val a dir, però, que altres col·lectius que també hi prenen part es manifesten més partidaris de mantenir el dimensionament actual. Pel que fa a les vies d'expansió, s'ha parlat de passar a celebrar-se anualment o de generar de forma explícita projectes regulars i periòdics de col·laboració entre grups i col·lectius, amb calendaris i seqüències pròpies que acabin convergint a la Mostra. I, mes enllà del caire divulgatiu i festiu, obrir una línia d'acció en l'àmbit de la reflexió i el coneixement sobre la diversitat cultural (jornades de treball), procurant la participació explícita de col·lectius de nouvinguts.

Accions

- Consolidar la Mostra i altres iniciatives (projecte Xerrem, Sopes del Món, etc.).
- Potenciar la Mostra i estudiar la possibilitat de passar a celebrar-se anualment.
- Generar nous projectes regulars de treball entre grups i col·lectius que convergeixin a la Mostra.
- Obrir una línia d'activitat de reflexió i debat sobre la diversitat.

Estendre la participació cultural als sectors més impermeables i col·lectius amb dificultats

Més enllà de la participació de la gent organitzada en els múltiples col·lectius i entitats de la ciutat, el gran repte és eixamplar la participació de manera que arribi als sectors més impermeables i als que tenen més dificultats i problemàtiques d'exclusió. Per a aquest objectiu calen estratègies creuades.

Pel que fa a les barreres econòmiques, agreujades per la crisi, cal assegurar que les persones i col·lectius amb risc d'exclusió puguin gaudir de condicions específiques en programacions i activitats culturals. La majoria de les activitats de pagament organitzades pel Govern local ja incorporen de forma gairebé sistemàtica tarificacions, però en el context actual cal un esforç addicional en aquesta direcció.

Un esforç que també es proposa a les entitats del món associatiu en la línia de reforçar la seva dimensió social. Es demana a les entitats un compromís per incorporar de forma explícita i sistemàtica objectius i accions de cohesió social en els seus projectes.

Accions

- Garantir que els col·lectius més vulnerables puguin gaudir de condicions favorables per accedir a l'oferta cultural.
- Incorporar de forma explícita objectius de cohesió en el treball de les entitats.

Optimitzar els recursos i les possibilitats que ofereixen els equipaments cívics de barri i districte

Els centres culturals polivalents públics (i també els equipaments privats de natura associativa i voluntat de servei públic) constitueixen recursos de primer ordre per propagar l'eixamplament de la participació cultural i de la cohesió social, però presenten limitacions, com ara una orientació més adreçada a la polivalència que no pas a la cultura, o unes franges d'obertura insuficients, o poc idònies per a determinats usos i pràctiques culturals.

En aquest sentit es proposa convertir els centres cívics i equipaments de barri en nodes de projectes i programacions culturals descentralitzades. Això passa per estudiar fórmules de gestió d'aquests equipaments que puguin permetre una major implicació de les entitats i els teixits associatius i alhora l'ampliació de les seves franges horàries per donar cabuda a col·lectius culturals i grups artístics amateurs que tenen dificultats d'espai. Finalment, es proposa estudiar la seva especialització parcial i potenciar la programació d'activitats creuades (intersectorials, transversals) per atreure usuaris diversos.

La nova orientació cultural d'aquests equipaments s'ha de posar de manifest en el pla informatiu i comunicatiu fent campanyes de difusió i pedagogia de les seves activitats i funcions, tal i com ja es fa amb altres equipaments culturals especialitzats.

Accions

- Convertir els centres cívics i equipaments públics en nodes de projectes i programacions culturals descentralitzades.
- Explorar fórmules de gestió que facilitin la participació ciutadana.
- Ampliar les franges horàries per donar cabuda als col·lectius culturals i grups artístics amateurs.
- Analitzar una possible especialització temàtica parcial d'aquests centres.
- Fer campanyes de difusió i pedagogia de les seves possibilitats.
- Aprofitar el potencial dels equipaments associatius privats amb vocació de servei públic per desenvolupar projectes i activitats oberts a la participació.





Innovació i creativitat



Innovació i creativitat

Ciutat, creació, innovació

Josep Ramoneda

1. Què vol dir cultura contemporània? “Qui som nosaltres en aquest temps que és el nostre? Qui som nosaltres avui?” Aquestes són les preguntes que, per a Michel Foucault, fan de la filosofia una ontologia de l'actualitat. Contemporani és el temps dels que vivim aquí. Ningú no ha estat mai antic, medieval o modern, som nosaltres els que els identifiquem així. Tots som del present. I és des d'aquí que busquem trampolins en el passat i projeccions en el futur. Contemporània és la cultura del temps present, que té sovint (i especialment des del que anomenem modernitat) la pretensió de ser la definitiva. Això explica que tantes vegades s'hagi donat la presumpció de proclamar el fi de la història, l'acompliment del projecte humà, la plenitud dels temps, malgrat l'evidència que som només una petita baula d'una cadena plena d'incerteses, banyada de contingència, però sense previsió de final imminent. Totes les generacions, encara que potser algunes més que altres, han tingut, en algun moment, la pretensió de ser la definitiva, la que ha estat capaç de revelar el secret de la història.

Tota cultura és contemporània en el moment en què es fa. És, per tant, la cultura del present. Però el present s'ha estès en el temps recent, ha pres la forma del que en diríem un present continu, en què les ruptures tecnològiques (i, en especial, les de la informació i les de la vida) han deixat, ni que sigui momentàniament, el passat en suspens i han desdibuixat el futur. D'aquesta manera, s'estén la incomoditat d'haver d'afrontar la natural precarietat humana sense el suport de dues il·lusions confortants: les certeses de la tradició i les promeses d'un futur sens dubte millor. El passat sembla llunyà; el futur, imprevisible. El present s'engreixa en el moment en què les promeses de redempció s'enfonsen: redempció per la fe, redempció pel treball, redempció per la política, redempció pel progrés. Les tradicions sobre les quals aquestes promeses pesaven es desacrediten. I s'imposa l'imperatiu d'haver de flotar en el present amb els salvavides punxats. Hem passat de l'escassa reputació del present (un instant perdut entre el passat i el futur) a la sacralització del present. Zaki Laïdi ho deia així: “De tornada de totes les utopies socials

Innovació i creativitat

73



que tendeix a condemnar al rang d'il·lusions de masses (l'home del present), radicalitza la seva necessitat d'utopia a la recerca d'un present incessantment reconduït, el present etern". Aquesta última utopia ha estat el projecte neoliberal que s'ha estavellat contra la crisi i malda per no quedar-hi enterrat. El present etern s'ha convertit en una asfixiant habitació sense vistes. Tzvetan Todorov descrivia aquesta mateixa il·lusió des d'un sentit més existencial: "La nostra imaginació ens voldria situar en un present perpetu, on no hi ha lloc per a les edats de transició, infància i vellesa, sense parlar de la mort, dissimulada en els lloc reservats de l'hospital".

La intencionalitat que definia l'home perspectivista, nascut de l'època clàssica (Michel Foucault), la fixació en el progrés de l'home modern, es transforma en el que s'ha viscut immediatament, perceptible i representable. No hi ha espera. Ho expressa perfectament l'alienació dels individus en l'espiral del consum i l'addicció a la connexió permanent a través de mòbils i tauletes, que configura un nou paisatge d'oci i de relacions socials, amb els humans movent els dits sobre el miniteclat en qualsevol context laboral, convivencial o d'oci. Tot el que serveix per omplir de continguts la narració en xarxa (que substitueix la narració lineal) és contemporani perquè forma part d'aquest present que (desafiant la mort) es voldria etern. Hi ha angoixa perquè aquest present imperatiu és cleptòman; si ens descuidem, ens xucla l'ànima (la consciència sobre la qual queden impreses les nostres experiències) i ens deixa amb una sensació d'intempèrie permanent. Aboquem a la xarxa quantitats immenses d'informació, material de coneixement gratuït, amb el qual alguns fan grans negocis sense retribuir-lo mai, i exhibició de la nostra pròpia intimitat, que ens deixa nus a la vista de tothom, objectes de control polític i comercial permanent (no fa gaire temps que Hannah Arendt definia el totalitarisme com la negació de la intimitat, de l'espai propi).

2. Incomoditat creativa. Aquesta idea absorbent del present domina la cultura actual. En tant que medi en el qual ens movem (espai vital pel qual transitem), ens conté i no el podem defugir. És la nostra contemporaneïtat, però aquí retrobem la qüestió de Giorgio Agamben: què vol dir ser contemporani? Ser contemporani és saber mirar el propi temps amb distància sense deixar de pertànyer-hi. És sentir-se incòmode en el temps present. I fer d'aquesta incomoditat un factor creatiu: entrar per les escletxes que la cultura contemporània deixa. Perquè la peculiaritat del marc cultural és que permet l'examen de si mateix, la resistència i fins i tot la negativitat, si se sap prendre la distància, que és el que vol dir l'actitud crítica. Hi ha en la cultura aquests plecs que trenquen l'harmonia de

l'ordre cultural que dóna sentit i organitza, i permeten obrir vies que són precisament les fugues que ens autoritzen a parlar de llibertat. La cultura és dominació, però té marges per a la resposta crítica; és instrument per llaurar simbòlicament un territori, però també motor de desencís i rebuig; és ordre, però té esquerdes que condueixen a la mutació i al canvi; és sentit, però muntat sobre la realitat del sense sentit. Però la perspectiva crítica (que vol dir simplement de no-acceptació espontània del prejudici) posa l'èmfasi en tot el que contribueix a eixamplar els plecs de la cultura, a obrir les xarxes tancades, a alliberar els presents aclaparadors. És en l'autonomia del subjecte i en la tensió universalista del seu propòsit que els espais s'obren i el pensament creix, i germinen la invenció i la creativitat, és a dir, el coneixement.

Spinoza parlava de la llibertat "com a coneixement de la necessitat". En aquest sentit, la cultura crítica és matèria de gent perillosa, com Philipp Blom diu de D'Holbach i Diderot, els dos il·lustrats més rupturistes. La cultura ha d'escoltar tant el pensament maleït com la transgressió, perquè són les figures que es formen en els seus marges, el defora que serveix per entendre millor i fer evolucionar el dedins. L'aposta la definia Michel Foucault: "El present no és el que recull el temps en un punt per oferir un passat restituït i exaltant; és, al contrari, el que obre el temps a una irreparable dispersió". I aquest és el sentit de la innovació i de la creativitat.

3. Les paradoxes de la cultura digital. Qui som ara i aquí? El discurs lineal del progrés i les avantguardes va quedar interromput pel parèntesi postmodern. Semblava que el fragment, la dispersió, la diversitat substituïen els discursos monolítics de la història. Però va sorgir l'última utopia: la del creixement pel creixement. El determinisme econòmic del creixement sense límits. La conversió de l'instrument en fi en si mateix. Amb el diner com a referència de totes les coses, també en la cultura. Però l'univers digital ens ha portat les seves paradoxes. La tecnologia sempre porta sorpreses inesperades, efectes imprevistos. El món digital no és només la informació a l'infinit, la globalització de la comunicació, la ruptura de fronteres, l'aparent democratització del saber i de la cultura, la generalització del dret a la paraula, la debilitació de les aristocràcies culturals. És també la construcció de noves formes de dominació (el poder cultural de Google, per exemple, no té precedents, com a vehicle preferencial per a l'accés al saber universal), de control social i de banalització cultural. Qui fixa els estàndards de la república de les Lletres?

Tanmateix, aquí voldria només assenyalar dues paradoxes de la cultura digital que em fa la sensació que tindran un paper fonamental en el futur immediat de la cultura: el retorn del passat i el retorn de la ideologia.

Aquests anys de present continu han fet pensar en una ruptura radical amb el passat. La sorpresa, tanmateix, és que la creació del gran arxiu universal, de la biblioteca infinita, està impactant en el món de la cultura en la direcció contrària a la prevista: recuperació i recreació del passat més que no pas ruptura. Revival més que no pas innovació. Com si el pes de l'immens núvol no ens deixés forats per mirar endavant. Cada cop les tecnologies són més noves, i les idees i les obres creatives s'assemblen més a les coses ja vistes, com explica Jaron Lanier, gurú de Silicon Valley, a *Contra el rebaño digital*. La ruptura quant a l'instrumental és molt gran, però el canvi està més en les maneres que en els continguts, en la producció que en els productes. I la innovació i la transgressió en queden als marges. La ruptura que representa la cultura digital està encara lluny de ser un trencament moral, cultural, polític i social com el que va representar originalment la Il·lustració. El potencial emancipador de la cultura digital encara està per explotar.

Tota revolució té el seu dia després, en què el passat reviu i l'ordre s'imposa. Les revolucions culturals també. Però en els fonaments de la Il·lustració hi ha una voluntat de "derrotar els enemics de la raó i del disseny" (Philipp Blom) i un projecte que va molt més enllà d'eradicar la monarquia i el domini de la superstició i del poder religiós. Hi ha una idea d'emancipació intel·lectual, política i moral que situa en la comprensió de la realitat del món (la veritat efectiva o concreta de les coses), i no en les grans veritats transcendents, el fonament de la moralitat i de la vida pública. Representa la cultura digital una ruptura equivalent a la visió del món dominant, o els canvis tenen més a veure amb les pròtesis de què ens dotem que en les idees per les quals ens guiem? La cultura il·lustrada era una cultura de ruptura amb l'antic règim. Es pot dir el mateix de la cultura digital respecte de les hegemonies culturals i polítiques actuals? De l'economia de la producció a l'economia de la informació, hi ha canvis que afecten la distribució del poder econòmic i la cultura del treball. Però estan encara per veure els canvis polítics, perquè els factors d'informació, de transparència, de pluralitat, de democratització del saber i de potencial participació que haurien de permetre renovar la democràcia xoquen amb el reforç dels instruments de control social que el procés afavoreix i amb l'enorme confusió, un oceà d'informació en el qual les condicions de fiabilitat i de credibilitat són realment complicades. I estan per veure els valors morals que la cultura digital emana i les conseqüències antropomòrfiques del pas de l'experiència real a l'experiència virtual.

El caràcter llibertari i anarquitxant que va acompanyar la seva eclosió s'ha desdibuixat. I la sorprenent aliança entre tecnologia punta i discurs religiós que ha contribuït a consolidar l'estat corporatiu americà (i fer fracassar el projecte Obama) dóna molts motius de reflexió. La cultura digital no és una ruptura amb el model polític, econòmic i ideològic existent, és una extensió del model econòmic per la via d'una potentíssima indústria cultural d'abast global que assumeix plenament la lògica del mercat i del capitalisme expansionat. No és tant un canvi de sistema o de món com un canvi d'escala.

Tanmateix, la cultura digital podria suposar una ruptura amb el procés d'individualització dels últims trenta anys d'hegemonia conservadora. La comunicació entre infinitat de punts que la xarxa fa possible feia pensar en la dispersió d'actors, sovint anònims, parapetats darrere els seus ordinadors i bellugant permanentment, sense gaire ordre ni concert, per l'escena global. Una mena de gran foguera dedicada a cremar definitivament la vella pretensió del sentit. Però heus aquí que aquest sistema d'entrecreuaments ha anat cristal·litzant amb la idea de comunitat, en l'agrupació dels actors per afinitats electives, sentimentals, ideològiques o pràctiques. Crear comunitats s'ha convertit en el gran objectiu. Tothom que vol ser algú a la xarxa (començant pels mitjans de comunicació) busca la comunitat que l'acomboia, que li dóna força i potencial negoci. Tota comunitat requereix uns trets identitaris. I així es genera un inesperat moment de rearmament ideològic. L'hegemonia conservadora d'aquests anys va imposar la idea de l'eficiència. Les ideologies estaven superades, només comptava l'eficàcia en la gestió i els resultats. La idea del fi de les ideologies va quallar en un moment ideològic com pocs, perquè era la coartada que permetia anar consolidant el gir conservador a la societat. Aquest miratge s'ha acabat. Si es tracta de crear comunitats, perquè en el món digital tot projecte que vulgui existir necessita aquesta agrupació de fidels, els discursos es radicalitzen perquè, per fer sentir els actors part d'un grup, cal que se sentin diferents dels altres i que es convencin que són els millors. I la lluita ideològica torna a l'ordre del dia. Quant durarà aquest fenomen?

4. Els tres nivells de la cultura digital. Aquestes dues paradoxes afecten la cultura contemporània, i obliguen a afinar la distància crítica. Precisament per saber fer de la biblioteca infinita alguna cosa més que un arxiu, i per evitar que la cultura de la contribució que emana de la xarxa es converteixi en una cultura de la confrontació de comunitats convertides en objecte de negoci. Ara i aquí, la cultura digital ens obliga a repensar algunes coses bàsiques. I, en primer lloc, la vida. Refer l'aprenentatge de viure, amb un

context instrumental diferent, en què tornen a plantejar-se coses tan fonamentals com la nostra relació amb la naturalesa i la nostra relació amb els altres, el que és real i el que és virtual. Aquestes són algunes qüestions que hem d'afrontar si volem ser humans contemporanis; per tant, portadors d'una certa resistència humanística.

La cultura a l'era digital es desplega en tres nivells:

- **La indústria cultural**, amb un pes cada cop més important en l'economia. Sotmesa a les regles de l'oferta i de la demanda i que vehicula una simbologia d'alt poder homogeneïtzador. No tant al servei d'uns estats o d'uns països determinats, encara que també, com en benefici de la lògica il·limitada del mercat que avui estructura el món sense alternativa. La rendibilitat i la propietat són, en plena harmonia amb la lògica econòmica, les que governen aquest sistema. I desdibuixa els criteris culturals de la modernitat. Però al mateix temps és un sistema industrial desequilibrat on milers de milions de persones carreguen informació donada gratuïtament perquè uns pocs guanyin enormes quantitats de diners vehiculant aquesta informació, organitzant-la, analitzant-la i explotant-la.
- **La lluita cultural**. Els mecanismes de creació de comunitat de l'univers digital, afavoreixen, com he explicat més amunt, un retorn de la ideologia, de les diferències culturals, de les visions diverses del món. Si la lluita de classes durant la modernitat havia donat lloc a una conflictivitat cultural emanada de la confrontació econòmica bàsica (i amb una certa simplificació de l'escenari entre conservadors i progressistes), ara l'economia global impregna el món amb una capa de vernís cultural, alhora que una certa escissió entre economia i cultura a un segon nivell provoca l'eclosió d'una certa conflictivitat cultural amb el retorn de valors identitaris, creences, ideologies, noves i velles visions del món, totes elles en un escenari en què la confiança en el progrés ha desaparegut i la recerca del sentit es fa pregona. Al mateix temps que la xarxa carrega de municions per al control polític i social governs i un grapat d'empreses d'implantació global.
- **La resistència humanista**. La idea de resistència és de llarga i noble tradició. Expressa la voluntat de defensar la llibertat de les formes d'opressió i control. Des de sectors vinculats a les disciplines culturals de la modernitat, la voluntat de defensar una visió emancipadora, exigent, humana i pública (en el sentit kantianista de la paraula, dirigida a tots, no a la secta o a la tribu) de la cultura, en la seva formulació més clàssica de creació de simbòlic, de renovació de l'imaginari, d'ampliació del coneixement i de la visió de les coses. Resistència no vol dir numantinisme. Al contrari, vol dir projecció cap al futur. La resistència ha de ser a favor de la democratització de la cultura, però en contra de la conversió de la banalització en valor dominant. Ha de defugir la temptació aristocràtica d'un es elit que se

senten propietàries de la cultura i temen perdre privilegis. Moguda per la curiositat, ha d'estar a favor de la innovació, però sense caure en el papanatisme del qual abraça cegament els nous instruments, no perquè el procés creatiu la porti a fer-ho sinó perquè és el que cal fer. I fins i tot ha de saber llegir les dimensions més banals de la cultura generalitzada per entendre què és el que aporta a la gent. No hi ha res més trist que l'aristocràcia que es nega a reconèixer que el món ha canviat i que el seu paper també, si és que vol seguir tenint capacitat d'aportar alguna cosa significativa. És d'aquesta dimensió de la qual, segons el meu parer, els poders polítics democràtics no s'haurien de desentendre.

