

Una mirada esperançada, tanmateix

Més que una panoràmica de la situació actual, amb aquest dossier pretenem mostrar un ventall de possibilitats de supervivència de certes iniciatives culturals, ara i aquí, sense que hi aparegui excessives vegades la paraula crisi. Tots en coneixem les funestes conseqüències i molts en podríem aportar exemples: del desmantellament d'infraestructures, de la reducció de possibilitats i diversitat d'opcions quan l'art s'abandona a les regles del mercat, de la prescripció de tota aposta que es consideri minoritària o luxosa. Com que tots sabem els límits i perills de la devastació, tant se val plantejar en positiu els recursos alternatius, les noves formes de gestió, consells i casos que funcionen encara a les comarques gironines. La reflexió inicial del primer article, solvent i posicionada, ens recorda el valor de la cultura no només com a bé bàsic sinó també com a inversió necessària per part de l'administració, una inversió que ens ha de retornar amb escreix.

en temps

L'associacionisme, sigui d'agents o receptors de l'oferta cultural, es va mo-
strant com una força important per visualitzar i rendibilitzar els interessos
de diversos col·lectius que, altrament, podrien ser vistos com a minoritaris i
prescindibles. Així mateix, conèixer les lleis del mercat i aplicar-les per a una
bona estratègia de divulgació de l'art i la cultura permetria ser més eficients,
arribar a més públic, lluitar contra el *mainstream* amb les mateixes armes.
A les comarques gironines tenim exemples reeixits d'una i altra estratègia,
que queden repassats en un parell de reportatges. Un altre article encara la
reflexió des del punt de vista del creador, entenent l'avui com a moment ideal
per replantejar-se tant la pròpia activitat com el ressò que a canvi vulgui o
pugui obtenir-ne. Finalment, hom pot reconsiderar els sistemes tradicionals
de mecenatge: al costat de la figura tradicional d'esponsorització com la que
encarnen a Girona la Fundació Valvi, la sala La Planeta, Metalquímia o el club
de mecenatge de Temporada Alta, van sorgint noves línies de col·laboració,
com el sistema de micromecenatge, del qual tenim exemples locals exitosos.
Esperem, doncs, oferir-ne si més no una versió esperançada, perquè a les
comarques gironines la riquesa i diversitat cultural ha de comptar com un
haver important, colze amb colze amb la riquesa i diversitat de la seva oferta
productiva, així com la riquesa i diversitat dels seus paisatges. **Josep Pujol**

dossier



Cultura

os de crisi

>> *Un dels Diàlegs a 4 bandes estrenats a la sala La Planeta, espectacles de petit format organitzats per la Plataforma de Dramatúrgia de les Comarques Gironines.*



FOTO: JORDI RENART



IRENE PRAT

Crisi, gestió cultural i coneixement

Millorar les decisions per afrontar la crisi del sector cultural

En els períodes denominats de «crisi», o de recessió de l'economia, és habitual la reducció de les aportacions públiques i privades a la cultura. En principi, si només fos això, no ens hauríem de preocupar gaire, ja que la vida cultural segueix como ho ha fet al llarg de la història, en temps de guerra, dictadures, pobresa o mancances de tot tipus.

ALFONS MARTINELL SEMPERE > TEXT

>> *L'Espai Zero1, d'Olot.*

L'impacte del decreixement és parcial, ja que el sector cultural seguirà amb més o menys suport de l'administració buscant noves formes d'organització i expressió, a la vegada que generarà una reflexió en el sentit que l'excessiva dependència dels poders públics no és recomanable. Però el que preocupa més és el relat que es va construint al costat d'aquestes situacions, moltes vegades reaccionari i molt agressiu contra el que podríem anomenar el fet cultural o creatiu.

Afrontar la crisi des del coneixement

Ràpidament sorgeixen fredes raons que, abrigant-se en la serietat de la situació, prenen decisions radicals per reduir les activitats culturals per considerar-les «improductives», «prescindibles» o com una despesa supèrflua que tothom entendrà i acceptarà fàcilment. El discurs es va construint sobre unes qüestionables prioritats i des d'un desconeixement del que realment

representa el sector cultural a Catalunya. Sense cap tipus de pudor ni intent de debat o consens, observem actuacions incomprensibles i —perdoneu l'expressió— inconscients, que volen afrontar el tema per la via de l'autoritat i una pretesa ferma prenent decisions molt qüestionables des dels coneixements dels quals disposem sobre la gestió cultural.

I així anem observant amb perplexitat el tancament de museus i centres culturals, els cessaments sense substitucions de funcions professionals, l'abandó de projectes amb una llarga trajectòria, etc., en diferents llocs de les nostres comarques, sense valorar el cost social i d'oportunitat per a un futur sostenible. Sembla que aquestes tendències només han fet que començar, i es poden interpretar com l'expressió d'una manca de reconeixement al gran bagatge sobre les polítiques i la gestió cultural que s'ha anat construint en les darreres dècades des de la restauració democràtica. En aquest context destaca, potser per casua-

L'impacte del decreixement és parcial ja que el sector cultural seguirà buscant noves formes d'organització i expressió



MANUEL HARLAN

>> Henry V, del Temporada Alta 2011. Com a esdeveniment de referència, enguany el festival de teatre ha obtingut el premi Max.

litat, la negació a la creació i interpretació contemporània, en ciutats i viles perifèriques d'una Catalunya que camina cap a un model cultural cada cop més centralista. Aquests discursos es pregunten què hi fa un projecte d'avantguarda, de risc, d'innovació cultural per les terres gironines, lluny de la metròpoli i en espais inusuals per a la tradició cultural. Posicions que no creuen convenient valorar l'enorme energia social i de capital cultural (la majoria no públic) que tots els agents socials han generat per aconseguir un nivell de creativitat i benestar en proximitat.

