



**Diputació
Barcelona**
xarxa de municipis

Fòrum de Regidors i Regidores de Cultura

Polítiques de suport
a la creació local

Índex

1. Presentació	4
2. Coneixement de la situació	5
3. Qüestions clau per a l'anàlisi de la situació	8
Els incentius per a la realització d'activitats de creació artística	8
La situació de congestió d'oferta en les activitats de creació artística	9
Les fortes desigualtats en la distribució de la renda entre creadors artístics	10
El treball dels creadors artístics en la cadena de valor dels sectors de la cultura	12
Els emprenedors i els sectors de la cultura	14
La localització territorial de les activitats de creació artística	16
La valoració cultural i econòmica del treball dels creadors artístics	17
Justificació del suport públic a les activitats de creació artística	19
El suport públic a les activitats de creació artística	20
La distribució de funcions per nivells de govern i les polítiques de suport a les activitats de creació artística	23
Les activitats artístiques amateurs	24
4. Instruments i línies d'actuació	27

5. Annexos	30
Annex 1. Polítiques de promoció de la creació	30
Annex 2. Política de foment de les arts escèniques	31
Annex 3. Política de creació en arts visuals i plàstiques	32
Annex 4. Promoció de les músiques actuals a França	34
Annex 5. Altres vessants de les polítiques en favor de la creació	35
Annex 6. Els espais híbrids	36
Annex 7. La figura de l'amateur als espais del Comfort Moderne	39
Annex 8. <i>Culture commune</i> , el foment de la creació des de la intermunicipalitat	42
Annex 9. La creació i els joves al centre d'arts escèniques Roundhouse	44
Annex 10. <i>Creative partnership</i> , un programa de foment de la creativitat a l'escola	46
Annex 11. L'acompanyament dels artistes del Kuntenaars&Co	48
6. Crèdits	49
7. Referències bibliogràfiques generals	50

1. Presentació

Aquest text és el resultat dels treballs realitzats pel Grup de treball "Polítiques de suport a la creació", del Fòrum de Regidors i Regidores de Cultura que promou l'Àrea de Cultura de la Diputació de Barcelona.

El contingut d'aquest document s'estructura en els següents apartats:

- Resum: es presenta de forma sintètica una síntesi dels principals continguts de l'informe.
- Coneixement de la situació: es presenten certes dades clau relatives a les estadístiques sobre els treballadors culturals i les pràctiques artístiques amateurs.
- Qüestions clau per a l'anàlisi de la situació: l'economia, la sociologia i la ciència política han analitzat en profunditat el fenomen de la creació artística. Com a resultat d'aquestes reflexions, s'han fet certes aportacions teòriques d'interès que ajuden a comprendre amb major profunditat les pautes de comportament del públic cultural, les quals es presenten de forma resumida.
- Instruments i línies d'actuació: es presenten algunes de les pràctiques realitzades a altres països de cara a al suport a l'activitat dels creadors artístics, que poden ser consultades en els annexos.
- Finalment, es detallen les referències bibliogràfiques i documentals consultades.

La metodologia de treball que s'ha seguit per a l'elaboració d'aquest informe ha estat la següent:

- El primer pas consistí en una reunió celebrada el dia 3 d'abril de 2008, en la que els regidors i regidores de cultura participants debateren el guió de qüestions que havien de formar part del contingut del document. D'aquesta manera, es fixaven les pautes generals de la feina de recerca de documentació i d'anàlisi que hauria de fer l'equip responsable de redacció del document.
- El dia 29 de maig de 2008 se celebrà una segona sessió de treball en la que es va estudiar i comentar el text provisional del document presentat. Aquest treball va permetre introduir certes modificacions i millores en el seu contingut.

2. Coneixement de la situació

No hi ha dades disponibles que tractin específicament la qüestió de la creació artística a Catalunya i a Espanya. Una de les principals causes que justifiquen aquesta situació és la dificultat de donar un tractament estadístic adequat a aquest peculiar sector d'activitat econòmica: tant pel que fa referència a la classificació d'aquestes activitats, com per les múltiples i diverses situacions de treball en la que es troben el col·lectiu dels creadors artístics (pluriocupació, ocupació a temps parcial, ocupats assalariats o treballadors autònoms, etc.).

Davant d'això, s'ha optat per oferir les següents informacions relatives a les següents qüestions: d'una banda, les característiques del treball en cultura a la Unió Europea i, d'altra banda, les pràctiques de creació i interpretació artístiques a la província de Barcelona, a Catalunya i a la Unió Europea. D'aquesta manera es proporciona una informació de context, a partir de les dades estadístiques disponibles (encara que indirectament relacionades amb les activitats de creació artística).

a) Característiques del treball en cultura a la Unió Europea.