5. Ciutat, creació, innovació. Parlem sovint d'innovació i creació com si fossin una mateixa cosa; la creació és coneixement, la innovació és pràctica. La creació, que encara porta incorporada l'aureola romàntica del geni que, com Déu, fes sorgir una cosa nova del no-res, és la ruptura del codi que canvia un llenguatge i obre nous camins; la innovació és la plasmació pràctica que permet transitar en els espais albirats. La creació anticipa el canvi tecnològic, almenys mentre la tècnica no s'hagi convertit definitivament en el monstre de Frankenstein que domina per complet el destí dels humans; la innovació l'optimitza. Quan parlem d'innovació i creació en el camp de la cultura (i no només en aquest camp), sempre hem de posar l'èmfasi en la qüestió educativa. La humanitat ha innovat i creat sempre, però els grans salts s'han fet on i quan s'ha format una massa crítica de gent implicada en el saber i en el coneixement. Aquesta massa crítica té dos noms: educació i ciutat, com sabem, des de la Grècia clàssica, on van néixer conjuntament el logos i la polis, la filosofia i la ciutat.

Per tant, el primer requeriment és l'educació. I per això em sembla essencial defensar la prioritat de les polítiques educatives quan es parla de ciutat innovadora i creativa. I la política educativa passa per el que és fonamental: les bases del coneixement i la creació. Per crear cal conèixer els fonaments, un artista ha de saber pintar abans de fer el salt a l'art electrònic. En aquest sentit, em sembla fonamental la defensa de l'humanisme en una doble direcció: com a punt de referència i com a base cultural sòlida. Cal conèixer els codis per poder-los trencar. No és rar que a Alemanya un 14% dels universitaris estudiïn humanitats i a Espanya, només un 7%. Defensa de les humanitats, com a perspectiva, com a punt de distància des del qual mirar un món accelerat que deixa poc temps a la reflexió i la comprensió històrica dels esdeveniments; sense les humanitats correm el risc de perdre literalment el món de vista, de ser arrossegats per una riuada que destrueixi les bases convivencials i democràtiques de la vida social. I defensa també com a formació sòlida per fomentar i fonamentar el treball creatiu.

Cal massa crítica, dèiem. Aquesta l'aporten les ciutats. "L'èxit de les ciutats depèn de la demanda de contacte físic", diu Edward Glaeser. Pot semblar una paradoxa en temps de cultura digital, en què el que és virtual sembla diluir el que és real. Però no ho és. El ramat digital oblida sovint un factor fonamental: els humans som éssers analògics condemnats a viure amb tensió la cultura digital. Per això, la demanda de contacte físic no és cap fantasia. La ciutat ofereix contrapunt i complement d'un món digital: llocs i situacions per trobar-se i compartir. I la cultura és un facilitador d'aquestes oportunitats. Però, a més, amb aquesta apel·lació al contacte físic, Glaeser fa referència a "la força que emana de la col·laboració humana". Aquesta és la força de la ciutat, perquè malgrat tot "la densitat ens ofereix el camí més curt per passar de la misèria a la prosperitat". Ciutat vol dir espai públic, vol dir responsabilitats compartides, vol dir espais de relació, vol dir infraestructures que afavoreixen l'intercanvi, el reconeixement, la recerca compartida de formes noves de coneixement, de creació, però també de vida. El filòsof francès Pierre Manent, en conversa amb un dels grans inversors de Silicon Valley, Peter Thiel, deia: "Més que pels progressos de la mundialització, estic impressionat pels de la fragmentació". És cert que la globalització porta la repetició al consum, i que arreu del món apareix una classe mitjana que vol assemblar-se a l'americana. Però "els pobles no poden sentir-se satisfets de la repetició indefinida del mateix. Sota la semblança dels instruments de la civilització s'afirmen cada cop les reivindicacions de les nacions i de les religions". No es pot viure sense novetat, reconeix Manent, però aquesta "no prové essencialment de la tecnologia sinó de les associacions que els homes poden formar".

Josep Ramoneda és filòsof i escriptor

Voluntat d'evolució i descoberta

Pep Pla

Imagineu que una persona fa el mateix recorregut cada dia per anar de casa a la feina i un bon dia decideix, pel motiu que sigui, canviar-lo i provar una altra alternativa. Un cop faci la prova, té dues possibilitats: reduir el temps del recorregut o no. En aquest acte hi ha un component de novetat, de sorpresa, de risc. Això és innovació. La innovació és voluntat d'evolució. Sense innovació no hi ha descoberta, sense investigació no hi ha invents i sense invencions no hi ha evolució, no hi ha futur. La innovació és futur. Sense innovació no existiria la penicil·lina, ni hauríem admirat el geni de Picasso ni cap dels descobriments que avui ens permeten tenir una vida millor.

La paraula innovació no ens ha de fer cap por. No vol dir estrany, especial o “rar”. És quelcom comú en molts dels nostres actes diaris, i fins i tot hi ha gent que d'això en fa la seva professió. En el seu moment, per exemple, en el món de les arts escèniques, que és el terreny que conec, grups com La Fura dels Baus van ser innovadors pel seu caràcter estètic i trencador. Paradoxalment, avui dia, fan posades en escena en els millors teatres d'òpera del món, i ja no es veuen com a underground sinó que han esdevingut una absoluta normalitat escènica.

Un altre exemple és la introducció a l'escenificació en els museus. Cada cop ha anat augmentant aquesta pràctica i ha demostrat que ensenyar els continguts d'un museu a partir de la caracterització de personatges ficticis fa que, d'una manera més amena, el públic gaudeixi de les explicacions amb més facilitat.

La societat actual va absorbint aquestes “innovacions” sense gairebé adonar-se'n i, així com hi ha laboratoris dedicats a la investigació química o farmacèutica, també hi ha centres dedicats a la innovació escènica, com és el cas del CAET (Centre d'Arts Escèniques de Terrassa) i el seu Festival TNT - Terrassa Noves Tendències. A poc a poc, amb la producció del CAET i gràcies a l'aparador del Festival TNT, aquesta especialització per la qual vam apostar des del seu inici ha anat prenent forma. D'una manera progressiva però sense pauses, a més de ser l'organisme responsable de la programació teatral de la ciutat (Teatre Alegria i Teatre Principal) i aconseguir mantenir-se des de fa tres anys en un 90% d'ocupació, és, ara per ara, l'únic centre de producció a Catalunya que dedica els seus esforços únicament i exclusivament a la creació contemporània. La innovació, com hem dit abans, no és una cosa estranya, ni la gent que hi dedica els seus esforços tampoc.

Estem parlant d'artistes molt seriosos, alguns dels quals fa molts anys que investiguen, que qüestionen, que s'expressen amb llibertat i amb un llenguatge universal, on el text no és sempre la part principal, sinó la fusió amb la imatge, el moviment o els objectes. I, paradoxalment, en un moment de crisi econòmica, són els que més exporten: Roger Bernat, Los Corderos, Marcel·lí Antúnez o Àlex Serrano són alguns dels nostres representants a teatres de Xangai, Sant Petersburg, Boston o a la mateixa Biennal de Venècia.

Gràcies a les coproduccions d'aquests artistes amb el Festival TNT - Terrassa Noves Tendències, el nom de la nostra ciutat està sent portat arreu del món amb produccions de gran qualitat.

Des de fa uns anys, Terrassa ha fet una aposta decidida per tenir centres dedicats a la pedagogia escènica i visual: per una banda, té la seu de l'Institut del Teatre, amb estudis reglats d'Art Dramàtic (ESAD, Escola Superior d'Art Dramàtic), així com l'única escola reglada de tècnics de l'espectacle de Catalunya (ESTAE, Escola Superior de Tècniques de les Arts de l'Espectacle). A més, disposa de l'escola oficial de cinema (ESCAC, Escola Superior de Cinema i Audiovisuals de Catalunya) i la branca d'estudis audiovisuals amb l'especialització de videojocs el Centre de la Imatge i la Tecnologia Multimèdia (CITM).

A part d'aquests centres, el fet de tenir un Parc Audiovisual i un centre de creació com el CAET i el seu Festival TNT permet a la ciutat gaudir d'una posició privilegiada en aquests moments pel que fa als estudis artístics i tecnològics, que reportaran un plàncton que farà possible futures creacions contemporànies. Però no ens podem quedar aquí, no ens hem de conformar, hem de voler anar més lluny, imaginar-nos quin model de ciutat cultural volem ser en el futur i desenvolupar una estratègia i unes línies per aconseguir-ho.

Us en posaré un exemple: Bilbao. Abans aquesta ciutat tenia fama d'industrial, de contaminada, plena de fums i amb un riu brut. No era un objectiu gaire agradable i sempre intentaves passar-ne de llarg. La crisi industrial i segurament altres aspectes van fer que minvessin aquestes estructures industrials i es tingués la bona pensada d'ubicar-hi el Museu Guggenheim. Arran d'aquest fet, juntament amb altres canvis urbanístics encaminats en aquest sentit, ha canviat la imatge de la ciutat a ulls de tothom. Al voltant del museu s'ha generat un turisme cultural que ha reportat visites a la resta de museus de la ciutat, galeries d'art, teatres, comerços, restaurants, etc. És com una ona que es va estenent i repercuteix progressivament en tots, o gairebé tots, els sectors de la ciutat. És difícil fer un estudi d'impacte econòmic on es pugui descobrir la repercussió real, però en aquest cas els beneficis són evidents. El prestigi que això reporta és difícilment quantificable, perquè els beneficis apareixen molt més tard. Però apareixen, això sembla evident a ulls de tothom.

L'exemple d'un estudi en què es diu que cada euro invertit en cultura retorna multiplicat per nou, en aquest cas, és ben visible. Terrassa, doncs, ha d'imaginar quina imatge i quin contingut vol tenir en el futur, saber amb tot el que compta i tot el que té, i prendre mesures per arribar a aconseguir allò que es proposa. Tenint com té una bona salut des del punt de vista de la cultura popular, fóra recomanable sumar complicitats amb aquests grups i aconseguir un caldo de cultiu d'experimentació i risc positiu. Apostar per la cultura avui dia i en els temps que corren és una aposta valenta, fins i tot arriscada, però estic absolutament convençut que és una aposta rendible.

Potser aquest Llibre Blanc ja és un símptoma d'aquesta necessitat i ens pot ajudar a marcar aquestes estratègies per començar a treballar en aquest sentit.

Pep Pla és actor i director del CAET

Ciutat cultural, ciutat creativa

Aquests dos conceptes han esdevingut pràcticament inseparables en gran part dels discursos i en la generació de polítiques públiques. En el nostre cas, es vol no només tractar la innovació i la creativitat com a objectius generals, sinó que es pretén concretar projectes que promoguin i facilitin les iniciatives culturals i creatives en un marc d'innovació. La innovació s'entén com la generació i la trobada d'idees, així com la selecció, la implementació i la difusió que se'n fa. Es tracta, doncs, de trobar noves vies o adaptar les existents per aconseguir l'èxit i per assolir els objectius desitjats. Tenint en compte que en tot procés d'innovació intervé la creativitat, cal ser creatiu per trobar i generar aquestes idees, i cal creativitat per portar-les a la pràctica amb èxit.

En un context econòmic i social com l'actual, amb una especial afectació a les economies públiques locals, l'àmbit cultural queda fortament afectat per l'important pes que el sector públic té en el seu finançament. En aquest marc, la innovació i la creativitat es mostren com la via que ha de fer possible avançar, ja que cal innovar per crear **noves formes de funcionar i de promocionar la cultura** més efectives i eficients i aplicar unes mirades més inclusives i estratègiques cap al sector cultural. En el cas terrassenc, cal donar un pes específic a les indústries culturals i creatives de la ciutat en aquesta aposta per la innovació.

La creativitat i la innovació passen també per les interseccions: de formats i llenguatges, per les estratègies que facilitin el contacte entre creació i recepció ("prosum") i amb l'atenció permanent a l'educació. Aquesta aposta per les interseccions fa que moltes de les propostes plantejades coincideixin amb les de l'eix de connectivitat, amb el qual també comparteix òbviament el paper determinant, gairebé consubstancial del nou entorn tecnològic.

OBJECTIUS

Situar Terrassa en l'aposta europea per la creativitat

La necessitat de buscar noves fonts de finançament per als projectes creatius planteja una qüestió molt concreta: l'oportunitat de fixar l'atenció en la gran aposta europea en aquest sentit (programa Europa Creativa) promovent un gran projecte de ciutat per participar en aquest programa i donant-li cobertura.

En sintonia amb les metodologies apuntades en l'eix de connectivitat, es planteja l'establiment d'una mena d'"unió temporal d'institucions i agents culturals" de Terrassa per **armar un projecte conjunt de ciutat** i participar en la convocatòria europea de suport a projectes creatius. El servei de relacions internacionals de l'Ajuntament, Orbital 40, Innocultura... hauran de posar l'experiència, metodologia i recursos al servei d'aquest projecte, que també haurà de comptar amb el suport d'altres agents dels sectors empresarials, universitaris, etc.

Accions

- Promoure un gran projecte de ciutat per participar en la convocatòria del programa Europa Creativa.
- Establir un programa formatiu per acostar la metodologia de projectes europeus a persones i entitats de Terrassa.

Connectar la creació i la producció amb la recepció

La ciutat té un potencial creatiu que sovint no troba els recursos per convertir-lo en projectes i productes culturals, o els canals per arribar als públics. Hi ha un problema de recepció. Per això es proposa avançar cap a noves concepcions del procés de creació i consum cultural: superar la divisió entre creadors de producte final per a públics passius i assolir una nova concepció amb processos on creació i recepció coincideixen en totes les seves etapes. En aquests processos, cal tenir en compte la dimensió educativa, i les actituds, hàbits i preferències de les noves generacions a l'hora d'acostar-se a la cultura (entorns digitals, formats audiovisuals, etc.). Cal **promoure els espais i dispositius de suport a la creativitat** (centres educatius com les escoles d'art i música i altres espais de creació, BaumannLab) i facilitar-hi l'accés: ajuts o beques per a estudiants, suport a nous creadors, etc. Cal **evitar que l'accés a la formació constitueixi la primera barrera d'accés a la cultura i la creativitat**.

En aquesta nova orientació cal **incorporar la visió empresarial en la creació cultural** i la visió cultural i creativa en el món de l'empresa, incidint en processos incipients que ja s'han portat a terme a Terrassa, i considerar la innovació creativa en els àmbits *amateurs* i no lucratiu més enllà de la dimensió econòmica i empresarial com a innovació social i ciutadana: cal fomentar aquest tipus d'innovació entre les entitats i associacions.

El binomi indústria i cultura, tan present a la nostra ciutat, es pot potenciar encara més amb la conversió d'espais industrials en desús en espais oberts a la creativitat, ja sigui de manera temporal (exposicions, accions, *performances*) o permanent (fàbriques o espais de creació, *urban labs*). Nous espais, nous formats i noves metodologies que requeriran, sens dubte, participar dels nous escenaris de governança plantejats en l'eix corresponent.

Accions

- Explorar nous formats de participació, acostant creació i recepció de les propostes culturals ("prosum").
- Incorporar suports tecnològics i visions més properes a les noves generacions.
- Connectar el sector cultural i artístic amb l'empresarial amb nous projectes compartits.





Governança



Governança

La governança cultural

Mila Gascò

En aquest capítol s'aborda la governança de la cultura, un dels cinc eixos estratègics del Pacte Cívic per la Cultura de Terrassa. Conceptualment, definim la governança com el conjunt d'institucions (regles del joc) que regeixen els processos d'interacció entre diferents tipus d'actors estratègics. A la pràctica, això suposa definir qui són els actors clau i com interactuen entre ells. En definitiva, parlar de governança implica analitzar qui i com participa en els processos de presa de decisions i de definició d'estratègies i polítiques públiques.

La governança determina la governabilitat d'un sistema o societat; és a dir, la capacitat d'aquest sistema/societat per governar-se a si mateix i per atendre els seus reptes de futur, en el context d'altres sistemes més amplis dels quals forma part.

Si la governança determina la governabilitat, dels actors implicats i del seu nivell d'influència en la presa de decisions, així com de les pautes que configuren les relacions entre col·lectius, depèn la capacitat del sistema per fer front a les seves dificultats.

Aquesta és la definició de *governança* que emmarca aquest capítol, el qual es divideix en quatre seccions. En la primera, es justifica per què és important parlar d'aquest concepte a l'àmbit cultural. Seguidament, s'identifiquen els actors que tenen un rol clau en les polítiques i processos culturals. En tercer lloc, es presenten els mecanismes que faciliten la interrelació entre dits actors. Finalment, es fan unes reflexions finals que serveixen com a conclusions.

Per què parlem de governança de la cultura?

Argumentem que quatre són les raons principals que ens porten a introduir el terme de *governança* amb relació a les polítiques culturals. En primer lloc, l'evolució de l'Administració pública per diferents etapes, etapes de modernització administrativa, ha donat lloc a canvis de paradigma en la gestió de les organitzacions públiques. Així, en un



primer moment, l'Administració era una administració burocràtica, que funcionava sota el paradigma de la burocràcia weberiana, molt focalitzada en l'eficàcia i eficiència dels processos i, per tant, en la seva racionalització i especialització. En una segona fase, on predominava el paradigma de la (nova) gestió pública, l'Administració es professionalitza. Sense deixar de banda la preocupació per ser més eficaç i eficient, es focalitza a servir la ciutadania (el "client"). Finalment, en la tercera i darrera etapa, a la qual apunten a transitar moltes de les organitzacions actuals, ens trobem amb una administració relacional que es regeix sota el paradigma de la *governança*: l'Administració s'ha adonat que no n'hi ha prou amb la seva actuació i que altres actors tenen també un rol a jugar per garantir la governabilitat de la societat. En aquest moment, assoleixen protagonisme maneres de fer que tenen a veure amb la transparència, la col·laboració i la coproducció, i la participació, i es comença a parlar del paper de facilitador que té el Govern en comptes de ser un mer prestador de serveis, en aquest cas, culturals.