No voldríem negar una legitimitat dels nostres representants per prendre les seves decisions, però aquestes no poden tirar a la bassa el bagatge de coneixement de què disposem sobre la funció de la cultura a les societats contemporànies, ni els esforços de molts anys que diferents agents socials i culturals han portat a terme per situar la nostra vida cultural a un nivell raonable en l'espai europeu. El nivell aconseguit de capacitats

per a una bona gestió tècnica requereix un respecte per a tots els processos de creació, per als públics i per a la ciutadania en general.

Per tot això considerem que la millor forma d'entendre la crisi s'ha de basar en processos per prestigiar les decisions, en què es creï un equilibri entre els criteris tècnics i els polítics, el que Crozier denomina polítiques intel·ligents i modestes. La societat catalana es mereix un tractament més acurat i respectuós de les resolucions culturals en aquest context de crisi.

La cultura no és una frivolitat

Després de molts anys, disposem de dades sobre el sector cultural i creatiu que mereixen estudiar-se en profunditat per veure si la manera de resoldre la crisi és només una qüestió de control de la despesa. El que aporten les administracions a la cultura es pot considerar com una inversió en el manteniment d'un sistema que té moltes dimensions i que es complementa amb la contribució de la societat civil i del sector privat.

El que avui és reconegut com a sector cultural i creatiu representa el 3,6 % del total del Valor Afegit Brut de Catalunya, i genera un 4,4 % de l'ocupació



IGOR CORTADELLAS

>> *Sílvia Pérez a Temporada Alta.*

Els estudis i investigacions actuals ens permeten presentar, de forma clara i evident, que, a més dels valors intangibles i identitaris, la cultura representa un sector social i econòmic molt important malgrat les miopies i ignoràncies de molts responsables de polítiques públiques. El que avui és reconegut a escala internacional com a sector cultural i creatiu representa el 3,6 % del total del Valor Afegit Brut de Catalunya, i genera un 4,4 % de l'ocupació. Aquesta aportació és molt superior a sectors tan importants com agricultura, ramaderia i pesca (1,39 %), indústria química (3,17 %) o energia (2,24 %), entre altres (dades 2008). Malgrat aquestes xifres, se segueix

parlant d'ajudes a l'agricultura i a la indústria i, com ha manifestat el ministre de torn, de la «cultura de la subvenció» redundant en el sector cultural. Per tant, estem parlant d'una dimensió de la cultura que pot contribuir molt a sortir de la situació de crisi actual.

També hem de tenir en compte que, a més d'aquestes aportacions del sector cultural i creatiu, s'han d'incorporar el que denominem les plusvàlues a altres sectors. Per exemple, ens podríem preguntar què seria del turisme de Barcelona, Girona o Catalunya en general sense una oferta cultural atractiva, un patrimoni cultural visible i un entorn favorable a gaudir de la nostra vida cultural.

En aquest context destaca, potser per casualitat, la negació a la creació i interpretació contemporània, en ciutats i viles perifèriques



Com és que encara es tracta el sector cultural des de prismes tan reduccionistes?

La cultura és un bé de la humanitat i un sentit de vida de pobles, comunitats i societats que perdura, canvia i genera noves realitats i situacions. Els codis i llenguatges expressius de la cultura també evolucionen i formen part del nostre paisatge quotidià. Cal una certa amplitud de mires per veure que la cultura representa un sector estratègic per a la Catalunya contemporània i de futur.

Però tot fa pensar que la crisi no és el que sembla (reducció de recursos econòmics, d'ocupació, estructural, etc...) sinó una amenaça per a la cultura entesa com a expressió de la contemporaneïtat, on és possible una major democratització de la cultura que arribi a tot el territori de Catalunya. Certes lectures i propostes de com hem de sortir d'aquesta crisi poden afectar la llibertat cultural i el respecte al dret a la participació en la vida cultural, que potser no està tan assegurat com podem pensar.

En aquests moments no reivindicuem només consignacions pressupostàries per al sector cultural sinó la permanència d'unes condicions de dret bàsiques que perillen i no es tenen en compte en tots aquests processos. Manca més reflexió i fonamentació de les decisions des de criteris més solvents. No oblidem que la ignorància sempre ha estat una amenaça per a la cultura, fins i tot en democràcia.

La crisi ens obliga a alentir un ritme que potser s'ha caracteritzat per l'excés d'activisme desenfrenat. Ara és hora de parlar, compartir, negociar i convertir la cultura com a expressió d'un consens al marge d'altres posicions, des d'un debat seriós, professional, plural i centrat en el millor per a tots, per avançar cap a pactes consistents que ens permetin sortir de certes pràctiques aventuristes.

Alfons Martinell Sempere és director de la Càtedra Unesco de Polítiques de Cultura i Cooperació de la Universitat de Girona

>> *L'Ajuntament de Girona supprimeix el Festival de Músiques Religioses i del Món després de 12 anys. A la imatge, Peret a les escales de la catedral de Girona.*

No oblidem que la ignorància sempre ha estat una amenaça per a la cultura, fins i tot en democràcia

VIATGE DE LES ARTS 2011



Un mosaic d'entitats lluitant per tirar endavant

Les associacions culturals cerquen fórmules per sobreviure en plena crisi

La crisi no perdona ningú, però ara que sembla que es tanquen totes les aixetes potser ja va sent hora de deixar de veure la cultura com una víctima i començar a considerar-la com una deu d'esperança, d'idees per tirar endavant. La gran varietat de fórmules d'organització i la multitud d'expectatives sobre el sentit i les possibilitats de l'art converteixen l'associacionisme cultural de les comarques gironines en un mosaic ple d'entitats que, més enllà de les diferències que les separen, comparteixen la preocupació pel finançament.

