EIX 10: LA CULTURA COM A MOTOR DE CANVI

Per una cultura horitzontal, intergeneracional i creativa

Marta Lopera Mármol, Alba Legide Pérez



Fotografia de Marta Mas Girones

A banda de les dues autores, en el procés de discussió que ha donat lloc a aquest article hi han participat les següents persones: Carol Wagner, Edgar, Adrián Salcedo, Victor Bote, Victor Vela i Maria Castellví.

La cultura és un terme polisèmic, heterogeni, viu, intergeneracional, i multidisciplinari, que engloba un conjunt de diversos coneixements, arts (pictòriques, televisives, filmogràfiques, musicals, literàries, fotogràfiques, etc), hàbits, valors, tradicions, expressions, motivacions i inquietuds compartides i transmeses, cada cop de manera més extensa, que distingeixen una determinada societat, època o grup social. Així doncs, la cultura és transversal, ens configura com a éssers i ens dota de codis des d'on relacionar-nos, considerant-se així part del nostre patrimoni, i per tant, és fonamental la seva valorització per part de tots els agents institucionals, comercials i ciutadans. La cultura sovint parteix amb la globalització com a teló de fons, facilitant o imposant alguns d'aquests intercanvis.

La cultura és un dels eixos centrals de la política, l'educació, l'economia i la societat. Tanmateix, en el context català actual, existeix una desigualtat territorial local (entre barris) i també entre els territoris del principat. Primerament a Barcelona, tot i la gran

aposta dels darrers anys per oferir una sèrie mínima d'activitats culturals i artístiques rotatòries als diferents barris de la ciutat, encara s'observa com aquesta es regeix pel capital cultural [1] que actualment està intrínsecament lligat al barri originari i als objectes de consum que li arriben, així com al nivell socioeconòmic de la realitat familiar. Per tant, les noves ofertes econòmiques i les noves polítiques d'obertura a barris que fins ara no gaudien d'aquest ventall, tot i ser fonamental que es mantinguin, no són suficients.

Es fa palesa, doncs, la necessitat d'un canvi contextual i una major aposta per una educació formal i informal en relació amb la cultura. A major escala, s'afirma que els grans esdeveniments, moviments i canvis culturals només es desenvolupen en la capital barcelonina pel que fa al reclam i la logística, malgrat les múltiples iniciatives i esforços per part de diversos col·lectius de diversa tipologia (associacions, sindicats, organitzacions, esplais, etc.) per modificar aquesta tendència.

Diagnòstic

Aquesta centralització provoca una certa homogeneïtzació que sovint respon a una cultura *mainstream* i d'aparador, que tot i permetre un gran abast, difumina i desequilibra altres mancances i necessitats populars, que sovint es troben dins i fora dels pobles i/o ciutats de Barcelona. Com a característica del sistema econòmic i social que habitem, és important preguntar-se qui genera certs discursos i des d'on. I podem observar que de manera nacional, i global, qui signa, regeix o produeix la majoria d'obres culturals, polítiques, socials i artístiques són homes blancs, heteronormatius, d'edat mitjana i classe alta, que són els que sovint ostenten el poder. Tenint en compte aquesta situació podem deduir que existeix en aquestes desigualtats un eix de classe, però també de gènere i d'edat; i que, per tant, es modela de forma intangible la cultura i els imaginaris col·lectius. D'aquesta manera, la problemàtica de fons recau en les taules de decisions, particularment en institucions consolidades, que no han abandonat la idea arcaica de fer cultura des dels despatxos.

La cultura és un element en constant evolució, per tant, encara que s'aposti per actes que trenquin amb aquest *establishment*, donades les circumstàncies anteriors, sovint encara se segueixen reproduint les mateixes dinàmiques alineades i flegmàtiques de la burocràcia i els interessos del sector privat i empresarial, així com l'institucional. Així doncs, existeix una violència estructural que es replica a tots els àmbits, productius i reproductius de la nostra societat. Els propietaris dels mitjans de producció i circulació, que en la majoria dels casos provenen d'una elit, tenen un paper decisiu en l'organització material i ideològica de la vida popular.