En segon lloc, hem de reconèixer que la cultura és un concepte ampli. La política cultural no és fàcilment delimitable i, quan es fa política cultural, s'han de tenir en compte diferents sectors i, per tant, diferents actors, amb diferents concepcions sobre el que és i el que no és cultura i, consegüentment, amb diferents prioritats pel que fa a aquest àmbit. La política cultural, a més, interacciona amb altres camps, com ara el turisme o la immigració, la qual cosa afegeix més complexitat a la gestió de la xarxa d'actors.

En tercer lloc, al llarg dels anys, la política cultural ha evolucionat des de postures més intervencionistes fins a postures més participatives. Aquesta evolució ha estat el resultat de diferents factors:

- L'àmbit cultural ha estat tradicionalment lligat a la iniciativa privada, i és relativament propera en el temps l'actuació pública, tant pel que fa a la reglamentació (que, sobretot, es produeix a partir del 1850) com a la intervenció generalitzada, que no té lloc a Europa fins a la Segona Guerra Mundial.
- Ja hem posat de manifest que la cultura és un sector amb una important pluralitat d'actors. Per tant, la intervenció pública és necessària, però no suficient. Aquests actors han de ser tinguts en compte perquè la política cultural, finalment, atesos els seus diferents àmbits d'actuació, té com a destinatària pràcticament la totalitat de la població.
- Actualment, la crisi de les administracions públiques ha estat clau en aquest procés, atès que les ha deixat sense recursos. En aquest sentit, la cultura, com altres sectors, ha passat a dependre, més que mai, de l'activitat de la societat civil, organitzada o no.

- Finalment, la política cultural té un impacte a llarg termini i, per tant, no pot dependre dels vaivens polítics o dels capricis individuals. La inclusió d'altres actors diferents del públic en la presa de decisions garanteix aquesta continuïtat i reforça aquesta idea.

Finalment, tal com avança el Consell de la Unió Europea en la seva sessió del 26 de novembre del 2012, sobre la governança cultural, la cultura té un caràcter horitzontal i, per tant, requereix la cooperació transversal i entre diferents nivells administratius, així com l'establiment de partenariats entre els actors de diferents sectors culturals i creatius.

Qui són els actors?

Podem diferenciar diversos tipus d'actors presents a l'àmbit cultural. Volem fer èmfasi en els següents:

- **Administració pública.** Parlar d'Administració pública suposa referir-se a les organitzacions de diferents nivells administratius, per una banda, i als protagonistes interns, per l'altra. Pel que fa al primer aspecte, malgrat que sempre serà una administració determinada la responsable màxima d'una actuació específica, en moltes actuacions aquesta rebrà suport d'altres actors públics. Aquest va ser el cas de la recuperació del patrimoni historicoromà de la ciutat de Tarragona, responsabilitat última de l'ajuntament d'aquesta ciutat que va rebre el suport tant de la Generalitat de Catalunya com del l'Estat espanyol, o de la celebració dels Jocs Olímpics de Barcelona, l'any 1992. Es tracta, en qualsevol cas, d'intentar mantenir l'equilibri entre les autoritats locals, regionals i estatals, ja que, clarament, a la cultura hi participen totes tres.

En relació amb el segon aspecte, no hem de reconèixer només el rol de polítics i directius públics sinó també el dels gestors culturals, que esdevé fonamental en la implementació de les polítiques.

Cal tornar a fer èmfasi en el fet que, avui dia, el rol de les administracions públiques, sobretot de les locals, que són les que solen trobar-se més a prop de la ciutadania i d'altres parts interessades (stakeholders), ja no ha de recaure sobre la prestació de serveis. En aquest sentit, l'Administració pública, actualment, ha de liderar, convocar la resta d'actors, promoure, facilitar, fer de mitjancera. En definitiva, ha d'adoptar un rol de plataforma que condueixi a un disseny, una implementació i una avaluació de la política cultural de tipus col·laboratiu.

- **Empreses privades.** Aquest segon tipus d'actor ha estat sempre molt present en la promoció de la cultura. En els últims anys han estat específicament actives en aquest àmbit les empreses del sector de les telecomunicacions. El rol principal que fan és el de finançador i, fins i tot, distribuïdor. Telefónica, per exemple, ha patrocinat teatres, com ara el Gran Teatre del Liceu, o museus. Amb aquestes pràctiques, les empreses destinen diners a activitats culturals sense obtenir una contraprestació econòmica directa sinó un benefici en terme d'imatge, publicitat o relacions públiques. Juntament amb aquest tipus d'empreses, es troben també les de gestió cultural.
- **Fundacions.** Són organitzacions sense ànim de lucre i centrades en aquest àmbit que fan un paper semblant al de les empreses privades.
- **Agents culturals.** Són els productors de cultura i, entre ells, es troben cineastes, actors i artistes en general.
- **Associacions i grups de caràcter cultural, educatiu, social i professional.** Aquestes organitzacions, que solen funcionar sobre la base del voluntarisme i, per tant, tenen vocació i manifesten un gran compromís, poden precedir les autoritats públiques en les activitats més innovadores. Solen, a més, tenir un contacte més gran amb la població. En aquest sentit, Shakespeare deia: "La ciutat és la gent". Nosaltres afegim: "La ciutat és la gent organitzada".
- **Acadèmia.** Tenen un doble rol: per una banda, és responsable d'impulsar la recerca en matèria de política cultural, sent objectius en les seves anàlisis i valoracions. Per l'altra, l'acadèmia engloba una sèrie d'institucions de formació dels diferents agents que integren la xarxa d'actors de l'àmbit cultural.
- **Ciutadans.** En els últims vint anys, moltes ciutats han assumit amb un interès creixent la participació ciutadana en el desenvolupament local basat en la cultura. Així ha sortit el terme participació cultural, el significat del qual comprèn des de la implicació cultural, per mitjà d'organitzacions i associacions, fins a la participació d'un públic determinat en les activitats culturals o la cultura diària practicada pels habitants d'una ciutat. En aquest sentit, el ciutadà o ciutadana, com a individu, és un partícip cultural.

Quins són els mecanismes de governança?

Existeixen molts actors i, també, existeixen moltes maneres que faciliten la interacció entre aquests. Alguns dels més importants són els següents:

- **Partenariats publicoprivats.** Un partenariat és una fórmula de col·laboració on dues o més organitzacions públiques i privades independents col·laboren de manera voluntària desenvolupant conjuntament productes i/o serveis, compartint riscos, costos i beneficis. Aquest tipus de partenariats són altament recomanables quan el pressupost públic no és suficient, però hi ha una clara necessitat de desenvolupar un producte o servei concret i de portar a terme una implementació més àgil i una operativa eficient. Malgrat els seus clars avantatges, poden presentar alguns reptes, com ara el risc que els socis públics acabin assumint la responsabilitat financera, la pèrdua d'independència de les organitzacions voluntàries en convertir-se en agents efectius de l'Administració, atretes pels contractes, i el finançament i la generació de poder sense responsabilitat sobre els resultats.

Hi ha força exemples de partenariats publicoprivats en l'àmbit cultural. Un d'ells és el Museu Guggenheim, una organització gestionada per una fundació publicoprivada amb una presència mixta: el Govern basc, la Diputació Foral de Biscaia i la Fundació Solomon Guggenheim de Nova York. Trenta-tres patrons s'han anat sumant al projecte, molts dels quals han estat empreses privades. Un altre exemple és La Friche Belle de Mai, un espai d'exploració artística instal·lat en una antiga indústria que, després de la seva conversió en equipament cultural, s'ha convertit en un dels llocs de més gran difusió i producció artística a Marsella. Entre d'altres, aquest espai compta amb el suport del Ministeri de Cultura i Comunicació, el Ministeri d'Ocupació, autoritats locals i regionals, empreses privades i associacions d'empresaris.

- **Enquestes de participació i consum cultural.** Busquen conèixer les preferències dels usuaris, tenir dades per definir polítiques més ancorades en la realitat cultural. Persegueixen conèixer els hàbits, les pràctiques, els gustos i les percepcions i els comportaments dels usuaris. Hi ha molts tipus d'enquestes. Una de molt interessant és l'Enquesta Nacional de Participació i Consum Cultural de Xile, que va ser un important input per a la definició de la política cultural d'aquest país per al període 2011-2016. També altres països desenvolupen aquest tipus d'enquestes amb aquesta mateixa filosofia: els Estats Units, Holanda, Israel, França, Mèxic i l'Uruguai en són alguns exemples. A l'Estat espanyol hi ha l'Enquesta d'Hàbits i Pràctiques Culturals, que s'ha fet en diferents períodes: 2002-2003, 2006-2007 i 2010-2011.

- **Consells de cultura.** Normalment, es tracta d'òrgans consultius (d'assessorament) i de participació sectorial que solen estar formats per persones vinculades a l'Administració pública a la qual s'assessora (alcalde, regidor de Cultura, tècnics de Cultura...), però que compten amb representants d'organitzacions i associacions (com empreses i sindicats) i d'experts en una proporció més reduïda. La mateixa ciutat de Terrassa té un Consell Municipal de la Cultura i les Arts, però n'hi ha nombrosos exemples, com el Consell Valencià de Cultura, el Consell Nacional de la Cultura i de les Arts de Catalunya (en aquest segon, els integrants són professionals de la cultura en representació de la societat civil i són proposats pel Departament de la Presidència de la Generalitat de Catalunya), el Consell de la Cultura de Barcelona (un espai de diàleg entre el Govern de la ciutat, els diferents sectors de la cultura i persones de reconeguda vàlua en l'àmbit de la cultura i les arts) o el Consell de Cultura de la Comunitat de Madrid, amb molta més presència d'associacions culturals.
- **Comissions culturals.** Es poden definir com a entitats ciutadanes de caràcter democràtic. Són també espais de trobada, però que no tenen tanta vocació assessora sinó d'execució i implementació. Les comissions són molt freqüents en l'àmbit municipal i, al nostre país, en tenim molts exemples. Terrassa, sense anar més lluny, entre d'altres, té una Comissió de Festes i una Comissió de Cavalcada de Reis. Una comissió de festes molt activa és la de Moros i Cristians a Ibi, una organització de naturalesa associativa i sense ànim de lucre que és responsable de l'organització de la tradicional festa de Moros i Cristians i que està integrada per les diferents comparses (Almogàvers, Chumberos, Guerrers, Mudèjars...). Una altra comissió amb molta tradició és la Comissió Assessora sobre el Seguici Popular a Tarragona, que funciona amb molt d'èxit des de l'any 1991. Aquesta comissió està integrada per diferents assessors externs a l'Ajuntament (proposats per la Conselleria de Cultura), pels representants de les diferents associacions i col·lectius integrants del seguici, per representants dels diferents grups polítics i per tècnics de l'Ajuntament. Un altre exemple de comissió força popular és la Comissió de la Cavalcada de Reis d'Igualada, una fundació privada en la qual participen particularment voluntaris, altres entitats, indústries i comerços, i que compta amb el suport de l'Ajuntament.
- **Coordinadores de cultura.** Es tracta d'agrupacions d'associacions i organitzacions culturals que, normalment, coordinen (d'aquí ve el terme) activitats molt locals als diferents barris d'una ciutat. Terrassa, per exemple, té la Coordinadora de Grups de Cultura Popular i Tradicional Catalana. És una organització totalment apartada de l'Administració local que tracta d'unificar esforços pel que fa a la promoció d'allò que és comú a aquestes associacions. En la mateixa línia es troba la Coordina-

dora Cultural de Nou Barris o la Coordinadora de Colles de Geganters i Grups de Grallers de les Comarques Meridionals de Catalunya.

- **Associacions d'amics.** Les associacions d'amics solen trobar-se al voltant d'activitats culturals permanents, com ara els museus, i persegueixen objectius de difusió i finançament. Les associacions d'amics dels museus, molt populars, agrupen persones de perfil heterogeni al voltant d'un museu per reforçar la seva gestió i facilitar l'execució dels seus objectius a curt i llarg termini. Les formes de col·laboració s'ajusten a les característiques de cada museu i a les possibilitats de cada associació d'amics. A l'Estat espanyol en tenim molts exemples: la Fundació d'Amics del MNAC, Amics dels Museus Dalí, la Real Asociación Amigos del Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía, la Fundación Amigos del Museo del Prado o l'Asociación de Amigos del Museo Sefardí (a Toledo).

D'altra banda, hi ha mecanismes de coordinació entre administracions públiques que també poden ser considerats una eina de governança. És el cas de la Subdirecció General de Cooperació Cultural amb les Comunitats Autònomes, la qual depèn de la Direcció General de Política i Indústries Culturals i del Llibre, que, al seu torn, depèn de la Secretaria d'Estat de Cultura.

Reflexions finals

Malgrat l'existència de mecanismes de coordinació, la governança en l'àmbit cultural no és fàcil. Tres són els grans reptes que presenta. En primer lloc, l'incert finançament públic, minvat per la crisi econòmica i financera dels últims anys, ha fet desaparèixer alguns actors i mecanismes que depenien exclusivament de les subvencions i fons que aportaven les administracions públiques. En segon lloc, existeix una baixa coordinació interadministrativa, la qual cosa ens porta a afirmar que, quan parlem de participació, sembla que només ens referim a participació al mateix nivell. Finalment, també hi ha una baixa participació de la ciutadania en l'àmbit individual, la qual cosa ens obliga a posar sobre la taula la idea qüestionable que el ciutadà o ciutadana com a individu participa quan consumeix.

Per encarar aquests reptes de governança, cal fer èmfasi en diferents aspectes. Nosaltres volem destacar els següents:

- **El govern de la xarxa.** La xarxa d'actors s'ha de gestionar. La política cultura en sortirà beneficiada quan els actors actuïn coordinadament, malgrat que les seves

perspectives i interessos puguin, a vegades, ser antagònics. Governar la xarxa suposa, doncs, definir amb claredat els rols dels diferents participants, identificar els beneficis i costos de la participació, planificar, i avaluar i determinar d'on surten els fons econòmics. També, per governar la xarxa, cal lideratge, un lideratge que, des de la nostra perspectiva, ha d'exercir l'Administració.

- **Governança a través de tecnologia.** Avui dia, no hi ha cap dubte que les tecnologies de la informació i comunicacions (TIC, en endavant) poden exercir un important rol en la governança de la cultura amb relació a l'intercanvi d'informació, per una banda, i a la interacció, per l'altra. Pàgines web, correu electrònic, fòrums virtuals d'opinió, blogs, Twitter... són només algunes de les eines tecnològiques que poden facilitar la governança de la política cultural. Donada la manca de recursos econòmics, que ha caracteritzat el camp de la cultura en els últims anys, molt interessant resulta el micromecenatge, que permet finançar projectes culturals gràcies a nombroses persones que hi donen suport. El micromecenatge és, en aquest sentit, una forma de finançament per mitjà d'una convocatòria oberta que es fa a través de la Web 2.0.
- **Participació ciutadana en els living labs.** Un *living lab* és un espai centrat en la persona usuària que es basa en el concepte d'innovació oberta i en el fet que tothom pot innovar, de manera que promou la participació activa. La governança de la cultura ha de tenir en compte aquest tipus d'espais per fomentar projectes de tipus cultural promoguts per la mateixa ciutadania. El Citilab de Cornellà, per exemple, té un Musiclab, l'objectiu del qual és desenvolupar eines creatives i de nous formats i continguts culturals per generar xarxes de participació on sigui possible compartir coneixement amb el fi últim de promoure la inclusió social i cultural. En aquest sentit, el Musiclab és un lloc virtual de participació, innovació i interacció per permetre la relació entre centres, fer pedagogia musical en xarxa, apropar eines multimèdies participants i conèixer diferents aspectes de l'obra artística.
- **Relacions amb agents inusuals.** La governança de la cultura també pot beneficiar-se de la infraestructura de la societat i de la ciutat per obrir més espais de participació i interacció. Les associacions de veïns i els centres cívics en són només dos exemples. Però també interadministrativament, com que la cultura està tan relacionada amb altres àmbits, com ara la immigració, el turisme o l'ocupació, es pot apostar per una planificació conjunta a través de grups de treball interdepartamentals o de comissions mixtes. Finalment, també a escala internacional, la pertinença a xarxes internacionals pot ser considerada un altre mecanisme de governança a explotar.

- **Intercanvi de bones pràctiques.** No cal reinventar la roda contínuament. Aprendre dels altres i adaptar, si cal, també és bo. Ja hi ha alguns exemples d'observatoris de cultura que permeten fer benchmarking i benchlearning de pràctiques culturals. A més, les xarxes internacionals són, també, un bon espai d'intercanvi de bones pràctiques.

En definitiva, per reforçar la governança de la cultura cal: 1) fer servir més intensivament les TIC, la eina per excel·lència del segle XXI; 2) trobar nous espais i mecanismes d'interacció; i 3) governar i gestionar la xarxa d'actors.

Mila Gascó és professora de l'Institut de Governança i Gestió Pública d'ESADE

Governança

95

La governança cultural a les ciutats mitjanes: de la cooperació publicoprivada a l'articulació entre ciutat i cultura

Joaquim Rius Uldemolins

La governança sorgeix com una forma d'encarar problemes i reptes complexos, en el marc de la reforma de les administracions públiques. Per tal de comprendre les causes del sorgiment i el seu abast en el món de la política cultural local, en primer lloc caldrà que definim en què consisteix, quines novetats ha suposat respecte dels models de gestió pública i com s'articula amb els models centreeuropeu i anglosaxó de política cultural. En segon lloc, analitzarem l'impacte del gir emprenedor de la política cultural local en la governança de la cultura i la seva creixent conformació com a sistema interdependent de relacions entre agents culturals, polítics i socials. Aquest constitueix un nou paradigma en política cultural que s'està imposant com la nova forma de concebre, implementar i avaluar les actuacions culturals de les administracions públiques, especialment en l'àmbit local. Finalment, examinarem l'impacte conjuntural i estructural de la gran recessió, la necessitat de repensar la política cultural local no com a retirada de l'Estat i un "tornar enrere", sinó com una oportunitat per crear nous escenaris de governança cultural, que poden ser aplicats en el cas de ciutats mitjanes com Terrassa.