JOSEP PASTELLS > TEXT

El vast camp de la diversitat cultural és ple d'exemples que demostren els avantatges d'associar-se. És el cas dels Amics de l'Òpera de Girona, una entitat creada per consolidar projectes a l'entorn de la lírica. «Anem a veure espectacles musicals, fem la nostra pròpia programació i col·laborem amb agents culturals», destaca la presidenta, la soprano Maite Mer. En dos anys han consolidat

projectes com la Marató de veus líriques, la Gala Verdi i concerts d'òpera i de sarsuela, a més de crear el cor dels Amics de l'Òpera. Aquest cor és format per cantants professionals que treballen un repertori amb obres de Pergolesi, Vivaldi, Verdi i Montsalvatge «per tal de formar un coixí coral i donar-se a conèixer», in-

forma Mer. L'entitat també presenta retransmissions líriques als cinemes Ocine, on els socis poden gaudir de descomptes. Entre socis i simpatitzants, els Amics de l'Òpera agrupen un centenar de persones que paguen 50 euros a l'any. Mer opina que «fins ara l'experiència ha estat molt profitosa. La crisi s'ha de veure com una oportunitat a partir del talent i, sobretot, del treball».

Sense sortir de l'àmbit musical, la Societat Handelià de Girona, que compta amb 30 socis i 125 associats, treballa per promoure i difondre la figura i l'obra de Händel, i la música barroca en general, a través de concerts, audicions comentades i conferències. El seu president, Josep Poch, explica que «la crisi ens afecta com a tothom pels pocs recursos que es dediquen a la cultura. Ara mateix obtenim descomptes en les retransmissions d'òperes a l'Ocine. També col·laborem en la programació i presentació d'alguna òpera i en determinats concerts de l'Auditori», afegeix.

>> *Maite Mer, soprano i presidenta dels Amics de l'Òpera de Girona.*



JUDIT PUJADÓ

Entre socis i simpatitzants, els Amics de l'Òpera agrupen un centenar de persones que paguen 50 euros a l'any



«Cal tenir idees i projectes»

Amb crisi o sense, la cultura és indeslligable de la imaginació, del desig de córrer riscos per camins poc fressats. Atem Books, una editorial de la Bisbal dirigida per Emma Llensa i Maria Cerezo, ha publicat el primer llibre de fotografies per a iPad de l'Estat espanyol. Es tracta de *Tusk*, d'Ana Cabaleiro. L'editorial, que ha captat l'atenció de fotògrafs i il·lustradors emergents de tot el món, publica la revista mensual *Carpaccio Magazine*. Vegem un fragment prou il·lustratiu del CV de Llensa: «Necessito tenir sempre projectes en ment, tenir idees i dur-les a terme. M'agrada construir coses. Crear. Aprendre. Viure».

Són motivacions similars a les de la coordinadora del Club de Lectura de la Vall de Llèmena, Carme Callejón, qui ha elegit aquesta cita de Houellebecq per al díptic amb les activitats d'enguany: «Viure sense llegir és perillós, perquè obliga a conformar-se amb la vida». Els membres del club

es troben un cop al mes a la biblioteca de Sant Gregori. A més de debatre sobre un llibre, el comenten amb el mateix autor, amb l'editor o amb algun expert. Entre altres obres, han llegit *La maternitat d'Elna*, d'Assumpta Montellà, i *Les Closes*, de M. Àngels Anglada. Cada sessió reuneix entre 12 i 20 persones i les xerrades es completen amb un pica-pica. «Tothom porta quelcom i ens ho passem molt bé amb un cost mínim», destaca Callejón. El club de lectura disposa d'un bloc i organitza sortides relacionades amb les lectures.

Qui també llegeix molt és Jorge Morales, l'*alma mater* d'*El Llop Ferotge*, un projecte de difusió poètica que entre 2006 i 2010 va publicar a Girona onze números d'una revista en què van col·laborar més de 200 persones. Posteriorment, *El Llop Ferotge* ha editat set poemaris i un llibre de contes: *11 raons per no anar a dormir*, d'Eva Bussalleu. A més, ha organitzat 150 recitals poètics. Morales, que ofereix la seva visió

>> *Els cantants d'una gala lírica organitzada pels Amics de l'Òpera, abans del concert.*



Atem Books, una editorial de la Bisbal dirigida per Emma Llensa i Maria Cerezo, ha publicat el primer llibre de fotografies per a iPad de l'Estat espanyol

>> El club de lectura de la Vall de Llémna a la biblioteca de Sant Gregori.



>> Un dels Diàlegs a 4 bandes, organitzats per la Plataforma de Dramatúrgia de les Comarques Gironines



JORDI RENART

dels xocs generacionals a la societat gironina en la novel·la *Las desventuras de la prudencia*, es mostra crític amb la cultura dominada per les lleis del mercat. «Malgrat les dificultats, ajudem a fer carrera literària». Segons ell, «les retallades afecten els que han viscut del suport institucional; des d'aquest punt de vista, nosaltres sempre hem estat marginats i *underground*».

«Marginats i maltractats»

El descontentament amb les polítiques públiques és força més notori en el cas de la Nova ADAG, sorgida el desembre passat per «fer visibles les necessitats d'un sector que ha vist com s'instrumentalitzava la cultura i com s'ignoraven, de manera més o menys velada, els seus agents productors», destaca Eudald Camps, portaveu de l'Assemblea Democràtica d'Artistes de Girona. L'entitat és oberta a totes les manifestacions culturals: «Es tracta de sumar esforços per condicionar polítiques que se senten legitimades gràcies a uns percentatges de vot que, en cap cas, representen majories incontestables». Tot i que inicialment se centra en Girona, el seu objectiu és englobar tot el territori. «Ja tenim contactes amb gent d'Olot, Figueres i Ripoll», apunta Camps. Al seu parer, «si no coordinem les nostres preocupacions i exigències serem ignorats per unes institucions que tradicionalment ens han castigat. Rebem ajuts irrisoris», afirma el portaveu de Nova ADAG, que remarca la «incertesa absoluta» en què viu un sector «marginat i maltractat».