> Podem observar que de manera nacional i global, qui signa, regeix o produeix la majoria d'obres culturals, polítiques, socials i artístiques són homes blancs, heteronormatius, d'edat mitjana i de classe alta, que són els que sovint ostenten el poder

Aquesta dominació per part d'alts comissaris, directors, productors, creatius, acaben decidint la nostra programació televisiva, teatral, festivalera, museística, etc., de manera diària, mensual i anual, part de la qual s'aproxima i replica les seves realitats, convertint així la nostra cultura en una bombolla que freqüentment no permet espai a altres realitats més properes al/la ciutadà/na. Conseqüentment i previsiblement això ha dut a una crisi de representativitat que no s'ha acabat d'abordar. En el context català, entre els motius, hi trobem la manca de presència de persones joves en àmbits de decisió sobre els continguts que aniran dirigits a si mateixos. Per això, esdevé una mesura fonamental dotar al jovent d'espais de participació clars i accessibles per expressar les seves necessitats i fer paleses les seves inquietuds al respecte i on fer-se sentir. Ja sigui a través de la representativitat en espais físics i/o digitals.

Un exemple clar és el cas de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA) que arrossega, des de fa anys, una crisi de continguts de ficció i animació per a joves en català, malgrat que plataformes com *Que torni el 3XL* fa molt de temps que reivindiquen la tornada de l'espai juvenil de la televisió pública catalana. Un espai televisiu capdavanter que a principis dels 2000 va apostar per animació doblada en català, que desafortunadament avui subsisteix gràcies a l'èxit que va obtenir en el seu moment i en una generació concreta. No obstant això, els reptes no es troben només pel que fa al consum de la cultura, també afecten a la seva creació. Normalment, es fa difícil trobar creacions artístiques impulsades des de col·lectius juvenils. Entre els motius, la manca dels recursos econòmics necessaris que impliquen les produccions artístiques o la dificultat d'accedir a concursos públics per aconseguir-los. Aquest factor en relació amb l'economia és determinant en un col·lectiu com el jove, que es troba en situacions de precarietat econòmica.

Si més no, no tot és negatiu pel que fa a la cultura i les persones joves. Des de les institucions també s'estan impulsant projectes per incentivar el consum cultural de diferents disciplines artístiques a través d'iniciatives com Escena 25, del Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya i l'aliança amb teatres i sales de concerts de Catalunya. Aquesta campanya, destinada a joves d'entre 18 i 25 anys, pretén afavorir l'accés a espectacles de teatre, circ, dansa i concerts, i a la vegada donar a conèixer les programacions estables dels equipaments públics i privats destinades als i les joves.

A més, si posem la mirada en el món local, han sorgit iniciatives interessants. Durant el 2020, a conseqüència de la pandèmia, el consistori va llençar el Bonus Cultura, una iniciativa impulsada per 5 entitats del sector cultural (ADETCA, ASACC, Cambra del Llibre de Catalunya, Gremi de Cinemes de Catalunya i Gremi de Llibreters de Catalunya), amb el suport de l'Ajuntament de Barcelona, que té com a objectiu incentivar el consum cultural a la ciutat. Malgrat no ser una iniciativa específica per a joves, ha demostrat ser una política útil per a protegir un sector debilitat i incentivar el consum cultural.

A aquesta mesura del Bonus Cultura, l'Ajuntament hi ha sumat el pla "Fem Cultura", plantejat com un pla de dos anys, que neix amb l'objectiu de garantir els drets culturals de la ciutadania. El projecte, impulsat per l'Ajuntament de Barcelona i l'Institut de Cultura de Barcelona, compta un pressupost de 68,7 M€ i consistirà en 9 mesures de govern i 100

accions per assegurar l'accés a la cultura, la participació i el dret a contribuir a la vida cultural de la ciutat.