Governança com a reconeixement dels límits i descoberta de les potencialitats de l'acció pública en l'àmbit cultural

Un dels termes centrals en la gestió pública en general i en la gestió cultural en particular és la recerca d'una bona governança. Aquest terme, que alguns experts han definit simplement com a “bon govern”, designa diversos fenòmens que caldria anar desglossant. En primer lloc, des d'un cert punt de vista, la governança sorgeix de la creixent consciència dels límits dels governs per resoldre tots els problemes, especialment aquells que són complexos i presenten nombroses causes que no es poden abordar des del marc de l'Estat nació. En primer lloc, per tant, la governança, segons l'opinió de Michel Crozier, formaria part del procés de repensar l'Estat en un nou rol més modern i “modest”, que busca suport en el sector privat i el tercer sector per tal de millorar la seva capacitat d'incidir sobre la realitat social i ajudar a transformar-la, sense pretendre, però, regular-ne tots els aspectes o transformar-lo de manera autoritària o paternalista.

En segon lloc, la governança ha estat generalment concebuda com una forma de repensar les relacions entre el sector privat i el sector públic. Si generalment es concebia una clara separació d'aquests dos sectors i una relació basada en la desconfiança i la separació de rols, en l'escenari de la governança es busca la cooperació, en forma de partenariats (una gestió conjunta) o bé en forma d'una complementarietat en què el sector públic regula, planifica, tutela i avalua, i un sector privat que s'encarrega de la gestió i l'execució dels serveis públics. En tercer lloc, en els escenaris de governança es produeix una ampliació dels agents que participen en la formulació, la implementació i l'avaluació de les polítiques públiques, allò que en terminologia anglosaxona s'anomena stakeholders (les parts interessades). És a dir, la governança ha d'articular mecanismes estables de participació en totes les fases del procés de les polítiques públiques dels agents del sector públic, del sector privat i del tercer sector. En quart lloc, aquest escenari és impensable sense partir del que s'anomena “govern multinivell”, és a dir, una coordinació de totes les administracions públiques (centrals, autonòmiques i locals, en el cas català), de manera que se superen les rígides separacions competencials, les batalles entre fraccions de poder i orientades vers un objectiu comú.

Aquest escenari de la governança s'ha considerat també aplicable a la cultura, un sector de les polítiques públiques que intervé de manera relativament recent i en la qual la participació de gran diversitat d'administracions públiques i d'agents del sector privat fa recomanable l'adopció d'aquesta perspectiva de gestió pública. No obstant això, la seva implementació, com afirma Clive Gray, presenta alhora diversos reptes, com la reforma

de l'Administració pública, el model de política cultural o la visió de la cultural com un recurs a instrumentalitzar.

La governança cultural i reforma de l'Administració pública

Alhora, el terme *governança* no el podem desconnectar del debat acadèmic i dels processos de crítica, modernització i reforma de les administracions públiques. Així, des dels anys setanta es posa en evidència la crisi i obsolescència del model burocràtic de l'Administració pública i es fa evident la necessitat de la reforma de l'Administració pública tradicional. El conjunt de polítiques i programes de reforma s'ha anomenat “nova gestió pública”, que engloba diferents instruments per aconseguir aquesta modernització: l'externalització dels serveis, els programes de qualitat, l'avaluació per resultats, l'agencialització, la direcció per objectius, i els contractes programa, concebuts com a forma de regular la relació entre les administracions públiques i les agències i institucions públiques. Aquests programes han intentat canviar una Administració pública unificada i burocratitzada considerada ineficient, centrada en el compliment dels processos i insensible als resultats de les seves actuacions, per una gestió pública políticament orientada, però executada per agències regides pel dret privat, més eficients, àgils i avaluades segons el compliment dels resultats en els terminis establerts.

Des de la seva “invenció” (en paraules de Philippe Urfalino) a l'Europa de la postguerra, la política cultural s'ha desenvolupat de formes relativament diferenciades segons cada país. Alguns autors han assenyalat que podem parlar del model centreeuropeu, que en la seva forma més desenvolupada el trobaríem a França, i el model anglosaxó o liberal, el màxim representant del qual és la Gran Bretanya. Ambdós casos representen fórmules contrastades d'enfocar la gestió de la cultura. En el cas del model centreeuropeu, el lideratge és públic i la gestió, directa; les agències i institucions culturals són públiques, governades pels representants de les administracions públiques, i depenen majoritàriament dels pressupostos de l'Estat mitjançant una partida fixa, el control dels quals es realitza de forma burocràtica. Per contra, en el model anglosaxó, el lideratge de la política cultural el té tradicionalment el tercer sector, la forma de gestió és majoritàriament a partir d'agències sense ànim de lucre (els consells de les arts i agències autònomes), i les institucions culturals formen part del tercer sector, que són governades per patrons independents, i el seu finançament es negocia i fixa a partir de contractes programa, que n'avaluen els resultats obtinguts.

Model Centreeuropeu i model Anglosaxó de política cultural a Europa

	Model Centreeuropeu	Model Anglosaxó
Lideratge de la política cultural	Sector públic	Tercer sector
Forma de gestió	Gestió directa o organisme autònom	Organització sense ànim de lucre
Institucions culturals	Sector públic	Tercer sector
Governança de les agències i institucions culturals	Representants de les administracions públiques	Patrons independents
Finançament públic de les agències i institucions culturals	Partida pressupostària	Contracte programa
Forma de tutela pública	Control directe	Avaluació per resultats

Habitualment, en el cas d'Espanya, l'Administració central s'ha situat en el model centreeuropeu, certament amb un desenvolupament més limitat que altres països, i Catalunya representaria un cas que podríem anomenar "híbrid", és a dir, una combinació d'elements dels dos models. No obstant això, en els plantejaments estratègics de la política cultural a Catalunya, s'ha tendit sempre a concebre la millora de la governança cultural com un procés que implicava allunyar-se del model centreeuropeu, considerat ineficient i rígid, i apropar-se al model anglosaxó. Certament, en el cas català s'han iniciat alguns passos en aquest direcció, no sempre del tot reeixits. La creació del Consell Nacional de la Cultura i les Arts (CoNCA) i la seva posterior redefinició, amb atribucions a la baixa, mostra la dificultat d'adoptar esquemes de governança importats d'altres contextos administratius, polítics i culturals i la tendència que l'adopció d'aquests mecanismes sense una base institucional i social adequada no serveixin. Aquesta s'ha de basar en la independència econòmica i jurídica del sector cultural i de les institucions culturals respecte del sector públic. L'adopció d'aquests mecanismes sense modificacions prèvies que fomentin aquesta independència produeix que la governança es limiti a un exercici més ritual que

real. No obstant això, podem destacar el desenvolupament d'experiències de governança positives a través de la creació de consells locals, com és el cas de la ciutat de Barcelona, que a partir del 2008 ha assumit funcions executives (en correspondència amb el model anglosaxó) amb la capacitat d'avaluació de les sol·licituds de subvenció. Aquest consell va mostrar també la seva independència en oposar-se de forma raonada a la fusió de la gestió de dos equipaments nacionals, el CCCB (Centre de Cultura Contemporània de Barcelona) i el MACBA (Museu d'Art Contemporani de Barcelona), ja que va creure que limitava alhora la llibertat de programació cultural dels centres.

La governança de la cultura i els perills de la instrumentalització de la cultura

Des dels anys vuitanta del segle passat, assistim al que David Harvey defineix com a gir emprenedor de les polítiques locals, en el qual els governs locals han desenvolupat grans projectes d'infraestructures i d'esdeveniments culturals per tal de potenciar el desenvolupament econòmic de les ciutats i superar la crisi del model fordista basat en la indústria. Aquests projectes han aconseguit transformar barris centrals marginals en vibrants barris artístics, i antics barris industrials en decadència, en dinàmics clústers d'indústries culturals i creatives. Tot i així, aquest paradigma de política cultural, legitimat pels discursos sobre la "ciutat creativa", ha estat fortament desequilibrat en els seus efectes, gairebé sempre més orientats cap a la promoció externa de la ciutat (l'anomenat branding urbà) i a la generació de visibilitat i ingressos per a les elits polítiques i empresarials locals que pensats per a la satisfacció de necessitats ciutadanes prèviament detectades o per a la millora de la dinàmica creativa endògena i local.

Aquesta conceptualització de la cultura com un recurs a instrumentalitzar pel desenvolupament econòmic local comporta, per tant, un nou perill per a la governança cultural en concebre-la com un nou domini de les elits sobre la cultura, encara que vingui legitimada per una retòrica de la sostenibilitat i la participació, com va ser el cas del Fòrum 2004. En primer lloc, aquesta orientació de la "ciutat creativa" ha acabat creant "elefants blancs culturals", és a dir, infraestructures sobredimensionades, grans esdeveniments efímers o festivals globals que tenen un gran cost d'inversió, creació i manteniment i que no aporten valor públic en els termes proposats per Mark Moore. En primer lloc, perquè produeixen edificis, esdeveniments i espais urbans que ràpidament perden la utilitat per a la qual van ser creats (ja sigui perquè s'acaba el gran esdeveniment per al qual van

ser dissenyats, o bé perquè els usos reals són diferents dels usos previstos). Aquestes actuacions acaben creant el que Marc Augé anomena “ruïnes modernes”, espais infrautilitzats i en procés de degradació, o bé el que caracteritza Gil-Manuel Hernández com glollocs, o llocs globals, escenaris globals desconnectats del seu context local, només útils per als turistes internacionals i per l’oci mercantilitzat. En segon lloc, els “elefants blancs” són producte d’una estratègia que pretén fascinar el públic (en aquest cas, la ciutadania local i global), i generen una eufòria que distreu del procés de transformació urbana que l’acompanya i que justifica, així, els seus efectes negatius per als sectors més exclosos (segregació i ennobliment) en un discurs que barreja la legitimitat de la cultura i els suposats beneficis en el futur d’aquestes actuacions. En aquest tipus d’actuacions, el càlcul del cost amb relació als beneficis ciutadans o als usos socials és abandonat en funció d’uns suposats impactes indirectes i un benefici en l’intangible de la marca de ciutat o en l’economia local. No obstant això, si bé a curt termini l’“elefant blanc” aconsegueix generar fascinació en la població local i un impacte en els mitjans de comunicació globals, el fet que es converteixi en una infraestructura cara de mantenir, impossible de rendibilitzar, pot generar a mitjà i llarg termini una imatge de malbaratament i decadència. Alhora, els elefants blancs comporten un gran problema de sostenibilitat i amortització, ja que resten recursos presents i futurs al sistema cultural local, alhora que moltes vegades són difícilment reutilitzables amb unes funcions diferents d’aquelles per a les quals van ser concebuts.

Per acabar, fàcilment deduirem que la proliferació d’elefants blancs demostra els límits de la governança si no serveix per aturar o limitar aquest tipus d’actuacions i, en el cas de desenvolupar-se, suposen un límit al poder real dels agents d’influir en el sistema cultural, ja que gran part dels mitjans aniran a parar a la inversió, primer, i al manteniment, després, d’aquest tipus d’actuacions; en són exemples clars la Ciutat de les Arts i les Ciències de València o la Ciutat de la Cultura de Santiago, que han suposat i suposaran encara durant molts anys una pesada hipoteca sobre la governança de la política cultural de la ciutat. Alhora, també en podem trobar exemples més propers, en el cas de Catalunya, en el Fòrum de les Cultures 2004. Pel que fa als grans esdeveniments, la governança cultural de les ciutats també en resulta perjudicada; en efecte, en aquest cas, en actuar a partir d’un calendari limitat i orientat a un objectiu molt concret, es redueixen els temps i la capacitat dels no tècnics a intervenir en el procés, el qual acaba gestionat de manera elitista i opaca, i això genera un enfrontament amb els sectors culturals que, teòricament, es proposava dinamitzar en un inici. En les actuacions dirigides a la creació de districtes d’empreses creatives, potser encara és més negatiu per a la governança cultural, ja que

sovint són actuacions desenvolupades al marge de la política cultural, implementades de manera opaca per les agències de desenvolupament empresarial local i amb un cost per a tota la ciutadania (moltes vegades poc transparent en desenvolupar-se per mitjà de fundacions privades), un retorn social discutible i uns efectes legitimadors de l'urbanisme espectacular i segregador (Marc Martí-Costa i Marc Pradel).

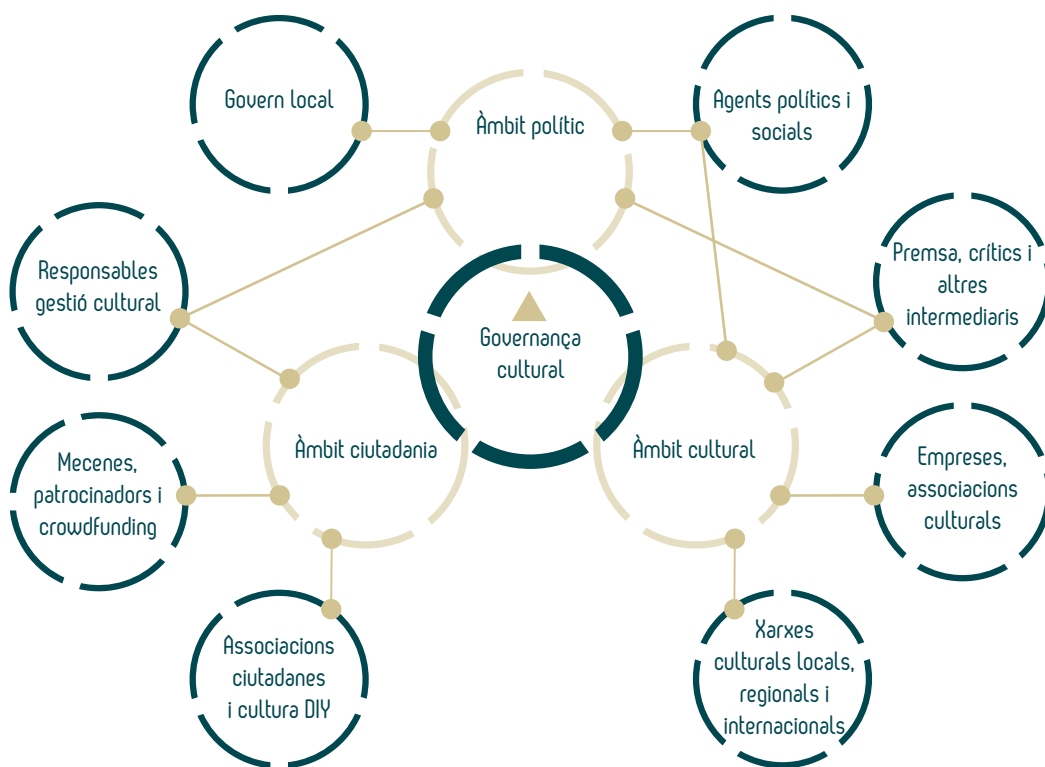
Canviar el paradigma de la política cultural per governar el sistema cultural

Per entendre la veritable potencialitat de la governança cultural, cal canviar alhora el paradigma des del qual analitzem i conceptualitzem la cultura. Cal abandonar les visions restrictives de la cultura, que es fixen només en l'alta cultura, o bé les visions econòmiques que observen els sectors culturals com un sector econòmic a instrumentalitzar. Per contra, cal considerar la cultura com un fràgil ecosistema en què es produeix una cooperació entre agents per aconseguir crear les condicions per tal que es puguin desenvolupar els processos de creació, intermediació i recepció cultural.

Per tant, l'espai social i institucional de la política cultural s'ha de concebre com un espai de relacions entre diversos sectors (administracions públiques, sector cultural privat [lucratiu i tercer sector] i ciutadania) i de les diverses relacions d'intercanvi d'informació, influència, dependència i finançament. En l'encreuament d'aquests tres àmbits s'ha de situar la gestió cultural, concebuda com a governança del sistema cultural local, entenent que la generació de valor per part de la política cultural s'ha d'incardinar en aquest esquema relacional. Un valor que ha de combinar el valor públic (el valor que crea la política per a la ciutadania), el valor cultural (el valor intrínsec de la cultura creada professionalment, de forma *amateur* o a casa, l'anomenada DIY, *Do It Yourself*) i el valor de crear un bé comú o espai social en el qual tothom pugui gaudir d'un oci i un aprenentatge compartits.

Àmbits de la cultura, agents culturals i governança cultural local

Font: elaboració pròpia.



En aquest esquema, el Govern local no ocupa el lloc central i tampoc no exerceix un rol dominant, sinó que es constitueix com un agent més. Certament, l'Administració pública disposa d'uns recursos (financers i infraestructurals), una acumulació de coneixements, una capacitat reguladora i una legitimitat democràtica representativa que li permet exercir un rol de *primus inter pares*. No obstant això, la seva actuació no s'ha d'orientar a controlar o ocupar la posició central en la governança cultural i generar situacions de dependència a partir de les subvencions, sinó que ha de crear les condicions i vetllar per tal que aquesta governança funcioni i ajudi a crear valor cultural i públic.

Com podem veure a la taula 2, aquesta nova orientació suposa un canvi de paradigma en la forma de concebre, implementar i avaluar la política cultural. Entre altres canvis, podem veure que aquest nou paradigma basat en la governança cultural en el marc local s'orienta a la generació de valor cultural en un sentit ampli (no només restringit a l'alta cultura) i a la generació de valor públic per a una ciutadania plural, que no es pot concebre com a homogeneïta i passiva, sinó com a diversa i activa. Alhora, a aquest canvi d'orientació li correspon una veritable revolució en les formes d'implementació de la política cultural: de la política d'Estat, concebuda de manera autònoma respecte al sector cultural i a les seves dinàmiques i necessitats, es passa a una política cultural basada en un lideratge mancomunat, relacional i transversal, que es reconeix interdependent i estretament vinculada al sector cultural en totes les seves manifestacions. És a dir, promotor de la interacció i articulació de totes les formes culturals, des de les més institucionalitzades fins a les més informals, des d'aquelles activitats basades en les estructures de mercat fins a aquelles fundades en la lògica desinteressada de la reciprocitat. Alhora, aquest paradigma significa reconèixer la importància de la participació de tots els agents culturals en un sentit ampli com una forma d'elaborar de manera deliberativa, d'expressar conflictes i antagonismes i, alhora, de crear consensos i de generar noves formes de sociabilitat enfront de la irrupció de les dinàmiques socialment desintegradores del neoliberalisme i de certs ocis promoguts pels quasi monopolis de les multinacionals de la tecnologia.