El director de la revista *Bonart*, Ricard Planas, té una visió més optimista de tot plegat. «El relleu generacional es consolida tot i la manca de plataformes estables i eficients

El Llop Ferotge ha editat set poemaris i un llibre de contes, *11 raons per no anar a dormir*, d'Eva Bussalleu. A més, ha organitzat 150 recitals poètics

per promocionar els creadors de casa nostra. Tenim més i millors equipaments, gent més qualificada que mai i creadors multidisciplinaris amb enorme potencial, però ens manca més i millor interrelació de creadors, d'agents culturals». Planas sosté que «la UdG, en matèria d'art, ha ajudat molt escassament els autors de proximitat pel malentès que potenciar allò local és ser localista». Amb tot, confia que la crisi «permeti millorar les interconnexions i optimitzar recursos». Pel que fa al paper de *Bonart*, assenyala: «Hem difós creadors gironins poc coneguts fora del nostre cercle més proper». Segons ell, «la crisi afecta totes les capes de la societat, però sense l'art i la cultura les societats no sabem qui som, no tenim objectius».

Retallades en arts escèniques

Per la seva banda, el director de l'Aula de Teatre de Banyoles, Albert Olivas, observa que «la crisi es nota sobretot en el camp professional, perquè les administracions i qui pot ajudar a produir espectacles pateixen retallades. En canvi, en el cas del teatre no professional, les idees i les ganes permeten tirar endavant molts projectes. Una altra cosa és que la gent s'hi pugui guanyar la vida». Amb una dotzena de grups independents, Banyoles és la prova més espectacular de la bona salut del teatre gironí, però la Nau Coclea de Camallera, el Festival Mapa de Pontós o l'activitat de Mal Pelo a Celrà confirmen una efervescència que, pel que sembla, no és incompatible amb les dificultats econòmiques. En qualsevol cas, Olivas considera que el futur de les arts escèniques està ben encarrilat amb l'existència de propostes com Temporada Alta, que rep la meitat del pressupost de patrocinis privats, i amb la futura seu d'El Canal, Centre d'Arts Escèniques de Salt, que s'inaugurarà a la tardor, és finançada per la UE i convertirà Girona en espai de creació durant tot l'any.

El president de la Plataforma de Dramatúrgia de les comarques gironines, Pere Solés, explica que intenten «donar als dramaturgs l'oportunitat de contrastar la seva feina amb el públic i, alhora, que actors,

directors i escenògrafs treballin amb unes condicions mínimament dignes i es donin a conèixer». Segons Solés, «la crisi afecta de manera dramàtica les arts escèniques. Sembla que tothom està d'acord que allò primer que es pot retallar és la cultura. Les administracions s'ho han de pensar bé abans de desarticlar un sector que, per altra banda, està més acostumat que cap altre a ser l'ase dels cops i a adaptar-se a les limitacions. Potser seria un bon moment per repensar el concepte de cultura pública i protegir una mica més els petits projectes que sorgeixen del territori, invertint en propostes que deixin quelcom al públic però també als artistes i creadors de la zona».

Josep Pastells és escriptor.

>> *Mal Pelo, companyia de dansa de Celrà. Imatge de l'espectacle Testimoni de Llops.*



«Les retallades afecten els que han viscut del suport institucional; des d'aquest punt de vista, nosaltres sempre hem estat marginats i *underground*»

Canviar, aprendre, desprendre's

Possibilitats de reacció, exemples gironins i respostes a la crisi des del punt de vista del creador

Si fos veritat que la insatisfacció incita més a la creativitat que no pas la felicitat estàtica, per a l'art aquesta hauria de ser una època excel·lent, plena de revulsius socials i personals. Malgrat que no tothom pensa que per crear s'ha de patir, sí que aquests moments, en què tot es replanteja, l'artista pot aprofitar per fer examen de consciència d'on és, què fa, per què i per a qui ho fa, on vol anar a parar i, si ho creu convenient, donar un gir a la seva obra. Al capdavall, tota indagació personal és un bon punt de partida per a la creació.

JOSEP PUJOL > TEXT

Voldria començar amb dos exemples, en aquests cas de compositors —és el que tinc més a mà— per plantejar dos models de creativitat en relació amb el seu públic: el de Schoenberg contra el de Puccini. I entre l'alemany i l'italià encara hi cabria un rus.

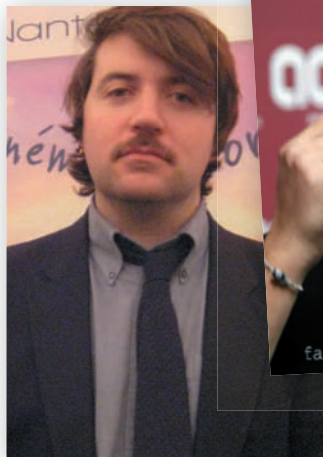
Com Schoenberg o com Puccini

Al compositor alemany li devem el mèrit de la gran revolució musical del segle XX. Amb el dodecafonisme, Schoenberg s'inventa un nou llenguatge que es defineix a les antípodes del que Occident havia anat definint amb els segles, la tonalitat. La seva nova música exigeix un

nou tipus d'oient sense posar-li-ho fàcil, perquè, a més de l'alta exigència intel·lectual i fina sensibilitat, Schoenberg va difondre l'invent mitjançant selectes societats d'un recel gairebé maçònic. Tot i això, morí convençut

>> Cartell del festival (a)phònica, candidat als premis Laus de Disseny.

>> D'esquerra a dreta, Albert Serra, Robert Bellsolà, Maria Mercè Roca, Roger Costa-Pau i Joan Mateu.