Per al conjunt de la Unió Europea, prop del 71% de les persones que treballen en cultura són empleats assalariats (percentatges que és del 86% per al mercat de treball total). D'aquests, els percentatges de treballadors amb treball temporal (18%), amb treball a temps parcial (25%) i amb un segon treball (9%), són sempre superiors en el cas dels treballadors culturals respecte del total del mercat de treball (veure Quadre 1).

Aproximadament el 29% dels treballadors culturals restants són operadors del sector privat que treballen com a independents, freelance o emprenedors / ocupadors (percentatge que és del 14% pel mercat de treball total).

La comparació de les xifres del mercat de treball total i el cultural posen de manifest que l'ocupació en els sectors culturals tendeix a ser força més precària. Tot i la manca de xifres més precises i comparables, es pot suposar que aquesta situació de precarietat és encara més accentuada en el cas de les activitats de creació artística (ERICarts, 2006).

b) Pràctiques de creació i interpretació artístiques.

Les dades disponibles relatives a les pràctiques de creació i interpretació artístiques mostren clarament que hi ha segments prou amplis de la població que realitzen aquests tipus d'activitats de forma amateur (és a dir, sense percebre cap remuneració a canvi).

En aquest cas, s'observen certes diferències entre els anys i els àmbits territorials considerats (província de Barcelona, Catalunya i Unió Europea), les quals es poden analitzar amb detall en el Quadre 2.

Quadre 1. Característiques del treball en cultura* en relació al treball total a la Unió Europea (2002)

	TREBALLADORS AMB TREBALL TEMPORAL		TREBALLADORS AMB TREBALL A TEMPS PARCIAL		TREBALLADORS AMB UN SEGON TREBALL		CONTRACTADORS O TREBALLADORS NO ASSALARIATS	
	Treball total	Treball cultura	Treball total	Treball cultura	Treball total	Treball cultura	Treball total	Treball cultura
Alemanya	12%	18%	21%	30%	2%	8%	10%	30%
Austria	7%	11%	19%	26%	4%	9%	9%	39%
Bèlgica	8%	17%	20%	21%	3%	7%	15%	29%
Bulgària			2%	7%	1%	1%	10%	12%
Dinamarca	9%	10%	21%	36%	11%	20%	8%	17%
Eslovàquia	21%	35%	7%	15%	7%	13%	19%	27%
Eslovènia	15%	26%	5%	15%	2%	3%	9%	20%
Espanya	30%	34%	8%	16%	2%	6%	17%	25%
Estònia	2%	2%	7%	13%	4%	4%	5%	5%
Finlàndia	17%	24%	12%	24%	4%	8%	9%	19%
França	14%	29%	16%	24%	3%	10%	9%	20%
Grècia	11%	21%	4%	14%	3%	9%	30%	31%
Hongria	7%	11%	3%		2%	5%	12%	19%
Irlanda	5%		17%	24%	2%	4%	13%	28%
Islàndia	6%	5%	29%	41%	17%	29%	15%	35%
Itàlia	9%	19%	9%	17%	1%	7%	26%	47%
Letònia	11%	9%	7%	10%	7%	19%	6%	6%
Lituània	6%	2%	8%	15%	7%	18%	6%	8%
Luxemburg	4%	1%	12%	16%	1%	3%	7%	16%
Noruega	10%	17%	26%	29%	9%	13%	5%	19%
Països Baixos	14%	19%	44%	56%	6%	14%	11%	32%
Portugal	21%	35%	7%	15%	7%	13%	19%	27%
Regne Unit	6%	10%	25%	26%	4%	7%	11%	28%
República Txeca	8%	15%	5%	12%	2%	7%	16%	29%
Suècia	16%	22%	21%	28%	9%	14%	9%	27%
Suïssa	13%	14%	33%	45%	6%	14%	14%	27%
Xipre	9%	5%	6%	11%	5%	5%	20%	20%
UE 25**	12%	18%	17%	25%	3%	9%	14%	29%

Font: Enquesta Eurostat sobre les forces de treball 2002/Serei de premsa 68/2004¹. El mètode d'estimació ha estat perfeccionada per una task force especial d'Eurostat sota la direcció del DEP (Departament dels estudis i de la prospectiva) del ministeri francès de cultura i comunicació.

* Les professions de la cultura són activitats professionals que tenen una dimensió cultural, com llibreter, escriptor, artista, arquitecte, etc. La professió es defineix com un subconjunt de la classificació CIP. Totes aquestes professions es tenen en compte sigui quina sigui l'activitat principal del contractador. Les activitats culturals són definides com un subconjunt de la classificació NACE i inclouen l'edició, les activitats cinematogràfiques i de vídeo, la venda a l'engròs i al detall de béns culturals. És a dir, que aquestes dades no es limiten als artistes (les dades dels quals no estan disponibles per a fer anàlisis comparatives).