Paradigmes de política cultural i el nou paradigma de la governança cultural

Paradigma	Democratització cultural	Democràcia cultural	Nou paradigma de governança cultural
Objectiu de política cultural	Creació de comunitat nacional i distància crítica	Integració i expressió de diferències	Producció cultural, generació de valor cultural i valor públic
Activitat a promoure	Difusió i creació	Participació i creativitat	Sector cultural (Indústries culturals, Tercer sector, DIY)
Referent territorial	Nació, àrea d'influència	Comunitat territorial o local	Indefinit: interrelació local i altres nivells territorials
Territori d'actuació	Nacional	Regió, Barris	Ciutat, zona metropolitana
Actitud envers el territori	Difusió, Descentralització	Descentralització, Deconcentració	Centralització, clúster
Tipus de cultura a promoure	Alta cultura (arts plàstiques, teatre, etc.)	Cultura antropològica	Cultura industrial, productes híbrids i multicultural
Actitud envers els sector cultural	Autonomia	Promoció, legitimació	Lideratge mancomunat
Marc de l'activitat cultural	Escenari	Carrer	Infraestructura, xarxa, festival
Interlocutors de la política cultural	Experts, creadors professionals	Moviments socials i associacions culturals	Agents culturals
Receptor final	Ciutadania (nacional)	Grups i comunitats	Ciutadans i consumidors (local i global)
Nivell administració líder	Estat central	Regional i local	Local i metropolità
Relació entre administracions	Jeràrquic	Autònom	Interdependència
Implementació política	Burocràtica	Associativa	Autònoma, relacional, transversal
Avaluació	Públics i creadors (eficàcia)	Efecte social	Sistèmic i global (eficiència)

No obstant això, aquest rol de dinamitzador s'ha de desenvolupar en el context de dues crisis, una de conjuntural i una altra de sistèmica, que condicionen i transformen la manera en la qual es pot desenvolupar la governança cultural.

Impossible retorn al passat: evitar el col·lapse, prioritzar i reorientar el model

Des de l'inici de la gran recessió del 2008, ha anat guanyant pes la idea que serà molt difícil retornar als escenaris econòmics anteriors a la crisi en els quals la despesa cultural va créixer fins a gairebé situar-se a nivells similars als dels nostres veïns europeus. Els governs locals són els nivells de govern que menys han reduït la despesa, però el Govern estatal ha efectuat reduccions de gairebé el 50% i, en el cas dels governs autonòmics, els descensos són variables, però a Catalunya s'acosten al 30%. En aquest context, s'han revelat amb tota cruesa les mancances d'un sistema de la política cultural molt basat en el paradigma centreeuropeu, però molt menys consolidat en els seus mecanismes d'articulació entre administracions en l'àmbit territorial. Un sistema travessat, a més, per la rivalitat entre fraccions de poder que utilitzen la cultura com a element de legitimació pròpia i deslegitimació de l'adversari, malgrat les ineficiències que això crea per a la prestació de serveis públics culturals. En tot cas, des de l'inici de la crisi, l'actuació de les administracions superiors, central i autonòmica ha estat la d'iniciar un gir neoliberal i, alhora, de concentrar-se en els equipaments i actuacions propis. Aquesta posició política s'ha reflectit en la decisió de dissoldre consorcis, denunciar convenis o deixar en paper mullat els contractes programa i altres actuacions que signifiquessin una articulació amb el món local i que reduïssin la tradicional arbitrarietat i sectarisme en l'atorgament de subvencions. Davant aquestes actuacions, podem dir clarament que, a escala territorial, la governança cultural multinivell clarament no ha aguantat l'envestida de la crisi.

Ahora, la pujada de l'IVA a la major part dels sectors culturals, la desaparició de les caixes d'estalvi i les seves obres socials, juntament amb la reducció de tots els consums culturals evidenciada a partir del 2012, han configurat una "tempesta perfecta" i han deixat el sector cultural privat i el tercer sector cultural prop del col·lapse. Davant l'abisme, no han estat poques les veus del sector cultural que han vist en el mecenatge privat una taula de salvació que resoldria els problemes de sostenibilitat del sector cultural. No obstant això, una anàlisi comparada en l'àmbit europeu destaca que, si bé el mecenatge pot suposar un augment de recursos a mitjà termini, en països amb poca tradició de mecenatge (centreeuropeus i nòrdics) en realitat el mecenatge no supera uns percentatges realment

molt limitats de tots els recursos del sector cultural. Alhora, cal destacar que el mecenatge és procíclic: augmenta en temps de bonança i en temps de crisi disminueix en més proporció i més ràpidament que els recursos públics o de consum cultural, i així creixen la depressió i la crisi del sistema cultural. Una vegada més, cal constatar que no és possible importar, almenys no a curt termini i en temps de crisi, un model de governança cultural d'un país a un altre. No sembla tampoc que altres mecanismes com el micromecenatge, el finançament de les masses a través d'Internet, malgrat totes les esperances que suscita, puguin resoldre a curt termini la sostenibilitat del sistema cultural. La xifra actual dedicada al micromecenatge es limita a unes desenes de milions d'euros i les visions que la proposen com la solució alternativa a la crisi de l'Estat del benestar i de les indústries culturals pequen en gran mesura del que Evgeny Morozov qualifica de ciberutopisme, és a dir, la confiança cega en els mecanismes tecnològics com a forma de resoldre problemes socials i la subestimació sistemàtica dels efectes perversos que la tecnologia pot tenir en aspectes com la dissolució dels lligams socials, tal com afirma César Rendueles.

Tampoc no sembla lògic una apel·lació voluntarista a la societat civil i un retorn a l'etapa anterior a l'aparició de la política cultural, atès que actualment, per sort, el sector cultural és molt més dens, complex, interrelacionat i socialment central que quaranta anys enrere. Així doncs, per tal d'evitar un col·lapse de l'activitat cultural, l'escenari de governança es presenta com el marc en el qual el sector cultural pot analitzar amb realisme la situació. I pot plantejar-se preguntes bàsiques (qui fa què, amb quins recursos, amb quins resultats), i es pot proposar una prioritització dels recursos cap als projectes i els agents que desenvolupin una tasca amb un valor públic, un valor cultural i procomú més grans. Tot i així, aquesta perspectiva de governança exigeix, evidentment, esforços i sacrificis per part de tots els agents. Començant pels governs locals, aquest nou paradigma exigeix que s'abandoni definitivament i per sempre el paradigma de la ciutat creativa basat en l'oportunitat i la construcció d'infraestructures no sostenibles i, alhora, que els projectes de desenvolupament estratègic que impliquin la cultura es desenvolupin de manera transparent i siguin avaluats de manera independent, que justifiquin l'adopció d'aquestes prioritzacions. En segon lloc, és necessari que la prioritització trenqui els statu quo adquirits i les inèrcies en les subvencions, i que aquestes es basin en els resultats de les actuacions i no en la sola legitimitat d'algunes institucions o associacions relacionades amb l'alta cultura. Finalment, cal que les infraestructures i les institucions culturals creades per les administracions públi-

ques o el tercer sector i que reben fons per la inversió o les despeses corrents, acaparant un percentatge significatiu del pressupost, obrin la seva gestió a la participació de la resta d'agents culturals i es converteixen en nodes de l'activitat cultural i no en espais estancs controlats per un sector cultural determinat. Per acabar, no és realista tampoc concebre escenaris on hi hagi una retirada de l'Estat absoluta o molt elevada que invalidi la política cultural com a política social, redistributiva i integradora, o de desenvolupament sostenible. Les fórmules importades que atorguen al sector privat un rol central o dominant en el finançament cultural (1/3 finançament públic, 1/3 mecenatge, 1/3 taquilla) només són creïbles i factibles en les grans ciutats globals, no en ciutats mitjanes amb menys visibilitat mediàtica i afluència de turistes.

Conclusions: governar la incertesa en el sector cultural i enfortir el lligam de la ciutat amb la cultura

En ciutats mitjanes com Terrassa s'han fet passos molt importants cap a la governança cultural, com la creació del Consell Municipal de la Cultura i les Arts o bé amb el desenvolupament del Llibre Blanc de la Cultura, que ha representat una llarga acumulació d'experiències i de capital social en aquesta direcció. Malgrat això, podem dir que aquests només són els primers passos cap a una governança real que inclogui els elements que hem esmentat al principi (cooperació publicoprivada, tercer sector, partenariat i externalització de la gestió, govern multinivell, participació dels *stakeholders* i gestió eficient i orientada als resultats).

Els consells locals de cultura tenen com a missió, en primer lloc, crear un marc de participació dels sectors i agents culturals i convertir-se en l'òrgan d'assessorament de la política cultural. No obstant això, com hem esmentat, aquests mecanismes de participació poden esdevenir purs exercicis rituals d'escenificació de la participació si no se'ls dota d'independència des del punt de vista normatiu, d'una dinàmica independent i d'una capacitat real d'incidir en tots els àmbits culturals, inclosos aquells que representen apostes estratègiques en l'àmbit de la ciutat, com grans inversions en infraestructures culturals, la fundació de districtes creatius o el foment d'esdeveniments culturals. Alhora, els consells, perquè es converteixin en el node de la governança cultural, cal que desenvolupin les següents funcions:

- Que guanyin intensitat en la participació com a instància deliberativa, i puguin així plantejar nous elements de la política cultural i només considerar els temes plantejats pel Govern local.

- Que participin de manera significativa en els necessaris processos de creació d'agències independents de gestió dels equipaments culturals o de l'externalització de la gestió cultural.
- Que participin en l'avaluació anual de la política cultural, a partir dels informes dels organismes locals d'avaluació i anàlisi social, econòmica i cultural.
- Que entre les seves funcions també incloguin funcions d'avaluació de les sol·licituds de subvencions i d'avaluació dels resultats de les institucions i serveis culturals.
- Que el seu informe sigui preceptiu abans de prendre decisions sobre inversió cultural que puguin afectar la sostenibilitat del sistema cultural local i evitar, així, els "elefants blancs"

De manera global, aquests instruments de governança han de ser orientats a potenciar el valor cultural general de la ciutat (abandonant l'excessiva orientació instrumentalitzadora en termes econòmics a curt termini), prioritzant aquelles iniciatives que més bé responguin a aquest objectiu i establint també criteris d'eficiència i sostenibilitat. Un objectiu que ha de superar les visions sectorials i corporativistes dels sectors culturals o la tendència endogàmica d'alguns agents culturals, ja que el nou escenari de governança cultural és exigent amb l'Estat, però també ho és amb les entitats privades o del tercer sector.

Actualment, en ciutats com Terrassa, amb una llarga tradició cultural i un dens entramat associatiu, una entitat o un partenariat d'aquests pot arribar a generar més i millor activitat cultural en el seu sector que el Govern local, i hauria de poder, per tant, presentar-se com a candidata a desenvolupar aquesta àrea cultural local. En aquest sentit, Lluís Bonet i Jaume Colomer plantegen que el Govern local ha d'estar obert a externalitzar en aquestes entitats privades la gestió cultural en un o diversos àmbits, i a finançar-les de manera adequada, a mitjà termini i sense establir programacions paral·leles que creïn duplictat. Tot i així, com a contrapartida, cal que aquestes entitats orientin la seva activitat a ampliar els públics en quantitat i diversitat social, que desenvolupin la seva activitat en una cultura de transparència i d'innovació de gestió i cultural, i que acceptin ser auditades pels seus resultats i segons els indicadors prèviament pactats en un contracte programa participatiu i transparent. En aquest escenari, els agents privats i del tercer sector poden desenvolupar un rol fonamental a l'hora d'enfortir el lligam de la ciutadania amb la cultura, mentre que les administracions públiques podrien dedicar-se, més enllà de tramitar ajudes, a enfortir la seva capacitat de liderar, supervisar i avaluar els agents culturals, i de donar-hi suport.

Finalment, la governança no pot voler significar la retirada de l'Estat, ni de la política cultural com a eina de transformació social. L'actual escenari postesclat de la bombolla

evidencia una societat cada cop més desigual i atomitzada, en la qual les noves tecnologies faciliten la comunicació a grans distàncies, però aïllen els veïns. Alhora, les noves formes d'intermediació cultural auguren un més gran domini de les empreses tecnològiques en detriment de les indústries culturals locals. Aquestes empreses de capital multinacional (Apple, Amazon, Facebook, Google, etc.) s'estan revelant, com afirma Robert Levine, com a monopolis de la intermediació cultural, destruint el teixit professional i empresarial precedent, i creant les condicions òptimes per al desenvolupament de comportaments oportunistes (i, per tant, el fomenten), com l'accés sense pagar a continguts culturals. Alhora, promouen un paradigma cultural hedonista i superficial, i un abandonament de les pràctiques i consums culturals que no els resulten rendibles, com les arts i les pràctiques culturals comunitàries. En aquest context, els governs locals i el sector cultural han de ser molt creatius i actius per aprofitar totes les possibilitats que ofereixen aquestes noves tecnologies. No obstant això, també han de ser capaços de presentar alternatives al domini de les multinacionals tecnològiques i la desarticulació social, tot establint un escenari de governança per evitar-ne, en la mesura que sigui possible en el marc local, els efectes empobridors en l'àmbit cultural. Alhora, l'obertura cap a noves pràctiques Do It Yourself, que combinen transversalment arts, tecnologia i sociabilitat, ha de ser entesa no ja com una oportunitat optativa, sinó com una prioritat per desenvolupar una governança cultural que arribi a més capes de població, especialment aquelles més joves, i l'establiment de sinergies amb altres polítiques públiques com les educatives, urbanes o de recerca.

Joaquim Rius és professor de sociologia a la Universitat de València.

Governança: participar, compartir, decidir

La governança d'un sistema cultural com el de Terrassa es defineix a partir de la implicació que té cadascun dels agents que el configuren en la presa de decisions que afecten el mateix sistema. Cal aclarir que, quan, en termes de governança, es parla de participació, es fa en el sentit de capacitat de decisió o influència en l'organització i presa de decisions en tot allò que afecta la cultura a la ciutat, i no s'hauria de confondre amb la pràctica cultural o la participació en activitats culturals.

En el cas de la ciutat de Terrassa, el sistema cultural local es constitueix amb un fort pes del sector públic, fonamentalment de l'Ajuntament. La institució de govern local

és el primer i principal actor cultural a la ciutat, el que hi aporta més recursos i el que té l'obligació de retre comptes a la ciutadania de la seva actuació. Però a la ciutat hi ha altres actors que adopten un paper protagonista: els sectors privat i associatiu tenen un pes i un paper determinant en la configuració de la dinàmica cultural local i, en conseqüència, la governança del sistema cultural local n'ha de reflectir el pes.

Les aportacions fetes en aquest eix temàtic orbiten al voltant de dos nuclis: assolir un més gran apoderament de la ciutadania i intensificar el grau d'implicació de tots els actors i actius culturals en la governança cultural de la ciutat. Això ha de passar per un **més gran protagonisme del Consell de Cultura**, i per la constitució d'un **nou ens que faciliti la gestió d'aquest nou escenari**, adoptant la forma jurídica i organitzativa que sigui més adient per exercir aquesta funció.

OBJECTIUS

Tenir un coneixement sistemàtic de les dinàmiques i els recursos del sector cultural a la ciutat

Per millorar la governança del sistema cultural local, cal tenir a l'abast dispositius i eines que facilitin el coneixement dels seus recursos, el monitoratge de la seva evolució i l'avaluació de les seves accions i resultats. Per això cal posar al dia la informació existent amb l'elaboració d'un mapa de síntesi de recursos, processos i accions per establir "qui fa què?". Qui fa què respecte als equipaments, projectes i programes de gestió dependents de les administracions públiques (Ajuntament, Diputació, Generalitat) i també qui fa què respecte als equipaments, projectes i programes de gestió dependents d'entitats privades i, molt especialment, dels programes finançats amb fons públics amb gestió concertada.

Per realitzar aquesta tasca, Terrassa no parteix de zero, ja que disposa d'un Observatori de Ciutat, el qual, si bé parteix d'una missió i una especialització més decantades cap a l'àmbit socioeconòmic, ja monitora algunes mesures i indicadors del sistema cultural local. Cal aprofundir en aquesta direcció amb l'establiment d'un marc d'observació específic.

Accions

- Elaborar un mapa de recursos, processos i accions ("qui fa què") que compregui tots els agents públics i privats.
- Consolidar una línia d'observació específica dins l'Observatori de Ciutat.

Augmentar el protagonisme de la societat civil en la dinamització i la gestió dels recursos culturals públics, incorporant fórmules innovadores en la concepció i la gestió dels recursos

Cal augmentar aquest protagonisme promovent l'extensió de gestió concertada de recursos i projectes culturals, bé sigui amb fórmules similars a les vigents o cercant-ne de noves. La gestió concertada de recursos i projectes culturals a Terrassa presenta un balanç molt positiu, però fins ara s'ha limitat a determinats sectors (música, cultura popular i tradicional). Hi ha voluntat per part de l'Ajuntament d'**ampliar la cartera de recursos susceptibles de concertació** i fer-ho amb entitats sense afany de lucre, per la qual cosa caldrà promoure i facilitar aquest encaix. La concertació es pot concretar en la definició de nous projectes, la redefinició de projectes vigents o la gestió de recursos. En aquest sentit, s'apunta com a hipòtesi l'establiment de **possibles fórmules de gestió parcial de la xarxa d'equipaments descentralitzats**. Això encaixaria amb la demanda sorgida en les taules de cohesió social d'ampliar els horaris dels centres cívics i equipaments de barri per donar resposta a les necessitats de col·lectius i grups artístics amateurs.

Aquest pas en la innovació de processos pot anar de bracet amb la innovació de projectes amb la **creació de nous espais** de tipus *coworking* (cotreball) que combinin la innovació social i la creativitat amb la innovació en governança. Així, els possibles espais de nova concertació poden esdevenir alhora laboratoris experimentals d'innovació ciutadana, on l'Administració pública hauria d'exercir un paper bàsicament de facilitadora.

Accions

- Definir nous projectes en un marc de concertació.
- Redefinir els projectes vigents, cercant un protagonisme més gran per al sector associatiu.
- Intensificar el protagonisme del sector associatiu en la gestió de recursos; per exemple, gestió parcial dels centres cívics.
- Crear espais de nova generació a partir de la transformació o reformulació dels equipaments actuals, totalment o parcialment, en espais de coworking, lab, etc., que combinin innovació social i creativitat.

Defensar el finançament de la cultura local i la seva sostenibilitat a mitjà termini, cercant fórmules de col·laboració amb el sector privat (mecenatge, responsabilitat social corporativa), tot mantenint el principi de servei públic

Fins i tot amb la perspectiva d'un escenari postcrisi amb la hipòtesi més positiva, es fa difícil preveure la recuperació ràpida de dades de pressupost comparables a les assolides en els darrers anys del cicle expansiu. Davant la previsible minoració del pressupost públic de les administracions en general, i de la local en particular, cal defensar les aportacions a l'acció cultural en un sentit ampli, tot remarcant els impactes culturals, socials i econòmics i els retorns de les aportacions públiques.

Això només es podrà assolir fent un pas endavant en la **transparència en la gestió** de l'acció cultural pública. La defensa del pressupost públic de cultura ha d'anar de costat amb un exercici de transparència en la gestió, una política decidida d'**avaluació**, de fiscalització dels recursos públics aportats i **rendiment de comptes**. Això ha de comportar un esforç de màxim rigor i exigència en el cas, sovint controvertit, de les subvencions públiques a entitats i organitzacions privades: transparència en la concessió de subvencions, priorització segons criteris d'impactes socials i culturals esperats i rendiment de comptes.