ARXIU ACN



ANDRES AZNAR - ACN



MARGALIDA AMENGUAL - ACN

El que l'artista s'ha de plantejar és crear el que li vingui de gust. Després hauria de venir l'estratègia de mercat, el llenguatge utilitzat o bé el màrqueting



que, amb els anys, els infants i els obrers xiularien melodies dodecafòniques pel carrer. Al mateix temps, però, a l'altra banda, un músic italià amb molta preparació tècnica, coneixedor dels ressorts melodramàtics del seu segle passat i alhora atent a les noves modes operístiques

del verisme, compon òperes que se situen al llunyà Oest o en una fabulosa Xina de conte, i no només rep el reconeixement en vida sinó que planta la llavor dels musicals futurs. Ha de quedar clar que no estem parlant de la qualitat intrínseca dels seus productes: de fet, segurament té més mèrit el genial Schoenberg que l'adaptatiu Puccini, però aquí parlem de plantejar-se amb realisme el que cal esperar en cada cas, una recepció entusiasta entre els *happyfew* o bé els *mass-media*, perquè caldran estratègies diferents. En el cas de les comarques gironines, el cineasta Albert Serra, el poeta Roger Costa-Pau o l'artista Job Ramos responen al model Schoenberg, mentre que Robert Bellsolà, Maria Mercè Roca o Joan Mateu podrien ser els Puccini nostrats. Necessaris tots, els Schoenbergs tendeixen a l'entotsolament, l'austeritat i l'enigma; els Puccini, a l'espectacularitat, l'empatia i la socialització. Als primers els cal el suport de les institucions i la crítica; als altres, inserir-se en la dinàmica del mercat.

>> *El film Tieflandremix, de Manel Bayo.*

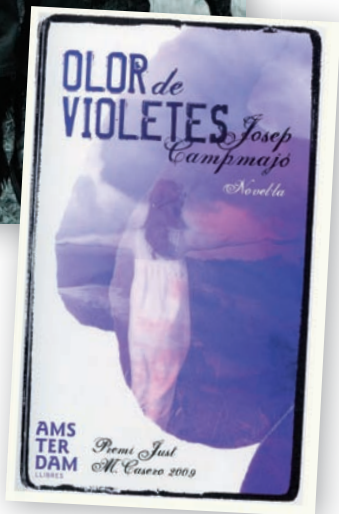


ARXIU RCP



JOAN MATEU

El mecanisme evolutiu de la hibridació, a base d'errors combinats amb encerts, pot traduir-se artísticament en versatilitat



Són dos extrems. No hi ha res entremig? Sí, és clar, hi ha el model Xostakóvitx. El compositor rus va caminar pel bell mig del full de la navalla, en un difícil compromís entre la creativitat avantguardista personal i el dictat populista que li exigia el poder soviètic, i se'n va sortir. Qui podria representar a les comarques gironines aquest equilibri rar de modernitat i acceptació? En arts plàstiques, Domènec Fita, potser? En literatura, potser Narcís Comadira?

Les tipologies descrites suara són reductores, i admeten infinitat de matisos. Per sort, les regles del joc de l'art no són matemàtiques: són plenes d'excepcions i no tot es resol entre populisme o elitisme. Penso, per exemple, en l'artista multimèdia saltenc Manel Bayo i el seu film *Tieflandremix*. Vet aquí la transfrontera, no només de gènere sinó de relació amb el seu possible públic. El seu llenguatge és alhora exigent i colorista, mira al passat però és tecnològicament atractiu, i es podria moure entre la galeria d'art i la xarxa internautica. Schoenberg, Puccini, Xostakóvitx? Ja no ho sé.

El que l'artista s'ha de plantejar, ara i sempre, és crear el que li vingui de gust en un acte de sinceritat amb si mateix. Després hauria de venir l'estratègia de mercat, i només si es produeixen frustracions al respecte



ANNA CAMPS - AON

>> *Obres recents de Domènec Fita.*

caldrà replantejar-se bé el llenguatge utilitzat o bé el màrqueting per rendibilitzar-lo.

Aprendre de la vida

Els artistes saben que la natura és una font de models i aprenentatge. Tot i el perill dels símils biològics, podríem mirar d'extreure'n lliçons de supervivència bo i aplicant per a la selva actual metàfores de les lleis evolutives de les espècies, ni que sigui com a joc inspirador.

Un dels models d'èxit adaptatiu a un nou medi és el canvi de mida. No van funcionar els dinosaures? Provem a ser petits mamífers. En teatre, funcionen els petits grups, el teatre de butxaca, els espectacles de petit format com *Les nits del coro* a Sarrià de Ter o els *Diàlegs a Quatre bandes* a la Planeta. Però no necessàriament cal mudar de gran a petit. Potser l'ambició és el repte: mireu, si no, l'èxit del Cor de Teatre de Banyoles amb el seu *Operetta*. O serà que el canvi no ha de ser de mida sinó de medi: per què no aprofitar la globalització i la xarxa per internacionalitzar-se, o provar les possibilitats gràfiques o musicals de les noves tecnologies? Bé ho ha fet l'editorial de la Bisbal AtemBooks, especialitzada en publicacions en línia sobre artistes de tot el món, i que acaba d'editar un parell de llibres per a iPad de fotografia —un d'ells presentat a Kíev— i d'altres publicacions digitals.

El mecanisme evolutiu de la hibridació, a base d'errors combinats amb encerts que acaben produint espècies més resistents, pot traduir-se artísticament en versatilitat. El jovent de l'Ensemble Athenea combina música clàssica amb teatre, amb jazz, amb música antiga, amb rapsodes, abandonant purismes en favor de tota fusió. La interdis-



JOSÉ DOMÍNGO

>> *Enguany, el festival Pepe Sales ha usat com a reclam Santa Teresa de Jesús.*

En els temps que vénen estarem més necessitats que mai d'apostes artístiques radicals, alternatives i no condicionades pel mercantilisme



>> *Instal·lació de Job Ramos.*

ciplinarietat és bandera en els espectacles literaris d'*A pas de poetes* que organitza La Mercè, barrejant-hi arts plàstiques i dramàtiques, dansa i música.