> Des de les institucions també s'estan impulsant projectes per incentivar el consum cultural de varies disciplines artístiques, a través d'iniciatives com Escena 25 o el Bonus Cultura

Aquest pla posa atenció en la descentralització de la cultura als diferents barris de la ciutat per enfortir la cohesió social sobretot en zones on la presència cultural és menor; el foment de pràctiques culturals populars com una mesura per potenciar les cultures locals i tradicionals, no hegemòniques i sovint minoritzades; l'impuls de l'espai públic com a escenari fonamental des d'on garantir l'accés universal a la cultura i la participació ciutadana; o el dret a una cultura equitativa i diversa, amb perspectiva feminista. Aquestes són algunes de les 9 mesures que inclou el pla "Fem Cultura" i que evidencien, almenys, una voluntat política de garantir el dret a la cultura.

Propostes

Tot i així, la descentralització i precarització de la cultura no és quelcom nou, s'ha observat durant els darrers anys que els moviments populars de diversos barris, pobles i ciutats, mitjançant festes majors, diferents equipaments públics, com els centres cívics o espais joves, permeten desenvolupar diversos aspectes culturals amb intervenció institucional o sense aquesta, recorrent aleshores a l'autogestió. Trencar amb la cultura hegemònica no és una tasca senzilla, però des de l'aplicació de polítiques concretes locals o municipalistes pot esdevenir factible replicar aquests mecanismes de justícia social a esferes més altes, inclús a esferes supranacionals. Aquesta agitació cultural i social ha permès, sobretot al col·lectiu jove, obrir l'oportunitat de vincular-se amb el món associatiu, augmentar la participació, l'anàlisi i la visió crítica. Alhora que els ha permès trencar amb la verticalitat cultural regida per l'elit i apostar per l'horitzontalitat, creant una comunitat que permet reduir aquestes desigualtats territorials i cobrir certes necessitats que fins ara només podien ser resoltes a Barcelona ciutat.

Aquesta nova perspectiva cultural sovint es troba al marge del circuit mercantil. Així doncs, a aquest tipus de cultura se li atribueixen propietats de resistència contra el poder, quan en realitat en nombroses ocasions només són simples recursos populars per resoldre les seves inquietuds i organitzar la vida cultural al marge del sistema hegemònic. Convé assenyalar que la classe popular no és una massa submisa i en aquesta acció hegemònica hi troba certa mena d'utilitat per a complir algunes necessitats. Per tant, aquest servei cultural no és enterament il·lusori, les classes populars presten el seu consens, consenten a aquesta hegemonia particular una certa legitimitat. El vincle entre la cultura subalterna o contracultural i hegemònica és una aliança en la qual hegemònics i subalterns pacten prestacions "recíproques":

La importància objectiva i subjectiva d'aquest intercanvi explica per què l'explotació no apareix tot el temps com l'aspecte de les seves relacions. Explica també l'èxit del populisme – polític i comunicacional – no per ser una operació manipuladora sinó per la seva capacitat de comprendre aquest enllaç, aquesta necessitat recíproca entre classes oposades. Amb el supòsit que la tasca de la cultura hegemònica és dominar i la de la cultura subalterna és resistir (Bisbal, 1999: 47) [2].

Malauradament, el que sí que s'observa és una mancança de promoció d'espais i xarxes alternatives, ja sigui des del mateix territori local com autonòmic. Aquesta mancança es fa cada cop més evident atesa la dicotomia que presenta en si la cultura: per una part, trobem una cultura enriquida gràcies al mecenatge d'una elit, i d'una altra banda, observem una cultura que depèn de recursos i subvencions públiques, que cada vegada són més baixes i limitades, tot i que la cultura presenta un potencial transformador innegable que permet modificar polítiques socials, educatives i econòmiques. Consegüentment, això ens porta a proposar noves solucions a aquests reptes plantejats.

Actualment, els models de finançament cultural catalans estan basats en convenis i variants anuals. No obstant això, si aquests tinguessin una major permanència i invariabilitat durant un període de temps més llarg podria comportar, en molts casos, la continuïtat de certs projectes subalterns que ja existeixen prèviament, i evitar així l'abandonament de molts d'aquests per qüestions financeres o d'esforços constants per no enfonsar-se.