En aquest marc previsible de limitacions pressupostàries públiques, la ciutat de Terrassa ha d'encarar un repte afegit derivat de la desaparició de l'obra social i cultural de l'antiga Caixa de Terrassa i Unnim. En aquest sentit, cal plantejar nous escenaris que permetin canalitzar aportacions privades a la cultura local, tot vinculant-ho amb la hipòtesi d'un nou marc legal sobre patrocini i mecenatge, amb atenció especial al multimecenatge o fórmules similars.

Accions

- **Defensar l'esforç públic realitzat en cultura i la seva vigència en el nou escenari pressupostari sorgit de la crisi.**
- **Promoure la transparència en la gestió, l'avaluació i el rendiment de comptes de tots els recursos invertits en l'acció cultural pública.**
- **Cercar noves vies que facilitin l'aportació de fons privats (patrocini, mecenatge): Fundació Terrassa Cultura.**

Impulsar un nou model de governança de la cultura a Terrassa

Un nou model que ha de pivotar sobre un dispositiu existent com és el Consell de Cultura, però que haurà d'assumir més protagonisme en la nova etapa. Haurà d'elaborar dictàmens i/o informes preceptius en la presa de decisions importants: inversions, pressupostos, subvencions, etc.; fer avaluacions de la política cultural local...

Un nou model on el sector privat, sobretot el de les entitats amb vocació de servei públic, està cridat a assumir encara un més gran protagonisme i, per tant, ha de guanyar en capacitat organitzativa i de gestió. Per això es proposa elaborar un **pla pilot de millora de la governança d'entitats i associacions**: acompanyament en el procés de transformació i millora organitzativa, de gestió i participació; elaboració d'un catàleg de bones pràctiques de governança..

Accions

- Dotar de més protagonisme el Consell de Cultura.
- Crear una fundació orientada a la gestió dels principals equipaments i programes de la ciutat.
- Elaborar un pla pilot de millora de governança d'entitats i associacions.





Accents sectorials

8.

Accents sectorials

Arts escèniques: confluència amb nous espais de creació i relació

El sector de les arts escèniques a Terrassa presenta una dimensió i una diversitat extraordinàries: el CAET, el Festival TNT, l'Institut del Teatre, la temporada de dansa del Centre Cultural... són algunes de les fites d'un **teixit dens format per una base important de grups escènics amateurs** que constitueixen el gruix de la taula sectorial d'arts escèniques. L'aportació principal d'aquesta taula ha estat recollir una de les formulacions dels eixos estratègics al voltant dels nous espais de creació i participació cultural i conferir-li una especificitat dins l'àmbit escènic en forma de "**fàbrica de creació**". Una creació que es vol amatent amb el compromís amb la contemporaneïtat que manifesten els creadors locals.

Respecte dels espais més convencionals, es detecta l'oportunitat de donar una **més gran projecció a l'oferta dels centres de referència** (Auditori, Teatre Principal, Centre Cultural), establint una estratègia de comunicació que integri l'oferta dels tres centres, la qual, al seu torn, hauria de contribuir a reforçar la marca de la cultura local i la seva projecció.

OBJECTIUS

Habilitar espais no convencionals i de nova generació per expandir la creació escènica amateur i apropar la seva proposta creativa a la ciutadania

Terrassa disposa del CAET i Escenes Locals, que fan una tasca important a l'hora de donar joc al teatre emergent i amateur, però cal una baula més en la cadena: una **fàbrica de creació**. Es tractaria d'un laboratori de creació, formació i programació, obert a les companyies amateurs i al públic que es vulgui iniciar en les arts escèniques. Aquest espai hauria de comptar amb el suport de l'Ajuntament però, sobretot, amb la participació de les companyies amateurs, que l'haurien de convertir en un espai bàsicament autogestionat. Es tractaria, així, d'un espai de nova generació del tipus "fàbrica de creació" o espai de cotreball, un laboratori de creació, formació i programació. Aquest espai hauria



de disposar d'un entorn virtual que podria començar a funcionar de manera independent mentre no s'habilita l'espai físic.

D'altra banda, la relació amb nous espais no s'hauria de limitar a aquesta proposta. En vista d'experiències anteriors molt reeixides, s'aposta per promoure la utilització d'espais no convencionals per a produccions escèniques especials i obrir-les a la participació ciutadana en la línia de la darrera edició del TNT al mNACTEC (Museu de la Ciència i de la Tècnica de Catalunya).

Accions

- Crear un espai del tipus "fàbrica de creació", un laboratori de creació, formació i programació, obert a les companyies amateurs i al públic que es vulgui iniciar en les arts escèniques. Espai autogestionat per les companyies amateurs.
- Habilitar un espai virtual d'aquesta "fàbrica de creació" en paral·lel que faciliti la confluència d'iniciatives i treball en xarxa.
- Promoure la utilització d'espais no convencionals per a produccions escèniques especials i obrir-les a la participació ciutadana en la línia de la darrera edició del TNT al mNACTEC.

Fomentar la creació contemporània relacionada amb l'escena local

El treball amb clàssics i obres de repertori és un dels recursos habituals del teatre amateur. No obstant això, en l'escena amateur local l'**aposta per l'autoria pròpia i la creació contemporània** és una realitat que es vol mantenir i promoure.

Accions

- Fomentar i prioritzar les obres d'autoria pròpia i contemporània per part de les companyies amateurs locals.

Elaborar una estratègia local de comunicació i difusió que permeti visualitzar el conjunt dels recursos i propostes i avançar cap a una més gran articulació

Aquesta densitat i solidesa del sector a la ciutat potser no es visualitza amb tot el seu potencial per manca d'una estratègia global de comunicació del sector. L'**associació comunicativa de l'oferta escènica regular especialitzada** amb els espais de referència de la ciutat (Auditori, Teatre Principal i Centre Cultural) és positiva, però alhora se suggereix una presentació conjunta de les temporades d'aquests espais, la qual cosa **podria donar més relleu i visibilitat a l'oferta global de la ciutat**.

I en aquesta mateixa línia de treball en xarxa, el Centre Cultural proposa incrementar la seva participació en els festivals de referència de ciutat, com ara el TNT. En aquest sentit, acull en residència una companyia de dansa experimental la setmana abans del festival amb la posterior estrena en el marc del TNT.

Accions

- Fer una presentació conjunta de les temporades dels principals espais de referència, la qual cosa donaria més relleu i visibilitat a l'oferta global de la ciutat.
- Incrementar la participació del Centre Cultural en els festivals de ciutat com el TNT i acollir en residència una de les companyies participants.

Patrimoni cultural: un camí de llarg recorregut cap a la declaració de la UNESCO

L'eix estratègic de capitalitat i projecció de la ciutat estableix que el patrimoni arquitectònic és el pilar que ha de suportar el pes d'aquesta projecció i remarca el potencial que el **patrimoni industrial del Modernisme** té a l'hora de construir el relat que en faciliti l'apropiació per part de la ciutadania. La taula sectorial de patrimoni subscriu aquesta visió, però al mateix temps ens recorda que la ciutat disposa d'un altre recurs de primer ordre, i que està en camí d'esdevenir, si tot va bé, un recurs de primer ordre mundial.

La ciutat ha fet un gran esforç i ha esmerçat molts recursos en la preservació i rehabilitació del conjunt de la **Seu d'Ègara**. Ha estat una acció de llarg recorregut. La "penúltima" etapa d'aquest trajecte ha suposat un gran pas endavant, tant per la qualitat de la intervenció arqueològica com, sobretot, pel potencial educatiu i d'obertura a la ciutat que ha comportat. Si s'assoleix la declaració de la UNESCO serà, sens dubte, un premi, merescut, a tots aquests esforços, i alhora una empenta per continuar invertint i treballant en la preservació i la difusió de molts elements del patrimoni local que ho requereixen en un moment que serà molt complicat poder disposar dels recursos materials necessaris.

Com ja s'ha dit, en els propers anys serà molt difícil poder assolir els nivells d'inversió en cultura que es van poder realitzar en la darrera fase expansiva. Però per això mateix, caldrà esbrar al màxim les possibilitats a l'abast, i en aquest sentit, escenaris de **cooperació institucional** com el que pot permetre la **formació d'una gran col·lecció d'art local** a partir de fons diversos són una oportunitat que no es pot desaproveitar en cap cas.

OBJECTIUS

Potenciar els grans elements del patrimoni arquitectònic per assolir una més gran complicitat de la ciutadania i projecció de la ciutat

La ciutat disposa d'uns béns patrimonials d'un valor extraordinari, uns elements sobre els quals s'ha de fonamentar la projecció de la ciutat. La **candidatura de la pintura mural medieval de la Seu d'Ègara a patrimoni de la humanitat de la UNESCO** suposarà, sens dubte, un pas endavant en el reconeixement d'aquest llegat patrimonial i una oportunitat d'or per a la seva promoció. Això ha de permetre, al seu torn, una més gran implicació i complicitat de la ciutadania de Terrassa amb els seus valors patrimonials.

Accions

- Donar el màxim relleu a la candidatura de les pintures murals de la Seu d'Ègara a la llista de patrimoni de la humanitat de la UNESCO.
- Crear una xarxa de punts d'interpretació del patrimoni industrial i modernista centrada en alguns dels grans elements del període, amb instal·lacions idònies com el Magatzem Arxiu Tobella.

Arribar a un acord que faciliti la formació d'una gran col·lecció d'art local d'alt nivell

La desaparició de Caixa de Terrassa i Unnim ha estat un cop dur de pair pel seu impacte en determinats àmbits del món cultural terrassenc. No obstant això, amb la creació de la nova fundació, que recollirà el llegat de l'antiga institució, sorgeixen noves oportunitats que cal no deixar passar. En aquest sentit, s'ha obert un nou escenari de cooperació amb el Govern local que ha permetre resoldre una assignatura pendent com és la **creació d'una col·lecció d'art de primer nivell**, basada en la col·lecció de l'antiga caixa amb els fons artístics de titularitat pública.

Accions

- Avançar cap a la formació de la gran col·lecció d'art terrassenc a partir de la confluència dels fons públics i els de la Fundació Antiga Caixa Terrassa.

Arts visuals: pedagogia i gestió

El sector de les arts visuals disposa d'actius importants a la ciutat (des de l'Escola Municipal d'Art, passant per una nòmina interessant de persones i col·lectius, fins a un teixit d'espais expositius i galeries d'art) que han tingut moments puntuals d'activitat intensa, però que alhora presenten un problema de continuïtat. Hi ha voluntats i **iniciatives que emergeixen amb molta força**, però que s'acaben apagant per manca d'**estructures i de capacitat de gestió**. Hi ha hagut experiències fallides, símptoma que no s'ha fet del tot bé la feina i no hi ha hagut capacitat per mantenir experiències de treball compartit, com sí que s'ha produït en altres sectors de la ciutat on potser les individualitats no tenen un paper tan determinant. En aquest sentit, tot just ha desaparegut l'Associació d'Artistes Visuals de Terrassa.

El context de crisi òbviament no hi ajuda i està afectant de manera molt negativa el sector de les galeries d'art. Tanmateix, la crisi ha provocat que afloressin aquestes debilitats i la necessitat d'articular unes respostes basades en la col·laboració institucional, el treball cooperatiu i, de manera general, una millora en la gestió dels processos que articulen la creació artística i la seva recepció a la ciutat. En relació amb els públics, el nivell de codificació elevat del pensament i dels discursos que expressen els llenguatges de les arts visuals contemporànies fa que s'hagi de situar la **pedagogia i la mediació com a primeríssima prioritat** en l'estratègia de difusió del sector. I en aquest àmbit, Terrassa ha seguit una trajectòria molt interessant.

OBJECTIUS

Potenciar la dimensió pedagògica de les arts visuals i la relació de la creació artística amb el sistema educatiu

La trajectòria de programes pedagògics i de nous públics a la ciutat és rellevant i exemples com el cas d'"Exploradors de l'Art" han demostrat que es pot generar interès si es fa una política de públics decidida. El més important és que s'ha demostrat que hi ha una molt bona implicació dels docents de les escoles en l'àmbit de les arts visuals.

Cal insistir en la consideració del **vessant pedagògic a l'hora de planificar l'estratègia del sector**, i no només pel que fa a la divulgació i exhibició, sinó en la incardinació d'aquest vessant pedagògic en totes les baules del procés creatiu.

Accions

- Augmentar la partida pressupostària per a activitats de difusió de les arts visuals a les escoles i instituts públics de la ciutat.
- Generar programes de contacte per estimular el futur planter: jornades d'art i creació per a infants i joves; beques per a infants i joves per estimular i fomentar la seva creativitat (aprofitar els programes dels tallers a l'Escola d'Art), jornades específiques per al professorat.
- Facilitar la formació complementària en les arts per als estudiants universitaris, proposant activitats com ara tallers de creació artística, d'art i ciència o activitats transversals.

Promoure l'articulació del sector: coordinació i treball conjunt amb una mirada de ciutat

La recent desaparició de l'Associació d'Artistes Visuals de Terrassa no ha estat una bona notícia, com tampoc no ho van ser les dificultats per articular i coordinar iniciatives conjuntes entre diferents actors del sector a la ciutat.

Però en el moment actual cal reiterar la **necessitat de restablir una cultura col·laborativa** que el sector necessita per superar les dificultats que li està comportant el context de crisi. Una cultura col·laborativa que ha de traslladar a tots els actors del sistema local de les arts visuals, començant pel nivell institucional, pels diferents serveis i equipaments municipals afectats.

Accions

- Restablir i incrementar, si s'escau, els dispositius de coordinació de les programacions d'arts visuals a la ciutat. Aquesta coordinació hauria de considerar l'articulació d'un sistema tàcit amb criteris i circuits de difusió entre els diferents actors públics, privats i associatius.
- Deixar de banda l'excessiu individualisme del sector i apostar per una millora en la gestió dels processos.
- Enfortir la connexió dels serveis públics relacionats amb el sector: joventut i Bauman-nLab, educació i Escola d'Art, cultura i Departament d'Arts Visuals. Consolidar una comissió treball sectorial. Establir nodes connectats entre les activitats de tots els sectors culturals: espais de convivència. Crear enllaços reals entre grups i entitats per promoure sinergies creatives.

Incorporar noves estratègies de comunicació i difusió dels recursos i les programacions d'arts visuals

Si la manca de coordinació i cultura col·laborativa ha estat una de les debilitats que han afectat el sector a la ciutat, les dificultats associades a la comunicació en sentit global també hi tenen alguna cosa a dir. No es tracta d'una problemàtica única i específica de les arts visuals, però les dificultats de comunicació i difusió dels recursos, les iniciatives i les propostes creatives són més que evidents. Tal com ja s'ha posat de manifest a l'eix d'innovació i creativitat, resulta tan o més important estimular la recepció de la creativitat artística local que promoure la pròpia creació. Cal cercar noves medicacions, noves fórmules de fer d'intermediari entre la creació artística i la recepció de les propostes.

En aquest sentit, cal fer un **esforç intens de comunicació, que aporti visibilitat al conjunt del sector**, començant per un dels recursos fonamentals com és l'**Escola Municipal d'Art**. Aquesta entitat també té dificultats per fer més atractiva a la ciutadania la seva oferta d'ensenyaments artístics.

Accions

- Utilitzar els mitjans de comunicació municipals com a altaveus de les propostes artístiques locals: reservar un espai fix al Visquem Terrassa; crear un canal informatiu buscant una xarxa d'intercanvi d'informació entre els espais dedicats a la formació i la producció i els mitjans de comunicació locals.
- Elaborar una estratègia de comunicació que permeti millorar el coneixement i la visibilitat de l'Escola Municipal d'Art.

Organitzar i estructurar els espais generalistes i especialitzats dedicats a les arts visuals, cercant les opcions idònies per a les diferents activitats, propostes i formats

Cal restablir i incrementar, si s'escau, els **dispositius de coordinació de les programacions d'arts visuals a la ciutat**. Aquesta coordinació hauria de considerar l'articulació d'un sistema tàcit amb criteris i circuits de difusió entre els diferents actors públics, privats i associatius. Un sistema que permeti ubicar cada proposta en el continent més idoni. Un continent que pot començar pels equipaments polivalents, com els centres cívics, amb els quals, al seu torn, es poden descentralitzar exposicions i propostes creatives;

d'aquesta manera s'aproprien les arts visuals als barris de la ciutat, tal com ja s'ha fet en altres sectors, com el de les arts escèniques i la música.

Les interseccions entre formats i propostes creatives, les hibridacions d'espais i llenguatges estan a l'ordre del dia, i s'han reivindicat dins els eixos estratègics d'innovació i creativitat o connectivitat. El pensament i els llenguatges de les arts visuals tenen un paper determinant en aquesta aposta.

Accions

- Continuar promovent serveis com el BaumannLab i vincular-los amb el servei de formació de l'Escola d'Art.
- Descentralitzar les exposicions. Apropar les arts visuals als barris seguint el model que s'ha aplicat amb èxit en les arts escèniques i la música. Incorporar els equips cívics als circuits d'arts visuals.
- Posar en servei un espai destinat a la creació multidisciplinària. La multidisciplina i la interdisciplina poden portar a la transdisciplina com a territori culturalment actiu i creatiu. Dotar-la d'uns recursos mínims i fer que sigui autogestionada.

Millorar i innovar l'oferta de programació d'arts visuals

O, més ben dit, **millorar innovant**, ja que si s'ha d'assolir, com és possible i desitjable, una millora global del sector a la ciutat, aquest progrés no es podrà assolir per la via de la inversió en un moment de restriccions pressupostàries.

Accions

- Celebrar el Dia Internacional de l'Art (15 d'abril) implicant-hi les diferents associacions i entitats culturals vinculades a les arts visuals de la ciutat, amb l'objectiu de fer visible el teixit artístic de Terrassa.
- Crear una programació d'activitats per enfortir el teixit artístic de la ciutat i ajudar a la seva professionalització i projecció exterior: per exemple, un cicle de xerrades amb experts dels diferents àmbits de les arts visuals i la gestió cultural pensat per als artistes, però obert també a la resta de la ciutadania.

- Utilitzar les ciutats agermanades amb Terrassa per crear també intercanvis en el terreny artístic (programar intercanvis d'exposicions, per exemple).
- Fer una producció periòdica (cada dos o tres anys) d'una gran exposició entorn d'algun aspecte de la ciutat (seguint l'estil de l'exposició de Roc Alabern).