Ens queda encara l'estratègia del color, que tant d'èxit reproductiu aporta a determinats mascles en zel, els quals no només tenen uns bons gens per aportar, sinó un embolcall de plomes vistoses, pelatge contrastat o cants afrodisíacs per publicitar-los. Els escriptors Vicenç Pagès, Miquel Martín o Josep Campmajó són representatius d'aquest esforç per la visibilitat, amb una aposta decidida per les xarxes socials per donar més projecció a les seves novel·les. La imatge gràfica, una certa voluntat de provocació o qualsevol detall noticable ajuden a la promoció d'esdeveniments culturals que altrament podrien ser més minoritaris, com els festivals musicals (A) phònica de Banyoles o el de Jazz de Girona, o el festival independent Pepe Sales, dedicat enguany a santa Teresa de Jesús.

L'autogestió

Posem pel cas, finalment, que hom és un artista autoexigent que considera una traïció als seus postulats tanta crispeta d'acompanyament i aquest transigir a les lleis del

mercat, que tot plegat pot acostar-se perillosament a la comoditat digestiva de la cultura de masses. ¿Ja pot plegar, en un temps on els poders no estan per subvencionar unes arts minoritàries de les quals no trauran ni rendibilitat política ni complicitat estètica?

En els temps que vénen estarem més necessitats que mai d'aquestes apostes artístiques radicals, alternatives i no condicionades pel mercantilisme. Conscients de les limitacions que l'època els imposa, si no troben el mecenes adequat els artistes rebecs hauran de refiar-se d'alternatives com l'autogestió i els lligams efectius i afectius amb d'altres minories artístiques interconnectades. Tanmateix, si a principi del segle xx es va produir la revolució de la reproductibilitat tècnica de l'obra d'art, en el nostre la revolució és també la de la producció i distribució artística. Amb les noves tecnologies, amb pocs mitjans es pot ser cineasta individual, editor de la pròpia obra literària, compositor i músic amb instruments de síntesi, i compartir-ho tot seguit en xarxa, a la recerca d'altres nodes, d'altres solituds creatives i mai més aïllades.

Josep Pujol i Coll és professor a l'Esmuc i escriptor.



Amb les noves tecnologies, amb pocs mitjans es pot ser cineasta, editor de la pròpia obra literària, compositor i músic amb instruments de síntesi



PER CABALLE

El mercat de l'art. Reptes de present i futur

La dificultat és com arribar al públic d'avui, més àvid de cultura i d'oci que mai

El sector cultural, marcat per la crisi, la reducció de subvencions i aferrat a uns costums cada cop més caducs, s'enfronta al gran repte d'adaptar-se als nous temps. Molts es pregunten què cal fer per arribar a un públic àvid, més que mai, d'oci i cultura. O què s'ha de fer per convertir els productes culturals en un negoci mínimament rendible. Hi ha d'altres que fa temps que busquen i han trobat solucions aplicant noves fórmules i estratègies que permeten captar i fidelitzar els clients potencials.

>> Presentació d'*Isaki Lacuesta al Truffaut de Girona*.

JORDI CAMPS > TEXT

El mercat de l'art viu immers, com molts altres sectors, en una era convulsa marcada per la crisi econòmica, el canvi de color polític i la irrupció de les noves tecnologies. La crisi ha comportat reajustaments necessaris que, ara per ara, s'han vist traduïts en retallades constants de pressupost en tots els àmbits i en la reducció de subvencions. El relleu, a la majoria d'estaments, per partits d'ideologia més conservadora està atorgant a la cultura un caràcter més mercantilista. I l'arribada de les noves tecnologies, amb Internet al capdavant, a més de renovar la lectura dels productes culturals està imposant la cada cop més generalitzada creença que les propostes artístiques són i han de ser de consum gratuït.

Aquests només són alguns dels fronts més perceptibles que estan obligant a transformar a marxes forçades un sector, el cultural, aferrat a uns costums i unes tendències que necessiten ser repensades i reformu-

lades. Els gestors i agents culturals, tant de l'àmbit privat com públic, tenen al davant un gran repte: gestionar adequadament i amb cura extrema els seus recursos per minimitzar els efectes de la crisi i fer de la dificultat una oportunitat. A continuació intentarem fer una àmplia radiografia d'aquest sector que s'ha de reinventar per no morir o, millor, transformar-se per adaptar-se als nous temps; observant les estratègies i iniciatives que molts ja han emprès per tal d'arribar a un públic consumidor de cultura: uns, per convertir en negoci mínimament rendible els productes culturals; d'altres, per fidelitzar i ampliar l'assistència de públic i així justificar la cada cop més minsa despesa de diners públics. La majoria coincideix en el fet que la clau és no aferrar-se als costums i als camins prèviament traçats. Cal buscar noves fórmules i solucions. Com?

El sector privat, més que cap altre, fa temps que s'ha posat les piles. Afectat des d'un bon principi per la crisi, s'ha hagut

El relleu, a la majoria d'estaments, per partits d'ideologia més conservadora està atorgant a la cultura un caràcter més mercantilista