** La dada agregada de la UE ha estat calculada sobre la base de 23 Estats membres, perquè no hi havia cap dada disponible sobre Malta i Polònia.

¹ European Institute for Comparative Cultural Research (ERICarts). *La Situation des professionnels de la création artistique en Europe*. Brusel·les: Parlament Europeu, 2006.

Quadre 1. Comparativa de les pràctiques culturals a la província de Barcelona, a Catalunya i a la Unió Europea

	DEMOSCERC*		ENQUESTA DE CONSUM I PRÀCTIQUES CULTURALS DE CATALUNYA		EUROBARÒMETRE	
	Província Barcelona		Catalunya		Unió Europea	
	2005	2007	2001	2006	2001	2007
Escriure	5,5%	31,5%	13,3%	19,8%	15,1%	12,0%
Interpretar un instrument	30,8%	32,9%	8,9%	12,3%	12,5%	10,0%
Cantar	5,2%	17,7%	3,1%	3,2%	19,8%	15,0%
Fer teatre	11,0%	12,9%	2,4%	3,2%	3,8%	3,0%
Fer dansa	16,2%	19,2%	3,2%	4,2%	22,0%	19,0%
Fer treballs d'arts plàstiques**	35,8%	44,5%	12,6%	25,7%	14,8%	16,0%
Fer treballs manuals			22,6%	34,8%		36,0%
Fotografia o pel·lícula	6,8%	43,2%			29,4%	27,0%
Cultura tradicional	2,2%	14,8%				

Font: elaboració pròpia a partir de les dades de les enquestes DEMOSCERC, de consum i pràctiques culturals de Catalunya i l'Eurobaròmetre.

DEMOSCERC²: Enquesta de l'Àrea de Cultura de la Diputació de Barcelona sobre els hàbits i les pràctiques culturals de la ciutadania dels municipis de més de 50.000 habitants de la província de Barcelona, encara que pot ser extensible a altres municipis. L'any 2005, l'enquesta es va fer a 17 municipis mentre que l'any 2007 van ser 22 els municipis.

ENQUESTA DE CONSUM I PRÀCTIQUES CULTURALS DE CATALUNYA³: Enquesta realitzada per l'Institut d'Estadística de Catalunya (IDESCAT) per al Departament de Cultura i Mitjans de Comunicació.

EUROBARÒMETRE⁴: La Unió Europea realitza periòdicament enquestes, anomenades Eurobaròmetre, sobre diferents aspectes. L'Eurobaròmetre 56.0 realitzat l'any 2001 sobre la participació dels ciutadans europeus en les activitats culturals agrupava les dades dels 15 països de la Unió Europea en aquell moment, mentre que l'Eurobaròmetre 67.1 realitzat l'any 2007 sobre els valors culturals dels ciutadans europeus agrupava ja les dades dels 27 països de la Unió Europea.

*Cal assenyalar que les dades del DEMOSCERC inclouen tant les pràctiques vinculades amb la formació artística com les pràctiques artístiques amateurs.

** Cal assenyalar divergències de criteri pel que fa a fer treballs d'arts plàstiques: el criteri de l'enquesta de la Generalitat és Dibuixar o pintar, mentre que el criteri de l'Eurobaròmetre és Practicar altres activitats artístiques (escultura, pintura, dibuix, creativitat amb l'ordinador com disseny de webs etc.)

² Es pot consultar la metodologia i els resultats de l'enquesta al web: <http://www.diba.es/cerc/recerca.asp>

³ Es pot consultar la metodologia i els resultats de les diferents onades de l'enquesta dins les estadístiques penjades al portal del Departament de Cultura de la Generalitat: www20.gencat.cat/portal/site/CulturaDepartament

⁴ Es poden consultar els Eurobaròmetres sobre cultura 56.0 i 67.1 al web: http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/eb_special_en.htm

3. Qüestions clau per a l'anàlisi de la situació

Els incentius per a la realització d'activitats de creació artística

Les motivacions que impulsen a les persones a realitzar activitats de creació artística són complexes i variades. Sintèticament, i des de la perspectiva econòmica, aquestes es poden agrupar en dues grans categories: els incentius de caràcter no pecuniari (de satisfacció personal i de reconeixement social) i els de caràcter pecuniari o econòmic.