Cultura popular i tradicional: de l'aula a la plaça

Les manifestacions de cultura popular i tradicional catalana i les entitats i col·lectius que les promouen constitueixen una de les **parets mestres sobre les quals se sosté el sistema cultural de la ciutat** i una de les mostres més eloqüents de la seva dimensió i el seu dinamisme. No obstant això, les entitats de cultura popular i tradicional comparteixen amb el conjunt d'entitats del món cultural i associatiu les dificultats de participació i recepció de les seves propostes. **Dificultats d'arribar a nous públics**, d'arribar a col·lectius poc o gens permeables a les seves activitats, de fidelitzar i incrementar la seva massa social i de mantenir patrons d'implicació forts en el dia a dia i en la gestió de les organitzacions.

En aquest context, el vincle amb el **món educatiu** es considera determinant i una via de divulgació i promoció de les entitats i les seves activitats, i que ja s'està portant a terme amb bons resultats per part de moltes entitats. Es tracta de donar continuïtat i amplitud a aquesta estratègia, tot assajant formats i fórmules de treball en comú que impliquin actors de diversos grups. El fet que el sector tingui un dispositiu de representació i coordinació facilitarà, sens dubte, aquest objectiu.

L'accés a espais idonis per portar a terme activitats, com ara assajos o dipòsits d'estrils i materials, planteja també dificultats a molts grups i col·lectius que no disposen d'espais propis. En aquest punt, es torna a insistir en l'oportunitat que ofereixen els recursos existents, com els centres cívics i casals de barri, i s'aposta per participar en la redefinició de morfologies, funcions i governança d'aquests espais, que ja s'ha plantejat en els eixos estratègics.

OBJECTIUS

Aprofundir en la dimensió educativa i pedagògica de les manifestacions de cultura popular i tradicional

La relació de les entitats de cultura popular i tradicional amb el món educatiu és una realitat que es materialitza sobretot en l'educació en el lleure, àmbit en el qual moltes de les entitats despleguen el gruix de la seva activitat. Quant a l'educació formal, malgrat que es tenen experiències molt positives de treball amb centres educatius per part de diverses entitats (en forma de presentacions, jornades, tallers, etc.), es considera que es tracta d'una via que pot oferir encara molt més recorregut, i s'aposta per fer-ho amb iniciatives de tipus col·laboratiu que, més enllà de les entitats individuals, portin el segell conjunt de la cultura tradicional que es fa a la ciutat.

Accions

- Promoure la realització de continguts sobre cultura popular adreçats al món educatiu en formats digitals i audiovisuals. Proposar, per part de la Coordinadora, la col·laboració específica amb l'ESCAC per a aquesta tasca.
- Promoure, a partir de la Coordinadora, accions conjuntes adreçades a les escoles de diferents aspectes i modalitats de cultura popular.
- Expandir l'exemple dels casals d'estiu de Minyons a altres modalitats i grups de cultura popular.

Trobar fórmules que permetin millorar l'accés a equipaments públics de grups amateurs i entitats per a activitats de producció i creació

Un nombre important de les entitats de cultura tradicional i popular no disposen de locals propis on puguin realitzar les seves activitats. Unes activitats que, de manera majoritària, es podrien portar a terme en equipaments municipals com centres cívics i casals de barri, però els horaris sovint són molt difícils de casar. Aquest és el cas de moltes activitats (assajos, concerts, representacions) que es fan en horaris no laborables, mentre que els equipaments funcionen bàsicament en horaris laborables. Es tractaria de trobar un més bon **encaix d'horaris**, fet que permetria portar a aquests equipaments unes activitats que ara per ara en queden al marge, i aquesta possibilitat encaixa perfectament amb els objectius d'obertura, **actualització i nova governança dels equipaments polivalents municipals** que s'ha plantejat en els eixos estratègics.

Accions

- Facilitar l'accés a espais d'assaig en horaris idonis per a grups i entitats. Els equipaments de barri poden tenir aquesta funció, buscant fórmules que comportin el compromís i la responsabilització per part dels usuaris. Les entitats de cultura popular i tradicional i la seva coordinadora poden ser actors preferents en la gestió concertada dels espais públics.

Músiques: pas endavant a l'Auditori

La música és un dels **pesos pesants** de la cultura terrassenca: el jazz, amb el festival internacional al capdavant, és un dels elements distintius i component essencial de la marca de la ciutat. Però més enllà d'aquest element singular, la ciutat disposa d'un univers musical d'una qualitat i una diversitat excepcionals que sovint queda en un segon pla. Es tractaria d'eleva aquest segon pla, atorgant més visibilitat al gran nombre d'iniciatives i propostes musicals que es produeixen, s'exhibeixen, o totes dues coses, a la ciutat.

Com en tants altres àmbits de la cultura, es detecten punts evidents de millora en la comunicació i difusió del fet musical a la ciutat. La necessitat d'un millor coneixement que permeti, al seu torn, un millor reconeixement per part de la ciutadania i de la pròpia projecció cultural de la ciutat. Aquest coneixement i reconeixement afectaria un recurs de primer nivell com és l'**Auditori**, equipament que **s'ha de consolidar com a referent de la ciutat i per a la ciutadania**.

Aquest pas endavant ha de comptar, sens dubte, amb l'empenta institucional, començant per l'Ajuntament i els ens que en depenen, com l'Escola Municipal de Música, però també amb els agents del sector en el sentit més ampli, i aplicant de nou la lògica col·laborativa. I per això es disposa ja d'una experiència plenament vigent en l'àmbit de les corals que ja està donant molts bons resultats.

OBJECTIUS

Enfortir el sistema local de creació, formació i difusió musical a partir de la implicació dels diferents actors que hi intervenen, cercant noves fórmules d'organització, gestió i finançament

L'exemple de treball en comú del sector de les corals terrassenques no ha passat desapercebut i es veu com una via interessant a seguir per altres sectors i col·lectius del món musical a la ciutat. Hi ha voluntat de col·laboració per part de diferents actors (centres educatius privats, promotors, grups musicals) que actuen en diferents àmbits, però amb una visió de sistema local, una voluntat de col·laboració que s'hauria de concretar en una millor estructuració de l'agenda musical de la ciutat.

Hi ha també voluntat (o, més aviat, necessitat) d'**experimentar formes innovadores de promoure l'activitat musical a la ciutat**, des de la formació fins a l'exhibició, cercant una millor articulació del públic i el privat, explorant noves formes de mecenatge.

Accions

- Fer un pas endavant per part de les entitats en l'organització de l'activitat musical i la promoció de la música a partir del treball en comú.
- Estendre l'exemple de coordinació i treball en comú de les corals a les altres entitats i grups de promoció i pràctica musical.
- Avançar en la implicació de l'empresa privada en termes de patrocini i mecenatge.
- Fer un esforç per coordinar i estructurar l'agenda musical.

Optimitzar els mecanismes de suport públic als grups i entitats locals de creació i pràctica musical i dels retorns de l'activitat dels grups a la ciutat

El sector musical a la ciutat és, tal com ja s'ha dit, extraordinàriament divers, però els recursos públics són determinants per al seu funcionament. Uns recursos que són limitats per naturalesa, i que difícilment podran créixer, almenys a curt i mitjà termini. Per això es proposa un desplegament d'accions de naturalesa diversa que permetin **optimitzar al màxim aquests recursos** i els impactes del suport públic a la promoció de la música a la ciutat.

Accions

- Intentar incorporar grups locals a les programacions, no només amb fórmules d'intercanvi de serveis sinó també amb una part a caixet.

- Crear la figura de les residències temporals a l'Auditori Municipal.
- Aprofundir en els criteris i en la transparència de convenis entre ajuntament i entitats privades.
- Fomentar la creació d'un programa de concerts on participin tots els centres d'ensenyament musical, públics i privats.

Impulsar l'Auditori Municipal com a equipament de referència a la ciutat

Com ja s'ha avançat, el sector musical de la ciutat valora molt positivament l'Auditori quant a l'equipament, les instal·lacions, la programació i gestió, etc. A hores d'ara ja és l'equipament de referència de diferents modalitats musicals, però encara **no s'ha consolidat com a espai de referència de la ciutat**. Hi ha molt camí per recórrer, i aquest és el principal repte per afrontar, per esprémer totes les potencialitats que té aquest equipament, per tal que la ciutat se'n pugui beneficiar al màxim.

Accions

- Donar visibilitat a l'Auditori. Terrassa ha de conèixer més bé l'espai especialitzat d'audició musical que és i l'ha de reconèixer com a espai de referència.
- Crear un web propi de l'Auditori.

Promoure una política decidida de públics de la música a Terrassa, i de manera específica per a les programacions de l'Auditori

Si l'Auditori és un espai poc conegut i poc atractiu per al públic local i, sobretot, per al jovent, no esdevindrà mai aquest espai de referència de la música a la ciutat. Per això, en paral·lel a les estratègies de comunicació i difusió que es facin de l'equipament, s'ha de portar a terme una **política de públics valenta i decidida**. Una política de públics per a les músiques i els formats més diversos que encaixen amb l'Auditori i desplegant estratègies que s'han experimentat amb èxit en altres contextos, tot reconeixent que la música en viu de determinades modalitats no passa precisament pels millors moments quant a la seva recepció. Per això mateix és indispensable afrontar aquest repte amb enginy i coratge.

Accions

- Fer una aposta decidida per atreure públics, sobretot joves, a les activitats musicals.
- Crear una entitat d'Amics de l'Auditori amb un carnet i promocions.
- Establir un sistema de gestió d'entrades sobre el criteri "cap seient buit".

Lectura i literatura: foment de la creació i competència lectora

El **sector del llibre**, considerant totes les seves dimensions, ha estat, sens dubte, una **història d'èxit** al nostre país. L'edició lidera còmodament els números de la indústria cultural a Catalunya (tot i la caiguda de vendes dels darrers anys), els autors catalans es troben en un cicle més que positiu quant a vendes i reconeixement internacional i les biblioteques públiques s'han consolidat com el sistema d'equipaments públics amb el grau de reconeixement i valoració més elevat de la ciutadania. Malgrat tot, això no hauria d'amagar que el **sector viu amb gran incertesa els impactes de la revolució digital**: la indústria del llibre és candidata a seguir els passos de l'edició musical, castigada de manera inclement per les noves vies d'accés als continguts digitalitzats. A més, la creació literària no s'ha pogut beneficiar en la mateixa mesura que la música de la reviscolada de les representacions en viu amb l'efecte de la "presencialitat". Però el que resulta encara més preocupant és constatar que la **digitalització està afectant de manera negativa els hàbits de lectura de la població**, sobretot de les noves generacions de "nadius digitals".

Aquesta situació, en el cas de Terrassa, es veu amb aquest **patró ambivalent**: el sistema local de biblioteques és probablement un dels més ben valorats de Catalunya i se situa al capdavant dels indicadors bibliotecaris; Jaume Cabré encadena èxits de crítica i públic a escala internacional; la ciutat no participa de manera destacada en la indústria editorial del país, però per contra, disposa d'un dens teixit format per autors de diferents nivells de projecció, editorials i col·leccions de temàtica local, premis literaris i una intensa activitat al voltant del món literari, amb presentacions de llibres, recitals poètics, clubs de lectura, etc. Es pot parlar, doncs, d'un teixit local que molt probablement **podria millorar quant a articulació**, la qual cosa facilitaria el retrobament i reconeixement d'actors, i promouria espais de confluència que permetessin treure partit de les oportunitats i afrontar amb les millors garanties les incerteses de la revolució digital.

OBJECTIUS

Promoure la creació d'espais de confluència on els nous creadors en l'àmbit de la literatura puguin disposar d'eines, recursos i suport per tirar endavant

El procés de creació literària té un alt component individual i sovint resulta difícil trobar espais de compartiment i confluència a les persones que s'hi inicien o s'hi dediquen de manera amateur. En aquest cas, convertir la creació en algun tipus de material editat suposa un obstacle titànic. La "revolució digital" ha tingut efectes col·laterals positius,

almenys en l'àmbit teòric, en aquest punt crític, ja que han proliferat els recursos digitals que permeten algun tipus d'edició o de difusió dels continguts a través de la xarxa. En aquesta línia, es proposa l'habilitació d'**espais de confluència on la nova creació pugui trobar orientació i suport** a l'hora de difondre la seva obra. La ciutat ja disposa d'un conjunt d'espais que, en més o menys mesura, ja realitzen aquest tipus de promoció i suport, de manera que caldria fer un pas endavant. En aquest sentit, la Xarxa de Biblioteques Públiques pot tenir un paper fonamental en aquest propòsit. De fet, en altres països la tendència actual ja no és tant el foment de la lectura com el foment de la creativitat, per exemple donant suport als autors novells en l'autoedició.

Accions

- Difondre i coordinar les actuacions que es porten a terme als Amics de les Arts, l'Ateneu Terrassenc, l'Ateneu Candela i la Xarxa de Biblioteques.
- Avançar cap a la creació d'un servei de suport a l'edició i la publicació en l'àmbit bibliotecari en aspectes com la transformació i la preservació de formats digitals, la millora en la visibilitat de continguts, l'assessoria en aspectes relacionats amb la propietat intel·lectual, etc.
- Habilitar un apartat específic en la futura plataforma Terrassa Cultura.

Enfortir i potenciar l'impacte de les iniciatives de suport a la creació literària

Els premis literaris han estat un dels vehicles preferents de suport a la creació literària al nostre país. La proliferació d'aquest recurs ha portat, però, a una atomització que ha provocat dubtes consistents sobre objectius, funcions i, sobretot, impactes reals dels premis sobre el món literari català. Les convocatòries d'àmbit preferentment local (com és el cas de la majoria dels premis que es concedeixen a Terrassa) tenen tot el sentit del món si s'adrecen a promoure creació i/o temàtica d'aquest àmbit, però també corren el perill de caure en la irrellevància. Davant d'aquesta situació, la **concentració** (grans premis, grans vetllades) o l'**especialització** han estat estratègies habituals. És en aquesta direcció que es proposa la confluència del gruix dels premis en **una gran cita literària local** (concentració) que els atorgaria més visibilitat i rellevància que les convocatòries individuals actuals. Una confluència que no impediria que aquelles iniciatives que ja disposen d'un cert posicionament, com la Nit del Misteri (especialització), mantinguin la seva pròpia trajectòria.

Accions

- Proposar la confluència dels premis literaris que s'atorguen a la ciutat en un gran acte de lliurament, a l'estil de la Nit de Santa Llúcia en l'àmbit català.

Ampliar i millorar les competències i els hàbits lectors de la població

La majoria de països occidentals estan experimentant per primera vegada en la història recent un descens en els índex de lectura de la població. Un descens que es relaciona amb la proliferació d'usos alternatius de lleure i amb l'accés a continguts culturals en formats digitals. Aquest descens afecta de manera especial les generacions més joves, les considerades “natives digitals”. D'altra banda, amb l'actual composició sociodemogràfica d'una ciutat com Terrassa, hi ha altres col·lectius específics amb hàbits lectors escassos o nuls i que requereixen una atenció preferent. Per ampliar i millorar les competències en lectura de col·lectius molt diferenciats, cal establir estratègies complexes amb accions que puguin donar resposta a necessitats i interessos ben diferenciats. Per donar resposta a aquest entorn complex amb necessitats i interessos molt diversos, es proposa elaborar un **pla de foment de la lectura** que, amb nous enfocaments i recursos, es proposi revertir aquesta “desafecció” lectora de les noves generacions digitals, alhora que dona resposta a la promoció de la lectura entre els col·lectius amb escasses competències i hàbits de lectura.

Accions

- Elaborar un pla de foment de la lectura de “segona generació”.

Indústries culturals i creatives: el potencial d'un sector

A escala local, sovint es tendeix a identificar la cultura amb la seva dimensió més social i comunitària com a conseqüència lògica del pes que les organitzacions i entitats socials i culturals (i els seus lideratges) tenen en el dia a dia dels ecosistemes culturals locals i en la visualització de les seves dinàmiques. I Terrassa no n'és, en aquest cas, una excepció. No obstant això, estadística i anàlisi econòmica ens recorden de manera persistent que la cultura té una dimensió econòmica determinant i el pes del sector cultural és sovint un indicador fonamental de dinamisme d'una economia nacional.

En el nostre cas, l'eix estratègic d'innovació i creativitat ja va posar en relleu la necessitat d'**incorporar la dimensió professional i empresarial** i el seu potencial innovador en el sistema cultural local.

Les indústries culturals i creatives presenten, però, una tendència acusada a la concentració, ja que són sensibles a factors locacionals que propicien unes economies d'aglomeració. Això es concreta en l'àmbit estatal, amb una forta concentració del sector a

Madrid i, en menys grau, a Catalunya, on la concentració es produeix de manera intensiva a la regió metropolitana de Barcelona.

D'altra banda, la literatura científica ha revelat que, amb aquesta lògica de localització del sector, les iniciatives a escala local per afavorir-ne la implantació, atreure inversió i fomentar l'ocupació en el sector tenen un recorregut escàs. Això no exclou, però, que aquest tipus d'iniciatives de promoció i desenvolupament local no puguin tenir un paper important a l'hora d'impulsar o potenciar altres factors locacionals. En el cas de Terrassa, la ciutat està plenament integrada en la **dinàmica metropolitana**, i com ja es va posar en relleu en l'eix estratègic de capitalitat i projecció, la promoció i potenciació del sector cultural a la ciutat s'ha de considerar amb aquesta visió territorial.

OBJECTIUS

Potenciar la dimensió econòmica del sector cultural i creatiu i la seva estructuració a la ciutat

Dins l'ecosistema cultural i creatiu de la ciutat, el sector econòmic i professional hi té un pes de primer ordre, però com en tants altres àmbits li manca estructuració i visibilitat. Aquest sector professional i empresarial està poc identificat i connectat des del punt de vista intern, i la ciutat no pot deixar passar les oportunitats d'inversió i ocupació que pot propiciar el sector cultural i creatiu. Aquesta visibilitat i aquesta estructuració ha de passar a convertir-se en prioritat tant per als agents públics (Ajuntament) com privats (Cambra, CECOT) de foment. I això s'ha de produir tenint en compte la singularitat i les necessitats específiques del sector.

Accions

- Crear un dispositiu d'orientació específic a projectes professionals i empresarials en el marc dels serveis de foment i promoció econòmica.
- Crear una plataforma de detecció de potencial creatiu i artístic entre els col·lectius provinents d'altres àmbits culturals.
- Promoure l'articulació del sector professional i empresarial de la cultura.
- Habilitar un dispositiu específic d'observació i anàlisi del sector cultural a l'Observatori de Ciutat que permeti copsar-ne la dimensió econòmica i ocupacional.