JUDIT PUJADÓ

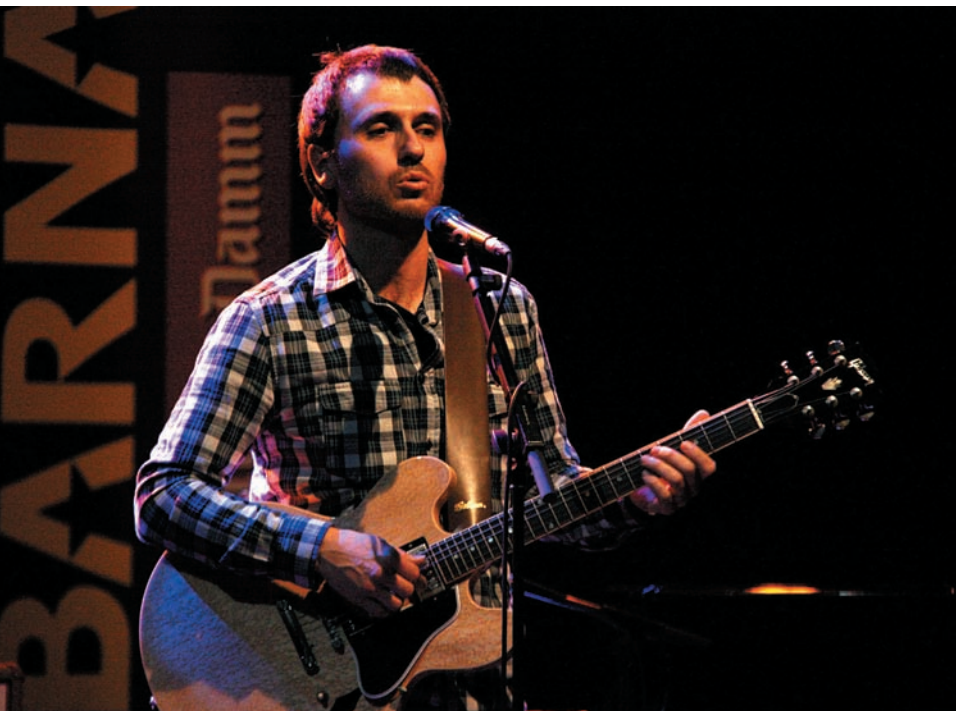
d'adaptar i cercar nous atractius per atraure el seu client. Potenciar les activitats paral·leles i diversificar l'oferta són dues de les vies que més s'han explotat. Si, des de fa anys, llibreries com la 22 de Girona s'han convertit en referents del sector promocionant presentacions amb escriptors, cada cop són més les que han incorporat iniciatives més pròpies de les biblioteques públiques, com ara els clubs de lectura (cas d'Abacus). La fidelització, a través de carnets de soci amb descomptes exclusius, són des de fa temps una pràctica habitual estesa, i la incorporació de blocs, Facebook i Twitter experimenta un augment constant. Hi ha llibreries que fins i tot en la seva diversificació s'han reconvertit en llibreries-café, com la Context de Girona. La inquietud que es respira en aquest gremi ha fet que recentment s'hagi celebrat el primer congrés d'àmbit català per analitzar el futur del sector i posar el punt de mira en les noves tecnologies, per potenciar la impressió a demanda o la venda per Internet.

Però si hi ha un sector summament afectat per la davallada d'ingressos, aquest és el de la música. Les botigues d'aquest àmbit cultural també s'han esforçat per no ser una botiga de discs més, sinó per convertir-se en un punt de trobada dels amants de la música. Moby Disk, per posar un exemple d'adaptació, promociona maquetes de grups locals, ven tota mena de marxandatge, organitza exposicions, concerts i recitals en directe i, fins i tot ha tingut un segell discogràfic.

En el cinema succeeix un fet semblant. Si fins ara, a les comarques gironines, el Truffaut —de gestió municipal— ha monopolitzat sense pretendre-ho bona part de les activitats relacionades amb el món cinematogràfic (presentacions, debats, projeccions de curts, exposicions, filmoteca...), hi ha cada cop més cinemes que sumen a la seva tradicional oferta comercial productes alternatius, com retransmissions de futbol, concerts i espectacles d'òpera en format

>> El programa La ciutat dels llibres, en una edició enregistrada a Salt.

L'arribada de les noves tecnologies està imposant la cada cop més generalitzada creença que les propostes artístiques són i han de ser de consum gratuït



PAU CORRIÑA - ACN

>> Sanjosex va muntar un concert on tothom pagava la voluntat en sortir.

d'alta qualitat. D'altres cinemes (Ocine, Kyton i Arinco) comencen a projectar també pel·lícules en versió original subtitulada.

Més que un repte

Una de les persones que més coneix el panorama actual és la gironina Carme Sais, tècnica de l'Àrea de Cultura i Educació de l'Ajuntament de Girona i, des del novembre passat, presidenta de l'Associació Professional de



ARXIU ACN

>> Carme Sais, presidenta de l'Associació Professional de Gestors Culturals de Catalunya.

Gestors Culturals de Catalunya. Precisament per aquest càrrec que ara ocupa coneix de primera mà com està la situació general de la cultura arreu del país. Per a ella, la gestió de la crisi ha resultat un «gran repte» i, en aquests moments, «un projecte». En el procés de buscar fórmules i solucions ha arribat a la conclusió que, com a mesures «fàcils», hi ha la de reduir activitat. Amb tot, adverteix que, en cas d'aplicar-la, cal fer una retallada proporcional entre l'estructura i l'activitat, «perquè hi ha el perill que ens quedem amb més estructura que activitat». Aquesta mesura, inevitablement, comporta la reducció de personal, una solució que reconeix «dolorosa» però que ha de ser viable i que, en tot cas, passa per reduir eventuals. Els primers efectes ja es perceben arreu: reducció d'horaris d'obertura al públic; museus que obren espais en horaris concertats o en alternança horària per tal que el personal de vigilància passi d'unes sales a altres; i unes programacions que allarguen els períodes d'amortització dels projectes. La conseqüència més dràstica d'aquesta presa de mesures s'ha produït a Olot, amb el desmantellament total de l'actiu i referencial Espai Zer0.

Un major repte és trobar nous finançaments. Mentre s'està a l'espera de l'anunciada Llei de mecenatge, que ha de permetre l'entrada de més capital privat en el finançament de la cultura, Carme Sais aposta per implicar i fidelitzar més els patrocinadors dels projectes culturals, amb tendències a l'alça com l'anomenat *fundraising*. Implicar-los, diu Sais, «fa que els patrocinadors se sentin generadors de la idea, i facin seu el projecte». Una altra alternativa que cal tenir en compte és el micromecenatge (*crowdfunding*), que consisteix en el finançament de projectes a partir de les petites aportacions dels usuaris i consumidors de cultura, potenciat a través d'Internet i les xarxes socials.