> Trencar amb la cultura hegemònica no és una tasca senzilla, però des de l'aplicació de polítiques concretes locals o municipalistes pot esdevenir factible replicar aquests mecanismes de justícia social a esferes més altes, inclús a esferes supranacionals

A més, convé obrir concursos públics més efectius que trenquin amb l'esquema heteropatriarcal, generacional, i de classe i assegurin una paritat real de classe, de gènere i d'edat, ja que els concursos públics són una de les principals fonts de finançament cultural, en el context nacional. En conjunt, aquests projectes haurien de ser revisats i redactats en col·laboració amb grups de treballs formats per professionals de cada sector, que diferenciessin el model de finançament segons l'entitat (sector públic, empresa privada, associació, col·lectiu, entitat juvenil, cooperativa, etc). De la mateixa manera, es poden atorgar oportunitats a noves propostes narratives, on també es compti amb la presència de contingut juvenil per aconseguir contrarestar la sobrerepresentació de contingut destinat, generalment, a un públic adult. Així mateix, seria una oportunitat clau per trencar amb la tendència homogeneïtzadora dels continguts, gràcies a la incorporació d'altres mirades, perspectives. En definitiva, aquestes mesures proposades permetrien trencar amb la verticalitat cultural.

Conclusió

En conclusió, és necessària la incorporació de diversos perfils a les taules de decisions que abordessin no només la representativitat sinó la creació i l'aposta per l'educació i la diversitat de continguts per aconseguir una evolució real de la cultura, ja que disputa i qüestiona les pràctiques, alhora que pressiona als diferents agents que conformen el que definim com a cultura. La integració de la cultura en l'àmbit educatiu permet una dualitat i una simbiosi entre entreteniment i saber, una major atenció al contingut educatiu cultural pot obrir la concepció, redefinir o plantejar un nou discurs sobre què és cultura i incloure-hi totes les seves problemàtiques i vessants. En definitiva, la cultura pot actuar i ser un motor de canvi.

REFERÈNCIES

1 — Bourdieu, Pierre. (1984). *Distinction*. Routledge: Londres. Bourdieu, Pierre. (1993). *The Field of Cultural Production*. Polity Press: Londres.
2 — Bisbal, Marcelino (1999). *Pensar la cultura de los medios: claves sobre realidades massmediáticas*. Publicaciones UCAB: Caracas.



Marta Lopera Mármol
Marta Lopera Mármol és doctoranda i professora al Departament de Comunicació de la Universitat Pompeu Fabra (UPF). Membre del grup de recerca Communication, Advertising and Society (CAS), participa en dos projectes del Ministeri d'Economia i Competitivitat i colidera un projecte de la UPF sobre Green Shooting amb Manel Jiménez. Ha realitzat una estada de recerca doctoral a la Université Sorbonne Nouvelle III, té dos cursos de postgrau, un en sèries televisives per la Universidad de Navarra (UNAV) i un altre en comunicació sostenible per la Jönköping University, i un Màster en Recerca de Comunicació Social per la UPF. També és graduada en comunicació audiovisual per la Universitat de Barcelona amb dues estades internacionals a la Hanzehogeschool of Applied Sciences i la Trobe University. Ha publicat diversos articles i capítols de llibre i ha impartit docència al grau de periodisme i al de publicitat i relacions públiques de la UPF. Les seves línies de recerca són les sèries televisives, el gènere juvenil, els trastorns mentals i la comunicació sostenible.



Alba Legide Pérez
Alba Legide Pérez és graduada en periodisme per la Universitat Pompeu Fabra de Barcelona. Forma part del secretariat del Consell de la Joventut de Barcelona, del qual n'és vicepresidenta i referent del grup de treball Oci alternatiu i Cultura dispersa. Des del 2016 forma part de l'Associació Juvenil Boca Ràdio, i des d'aleshores ha estat implicada en l'associacionisme juvenil en entitats com Enginyeria Sense Fronteres, on també ha treballat com a tècnica de comunicació, tasca que ha seguit desenvolupant per a l'Associació d'Il·lustradors de Catalunya i el Grup Caliu Ateneu Divers. Actualment treballa a Barcelona en Comú com a tècnica de xarxes socials.