Llistat d'accions per àmbits



Llistat d'accions per àmbits

OBJECTIUS	RELACIÓ	
	Eixos	Sectors
Eix estratègic: Capitalitat cultural i projecció exterior	■	
Eix estratègic: Connectivitat cultural	★	
Eix estratègic: Cultura i cohesió social	●	
Eix estratègic: Governança	▲	
Eix estratègic: Innovació i creativitat cultural	☀	
Sector: Arts escèniques		🎭
Sector: Patrimoni cultural		🏰
Sector: Arts visuals		🖼
Sector: Cultura popular i tradicional		🏠
Sector: Música		🎵
Sector: Lectura i literatura		📖
Sector: Indústries culturals		🎬

Llistat d'accions per àmbits

133



OBJECTIUS

PROPOSTES

RELACIÓ

■ Eix estratègic: **Capitalitat i projecció**

134

Treballar per incrementar el posicionament i l'impacte de la proposta cultural global de la ciutat	1	Impulsar una marca Terrassa Cultura a partir de les potencialitats pròpies i realitats vigents	
	2	Situar Terrassa com a node en un territori policèntric en el context metropolità i català	
Consolidar la capitalitat a partir dels propis recursos	3	Explicar i projectar el patrimoni arquitectònic com a valor únic i irrepetible amb elements singulars com la Seu d'Ègara i el Modernisme industrial.	
	4	Exploitar el potencial dels grans esdeveniments del calendari cultural i festiu vinculats als teixits culturals i la participació ciutadana.	  
	5	Apostar per les programacions de més relleu nacional i internacional que s'encaixen en programacions estables i d'impacte ciutadà.	  
	6	Consolidar els recursos i les programacions en arts escèniques i música i el nou eix audiovisual.	 
Construir un relat que doni sentit als valors de la cultura terrassenca, els cohesioni i els propagui	9	Potenciar el patrimoni modernista industrial i tèxtil i la memòria de la industrialització amb tots els seus valors.	

OBJECTIUS

PROPOSTES

RELACIÓ

★ Eix estratègic: **Connectivitat cultural**

Connectar persones i grups al núvol, al casal i al carrer	10	Programar esdeveniments culturals basats en la participació massiva de la gent.	
	11	Promocionar projectes compartits entre diferents entitats amb una lògica <i>win-win</i> .	   
	12	Crear una plataforma digital "Terrassa Cultura" que, més enllà de la informació sobre activitats, permeti la confluència de la comunitat cultural local.	
	13	Promoure jornades interassociatives com a via per generar interseccions i nous projectes entre entitats.	
	14	Intensificar les iniciatives de coordinació institucional (joventut, educació, cultura, promoció econòmica).	
	15	Promoure la cultura col·laborativa per fomentar la creativitat i la innovació en cultura.	
Facilitar noves vies i formats de participació més amatents a les lògiques i hàbits actuals de consum cultural	16	Davant de la dificultat de mantenir formats clàssics d'implicació i participació, establir noves mediacions que facilitin la participació ocasional de públics i usuaris en projectes concrets.	  
	17	Promoure projectes d'abast social i impacte comunitari i donar-los suport.	  
Promoure activitats que potencien la dimensió transversal de la comunitat cultural terrassenca i la seva projecció ciutadana.	18	Proposar al Consell de Cultura la creació de la Nit de la Cultura a Terrassa, amb una orientació similar a la que ja existeix en l'àmbit dels esports.	      

OBJECTIUS

PROPOSTES

RELACIÓ

● Eix estratègic: **Cultura i cohesió social**

136

Cohesionar la ciutadania organitzada	19	Intensificar el treball col·laboratiu bilateral entre entitats.	★
	20	Incorporar nous grups i entitats als grans esdeveniments: Festa Major, Fira Modernista, etc.	★
	21	Augmentar la participació dels col·lectius nouvinguts.	
Mantenir el treball intercultural i de respecte a la diversitat com a eix de la política cultural local. Remarcant el paper central de la Mostra de la Diversitat	22	Consolidar la Mostra i altres iniciatives (projecte Xerrem, Sopes del Món, etc.).	✕
	23	Potenciar la Mostra i estudiar la possibilitat de passar a celebrar-se anualment.	✕
	24	Generar nous projectes regulars de treball entre grups i col·lectius que convergeixin a la Mostra.	✕
	25	Obrir una línia d'activitat de reflexió i debat sobre la diversitat.	
Estendre la participació cultural als sectors més impermeables i col·lectius amb dificultats	26	Garantir que els col·lectius més vulnerables puguin gaudir de condicions favorables per accedir a l'oferta cultural.	
	27	Incorporar de forma explícita objectius de cohesió en el treball de les entitats.	
Optimitzar els recursos i les possibilitats que ofereixen els equipaments cívics de barri i districte	28	Convertir els centres cívics i equipaments públics en nodes de projectes i programacions culturals descentralitzades.	★
	29	Explorar fórmules de gestió que facilitin la participació ciutadana.	▲
	30	Ampliar les franges horàries per donar cabuda als col·lectius culturals i grups artístics <i>amateurs</i> .	▲
	31	Analitzar una possible especialització temàtica parcial d'aquests centres.	▲
	32	Fer campanyes de difusió i pedagogia de les seves possibilitats.	▲
	33	Aprofitar el potencial dels equipaments associatius privats amb vocació de servei públic per desenvolupar projectes i activitats oberts a la participació.	▲

OBJECTIUS

PROPOSTES

RELACIÓ

▲ Eix estratègic: **Governança**

Tenir un coneixement sistemàtic de les dinàmiques i els recursos del sector cultural a la ciutat	34	Elaborar un mapa de recursos, processos i accions ("qui fa què") que compregui tots els agents públics i privats.	
	35	Consolidar una línia d'observació específica dins l'Observatori de Ciutat.	
Augmentar el protagonisme de la societat civil en la dinamització i la gestió dels recursos culturals públics, incorporant fórmules innovadores en la concepció i la gestió dels recursos	36	Redefinir els projectes vigents, cercant un protagonisme més gran per al sector associatiu.	
	37	Re-definició de projectes vigents cercant un major protagonisme per al sector associatiu	● ★
	38	Intensificar el protagonisme del sector associatiu en la gestió de recursos; per exemple, gestió parcial dels centres cívics.	
	39	Crear espais de nova generació a partir de la transformació o reformulació dels equipaments actuals, totalment o parcialment, en espais de <i>coworking</i> , <i>lab</i> , etc., que combinin innovació social i creativitat.	☀️ 🎭 📷
Defensar el finançament de la cultura local i la seva sostenibilitat a mitjà termini, cercant fórmules de col·laboració amb el sector privat (mecenatge, responsabilitat social corporativa), tot mantenint el principi de servei públic	40	Defensar l'esforç públic realitzat en cultura i la seva vigència en el nou escenari pressupostari sorgit de la crisi.	●
	41	Promoure la transparència en la gestió, l'avaluació i el rendiment de comptes de tots els recursos invertits en l'acció cultural pública.	
	42	Cercar noves vies que facilitin l'aportació de fons privats (patrocini, mecenatge): Fundació Terrassa Cultura.	
Impulsar un nou model de governança de la cultura a Terrassa	43	Dotar de més protagonisme el Consell de Cultura.	
	44	Crear una fundació orientada a la gestió dels principals equipaments i programes de la ciutat.	
	45	Elaborar un pla pilot de millora de governança d'entitats i associacions.	●

OBJECTIUS

PROPOSTES

RELACIÓ

✱ Eix estratègic: **Creativitat i innovació**

138

Situar Terrassa en l'aposta europea per la creativitat	46	Promoure un gran projecte de ciutat per participar en la convocatòria del programa Europa Creativa.	★
	47	Establir un programa formatiu per acostar la metodologia de projectes europeus a persones i entitats de Terrassa.	▲
Connectar la creació i la producció amb la recepció	48	Explorar nous formats de participació, acostant creació i recepció de les propostes culturals ("prosum").	
	49	Incorporar suports tecnològics i visions més properes a les noves generacions.	
	50	Connectar el sector cultural i artístic amb l'empresarial amb nous projectes compartits.	★

OBJECTIUS

PROPOSTES

RELACIÓ

 Sector: **Arts escèniques**

139

Habilitar espais no convencionals i de nova generació per expandir la creació escènica <i>amateur</i> i apropar la seva proposta creativa a la ciutadania	51	Crear un espai del tipus “fàbrica de creació”, un laboratori de creació, formació i programació, obert a les companyies amateurs i al públic que es vulgui iniciar en les arts escèniques. Espai autogestionat per les companyies <i>amateurs</i> .	 
	52	Habilitar un espai virtual d'aquesta “fàbrica de creació” en paral·lel que faciliti la confluència d'iniciatives i treball en xarxa.	
	53	Promoure la utilització d'espais no convencionals per a produccions escèniques especials i obrir-les a la participació ciutadana en la línia de la darrera edició del TNT al mNACTEC.	
Elaborar una estratègia local de comunicació i difusió que permeti visualitzar el conjunt dels recursos i propostes i avançar cap a una més gran articulació	54	Fer una presentació conjunta de les temporades dels principals espais de referència, la qual cosa donaria més relleu i visibilitat a l'oferta global de la ciutat.	  
	55	Incrementar la participació del Centre Cultural en els festivals de ciutat com el TNT i acollir en residència una de les companyies participants.	   
Fomentar la creació contemporània relacionada amb l'escena local	56	Fomentar i prioritzar les obres d'autoria pròpia i contemporània per part de les companyies amateurs locals.	

OBJECTIUS

PROPOSTES

RELACIÓ

 Sector: **Patrimoni cultural**

140

Potenciar els grans elements del patrimoni arquitectònic per assolir una més gran complicitat de la ciutadania i projecció de la ciutat	57	Donar el màxim relleu a la candidatura de les pintures murals de la Seu d'Ègara a la llista de patrimoni de la humanitat de la UNESCO.	 
	58	Crear una xarxa de punts d'interpretació del patrimoni industrial i modernista centrada en alguns dels grans elements del període, amb instal·lacions idònies com el Magatzem Arxiu Tobella.	
Arribar a un acord que faciliti la formació d'una gran col·lecció d'art local d'alt nivell	59	Avançar cap a la formació de la gran col·lecció d'art terrassenc a partir de la confluència dels fons públics i els de la Fundació Antiga Caixa Terrassa.	   

OBJECTIUS

PROPOSTES

RELACIÓ

 Sector: Arts visuals

Potenciar la dimensió pedagògica de les arts visuals i la relació de la creació artística amb el sistema educatiu	60	Augmentar la partida pressupostària per a activitats de difusió de les arts visuals a les escoles i instituts públics de la ciutat.	
	61	Generar programes de contacte per estimular el futur planter: jornades d'art i creació per a infants i joves; beques per a infants i joves per estimular i fomentar la seva creativitat (aprofitar els programes dels tallers a l'Escola d'Art), jornades específiques per al professorat.	
	62	Facilitar la formació complementària en les arts per als estudiants universitaris, proposant activitats com ara tallers de creació artística, d'art i ciència o activitats transversals.	
Promoure l'articulació del sector: coordinació i treball conjunt amb una mirada de ciutat	63	Restablir i incrementar, si s'escau, els dispositius de coordinació de les programacions d'arts visuals a la ciutat. Aquesta coordinació hauria de considerar l'articulació d'un sistema tàcit amb criteris i circuits de difusió entre els diferents actors públics, privats i associatius.	 
	64	Deixar de banda l'excessiu individualisme del sector i apostar per una millora en la gestió dels processos.	
	65	Enfortir la connexió dels serveis públics relacionats amb el sector: joventut i BaumannLab, educació i Escola d'Art, cultura i Departament d'Arts Visuals. Consolidar una comissió treball sectorial. Establir nodes connectats entre les activitats de tots els sectors culturals: espais de convivència. Crear enllaços reals entre grups i entitats per promoure sinergies creatives.	

OBJECTIUS		PROPOSTES	RELACIÓ
← →			
📌 Sector: Arts visuals			
142	Incorporar noves estratègies de comunicació i difusió dels recursos i les programacions d'arts visuals	66 Utilitzar els mitjans de comunicació municipals com a altaveus de les propostes artístiques locals: reservar un espai fix al Visquem Terrassa; crear un canal informatiu buscant una xarxa d'intercanvi d'informació entre els espais dedicats a la formació i la producció i els mitjans de comunicació locals.	★
		67 Elaborar una estratègia de comunicació que permeti millorar el coneixement i la visibilitat de l'Escola Municipal d'Art.	★
	Organitzar i estructurar els espais generalistes i especialitzats dedicats a les arts visuals, cercant les opcions idònies per a les diferents activitats, propostes i formats	68 Continuar promovent serveis com el BaumannLab i vincular-los amb el servei de formació de l'Escola d'Art.	★
		69 Descentralitzar les exposicions. Apropar les arts visuals als barris seguint el model que s'ha aplicat amb èxit en les arts escèniques i la música. Incorporar els equipaments cívics als circuits d'arts visuals.	●
		70 Posar en servei un espai destinat a la creació multidisciplinària. La multidisciplina i la interdisciplina poden portar a la transdisciplina com a territori culturalment actiu i creatiu. Dotar-la d'uns recursos mínims i fer que sigui autogestionada.	☀

OBJECTIUS

PROPOSTES

RELACIÓ

Sector: Arts visuals

Millorar i innovar l'oferta de programació d'arts visuals	71	Celebrar el Dia Internacional de l'Art (15 d'abril) implicant-hi les diferents associacions i entitats culturals vinculades a les arts visuals de la ciutat, amb l'objectiu de fer visible el teixit artístic de Terrassa.	★
	72	Crear una programació d'activitats per enfortir el teixit artístic de la ciutat i ajudar a la seva professionalització i projecció exterior: per exemple, un cicle de xerrades amb experts dels diferents àmbits de les arts visuals i la gestió cultural pensat per als artistes, però obert també a la resta de la ciutadania.	★ ■
	73	Utilitzar les ciutats agermanades amb Terrassa per crear també intercanvis en el terreny artístic (programar intercanvis d'exposicions, per exemple).	★ ■
	74	Fer una producció periòdica (cada dos o tres anys) d'una gran exposició entorn d'algun aspecte de la ciutat (seguint l'estil de l'exposició de Roc Alabern).	★

OBJECTIUS		PROPOSTES	RELACIÓ
✕ Sector: Cultura popular i tradicional			
Aprofundir en la dimensió educativa i pedagògica de les manifestacions de cultura popular i tradicional	75	Promoure la realització de continguts sobre cultura popular adreçats al món educatiu en formats digitals i audiovisuals. Proposar, per part de la Coordinadora, la col·laboració específica amb l'ESCAC per a aquesta tasca.	★ ★
	76	Promoure, a partir de la Coordinadora, accions conjuntes adreçades a les escoles de diferents aspectes i modalitats de cultura popular.	★
	77	Expandir l'exemple dels casals d'estiu de Minyons a altres modalitats i grups de cultura popular.	★
Trobar fórmules que permetin millorar l'accés a equipaments públics de grups <i>amateurs</i> i entitats per a activitats de producció i creació	78	Facilitar l'accés a espais d'assaig en horaris idonis per a grups i entitats. Els equipaments de barri poden tenir aquesta funció, buscant fórmules que comportin el compromís i la responsabilització per part dels usuaris. Les entitats de cultura popular i tradicional i la seva coordinadora poden ser actors preferents en la gestió concertada dels espais públics.	▲

OBJECTIUS	PROPOSTES	RELACIÓ
✓ Sector: Música		
Enfortir el sistema local de creació, formació i difusió musical a partir de la implicació dels diferents actors que hi intervenen, cercant noves fórmules d'organització, gestió i finançament	79 Fer un pas endavant per part de les entitats en l'organització de l'activitat musical i la promoció de la música a partir del treball en comú.	★
	80 Estendre l'exemple de coordinació i treball en comú de les corals a les altres entitats i grups de promoció i pràctica musical.	★
	81 Avançar en la implicació de l'empresa privada en termes de patrocini i mecenatge.	★
	82 Fer un esforç per coordinar i estructurar l'agenda musical.	★
Optimitzar els mecanismes de suport públic als grups i entitats locals de creació i pràctica musical i dels retorns de l'activitat dels grups a la ciutat	83 Intentar incorporar grups locals a les programacions, no només amb fórmules d'intercanvi de serveis sinó també amb una part a caixet.	☀
	84 Crear la figura de les residències temporals a l'Auditori Municipal.	☀
	85 Aprofundir en els criteris i en la transparència de convenis entre ajuntament i entitats privades.	▲
	86 Fomentar la creació d'un programa de concerts on participin tots els centres d'ensenyament musical, públics i privats.	★
Impulsar l'Auditori Municipal com a equipament de referència a la ciutat	87 Donar visibilitat a l'Auditori. Terrassa ha de conèixer més bé l'espai especialitzat d'audició musical que és i l'ha de reconèixer com a espai de referència.	
	88 Crear un web propi de l'Auditori.	
Promoure una política decidida de públics de la música a Terrassa, i de manera específica per a les programacions de l'Auditori	89 Fer una aposta decidida per atreure públics, sobretot joves, a les activitats musicals.	
	90 Crear una entitat d'Amics de l'Auditori amb un carnet i promocions.	★
	91 Establir un sistema de gestió d'entrades sobre el criteri "cap seient buit".	

OBJECTIUS		PROPOSTES	RELACIÓ
 Sector: Lectura i literatura			
Promoure la creació d'espais de confluència on els nous creadors en l'àmbit de la literatura puguin disposar d'eines, recursos i suport per tirar endavant	92	Difondre i coordinar les actuacions que es porten a terme als Amics de les Arts, l'Ateneu Terrassenc, l'Ateneu Candela i la Xarxa de Biblioteques.	★
	93	Avançar cap a la creació d'un servei de suport a l'edició i la publicació en l'àmbit bibliotecari en aspectes com la transformació i la preservació de formats digitals, la millora en la visibilitat de continguts, l'assessoria en aspectes relacionats amb la propietat intel·lectual, etc.	☀
	94	Habilitar un apartat específic en la futura plataforma Terrassa Cultura.	★
Enfortir i potenciar l'impacte de les iniciatives de suport a la creació literària	95	Proposar la confluència dels premis literaris que s'atorguen a la ciutat en un gran acte de lliurament, a l'estil de la Nit de Santa Llúcia en l'àmbit català.	★
Ampliar i millorar les competències i els hàbits lectors de la població	96	Elaborar un pla de foment de la lectura de "segona generació".	●

OBJECTIUS	PROPOSTES	RELACIÓ
-----------	-----------	---------

 Sector: Indústries culturals

Potenciar la dimensió econòmica del sector cultural i creatiu i la seva estructuració a la ciutat	97	Crear un dispositiu d'orientació específic a projectes professionals i empresarials en el marc dels serveis de foment i promoció econòmica.	
	98	Crear una plataforma de detecció de potencial creatiu i artístic entre els col·lectius provinents d'altres àmbits culturals.	
	99	Promoure l'articulació del sector professional i empresarial de la cultura.	
	100	Habilitar un dispositiu específic d'observació i anàlisi del sector cultural a l'Observatori de Ciutat que permeti copsar-ne la dimensió econòmica i ocupacional.	