Conrear públic

«Sense públic, la nostra oferta no té sentit». Així de clar ho manifesta Carme Sais, que no dubta a remarcar que el que cal és conrear, més que mai, públic, «sembrant-lo, cuidant-lo i diversificant-lo». En aquest sentit, té clar que les xarxes socials són un dels millors aliats, en permetre el diàleg directe amb el client potencial. Pel que fa a

Si hi ha un sector summament afectat per la davallada d'ingressos és el de la música

les noves estratègies per apropar-se a l'usuari, una de les que està «obsessionant» més el sector és l'anomenat *ticketing*, un sistema que, comptant amb els drets d'utilització de les dades dels clients, racionalitza les dades de venda, interactua amb els clients i hi estableix comunicació personalitzada. Aplicat ja amb èxit al Mercat de les Flors i al Teatre Lliure, el Sistema Metropolità de Teatres i Auditoris de Girona i Salt està treballant per trobar un sistema propi.

I és que la implicació resulta fonamental. Ja no es tracta només de conèixer l'opinió i la valoració de l'usuari. Com diu Sais, «el que s'ha de fer és buscar la manera d'implicar-lo, de fer-lo participar, sigui proposant, programant o, fins i tot, posant preu a un concert». Sense anar més lluny, el músic bisbalenc Sanjosex ja va oferir el 2010 un concert en què els espectadors pagaven la voluntat en sortir. El resultat, un èxit: un 75 % del públic va pagar, amb una aportació entre 5 i 15 euros. Una altra fórmula original i productiva més recent és la que va tenir lloc a Temporada Alta amb el Torneig de dramaturgia, en què autors teatrals presentaven obres de durada mitjana a un preu d'un euro i en què el públic escollia qui era el guanyador que passava la ronda.

Quant al sector teatral, si bé és cert que pateix un constant decreixement de l'aportació econòmica pública, compta amb un avantatge clar respecte a d'altres sectors culturals pel fet que no hi ha possibilitat de pirateria, per la seva condició d'espectacle exclusiu en directe. Com passa també amb els festivals de música, una de les seves sortides ha estat arribar a acords de cogestió d'espais i activitats, fusions de projectes i mancomunat serveis entre municipis. L'Escena Catalana Transfronterera, una comunitat establerta entre Temporada Alta i L'Archipel de Perpinyà, n'és una bona mostra.

Finalment, pocs dubten que una bona sortida és potenciar l'aliança entre el fructífer sector turístic i el cultural com una clau de desenvolupament mutu. És així que, per alimentar el turisme cultural cal buscar atractius i inventar nous *packs*, com la campanya *Girona 10*, un èxit rotund que ha atret l'atenció de molts agents fins ara recelosos. Per a una propera edició, ja es parla que no només consistirà a obrir les portes de museus i comerços, sinó també a ampliar l'oferta amb l'escena teatral.

Jordi Camps és periodista i historiador de l'art.

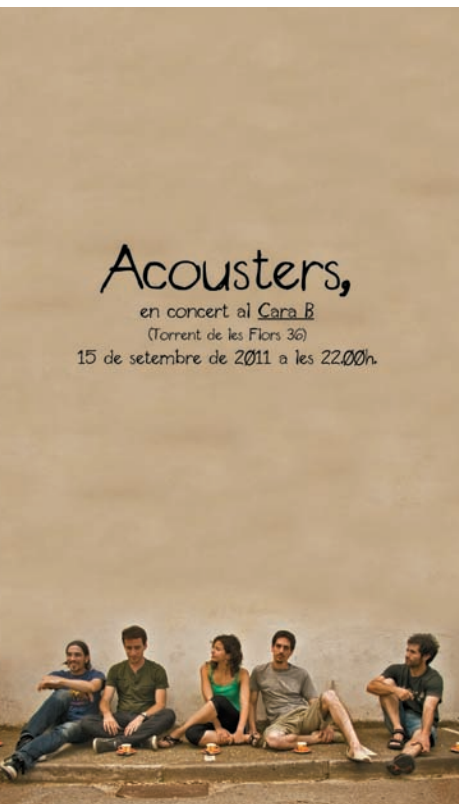


>> *Actors de Coriolà de William Shakespeare. Adaptació i direcció d'Àlex Rigola. Coproducció Teatre Lliure i El Canal - Centre d'Arts Escèniques Salt/Girona amb la col·laboració de Théâtre de l'Archipel en el marc del projecte INTERREG.*



TEATRE DE SALT - AON

Pel que fa a les noves estratègies per apropar-se a l'usuari, una de les que està «obsessionant» més el sector és l'anomenat *ticketing*



Petites aportacions per a projectes culturals

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

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

ÍNGRID PUJOL > TEXT

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

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

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

Verkami, una plataforma per a la creació

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



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



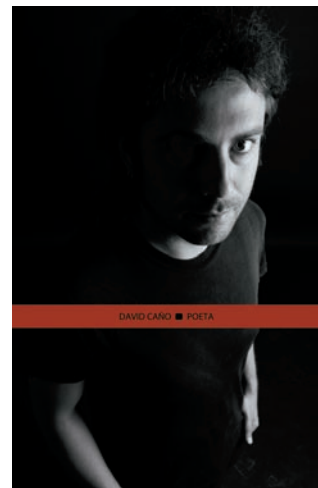
en aconseguir l'objectiu econòmic, i el van acabar superant amb més de 600 euros. Davant d'aquesta oportunitat, i abans que finalitzés el procés a Verkami, Acousters ja va començar a enregistrar els primers temes a finals de desembre amb la producció i l'assessorament de Lluís Costa. Després de mesclades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

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

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

Comerços i PIMES com a mecenes

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



>> El poeta olotí David Caño.

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

PAU CORTINA - AEN



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



DAVID RUANO

Un patrocini per al treballador

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

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

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

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

Íngrid Pujol Rovira és periodista i musicòloga.

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

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

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