Una característica important de l'economia de la cultura és la preferència dels artistes pel treball creatiu per motius no només pecuniaris (Abbing, H., 2005). És a dir, a més a més de l'interès dels artistes per treballar amb el propòsit d'obtenir una renda (motivació comuna en tots els treballadors), la preferència d'aquests pel treball creatiu es justifica també per raons de caràcter no pecuniari:

- D'una banda, en el sistema de valors dels artistes es dona una gran importància a la satisfacció pel treball realitzat: "els artistes estan intrínsecament motivats per a produir obres d'art, i en fer-ho obtenen una satisfacció per participar en l'acte creatiu". Conseqüència d'això, els artistes estan disposats, en general, a cobrar menys del que cobrarien davant d'una possible alternativa de participar en un treball "no creatiu", però també toleren menys el control sobre el seu procés creatiu. Això suposa que com a contrapartida obtenen una satisfacció creativa (fet que es dona, sobretot, en els més joves) (López Sintas, J., García Álvarez, E., 2008).
- D'altra banda, també es pot tenir un elevat desig d'assolir un cert reconeixement social (mitjançant la consecució d'un determinat prestigi o imatge en la col·lectivitat).

Així, els artistes "venen els productes del seu treball en un mercat dual (el mercat dels béns físics i el mercat de les idees), en el que el valor econòmic i el cultural proporcionen mesures diferents de l'èxit dels seus propòsits" (Throsby, D. 2001).

La situació de congestió d'oferta en les activitats de creació artística

La presència d'incentius no pecuniaris en les activitats de creació artística comporta que es doni una situació de congestió d'oferta en aquests mercats, tendència que es veu reforçada com a conseqüència de l'existència de certs trets característics de la pròpia economia d'aquestes activitats. En aquest escenari, les polítiques públiques de suport a la creació tendeixen a amplificar aquesta situació de congestió, més que no pas a reduir-la.

Malgrat les dificultats econòmiques que, en general, hi ha en els mercats de treball de les activitats de creació artística, "és sorprenent [des d'una òptica estrictament econòmica] que nous artistes es continuïn incorporant al món de les arts. Així, malgrat els baixos ingressos econòmics que proporcionen, les arts són evidentment atractives" (Abbing, H., 2005).

Aquesta situació, que és un reflex de l'existència dels incentius no pecuniaris, es veu reforçada a més a més per la presència de certs trets característics de la pròpia economia d'aquestes activitats:

- Per un costat, la superpoblació de competidors és una situació que, en bona mesura, resulta de la dinàmica de "recompensar-amb-tot-al-guanyador" característica de certs mercats (com els esports, l'alta educació i la recerca, les tecnologies de la informació, etc.) (Frank, R. J., Cook, P. J., 1995). Així, hi ha un gran nombre de persones que entren en aquests mercats amb l'expectativa d'assolir l'elevada recompensa que proporciona l'èxit (tant en termes de reconeixement social, com de renda), objectiu que com es veurà més endavant, només aconsegueixen unes minories.
- Per un altre costat, aquesta contínua superoferta d'ambicions creatives, típica de tots els sectors de la cultura i la comunicació, té probablement una altra raó: "les idees són barates i proliferen amb la seva utilització." (Kretschmer, Klimis, y Choi, 1999). Així, aquesta superpoblació de competidors es dona de forma diferent segons els costos fixos de producció del prototip dels productes culturals, ja que aquests costos plantegen unes desiguals barreres d'entrada al mercat.

En aquest escenari, també cal destacar que algunes anàlisis realitzades posen de manifest que les polítiques públiques de suport a la creació tendeixen a amplificar aquesta situació de congestió del mercat de la creació artística (més que no pas a reduir-la). D'una banda, l'excés d'oferta es veu afavorit per la política desenvolupada a nivell de les escoles d'art, les quals ofereixen "massa" programes en proporció a les perspectives futures de treball (Benhamou, F., 2005). D'altra banda, i des d'una perspectiva general, les polítiques de suport a la creació artística mitjançant ajuts directes o indirectes també tendeixen a tenir efectes en aquest sentit (Abbing, H., 2005).

Les fortes desigualtats en la distribució de la renda entre creadors artístics

En els mercats de treball de la creació artística s'observen unes desigualtats de distribució de la renda molt accentuades. Des de les superestrelles que se situen a la franja més alta d'aquests mercats i que representen una minoria d'aquest col·lectiu, fins a la franja de creadors semi-professionals i amateurs on hi ha la major part de les persones que es dediquen a aquestes activitats.

Fàcilment es constata que una reduïda part dels creadors artístics i dels intèrprets perceben elevades sumes de diners pel seu treball, mentre que a la majoria se'ls paga realment poc. Certament, la bretxa entre ambdós col·lectius "és desproporcionadament gran comparada amb les diferències de talent" existents (Benhamou, F., 2005).

Aquesta qüestió constitueix un clar problema de distribució de recursos i ha estat objecte d'estudi per part de l'anàlisi econòmica. L'any 1981, l'economista Sherwin Rosen va publicar el primer article sobre la qüestió titulat "*The economics of Superstars*". Segons aquest treball, la raó subjacent d'aquestes grans diferències de renda s'explica segons dues raons fonamentals:

- D'una banda, hi ha una substituïbilitat imperfecta en una sèrie de qualitats del treball dels artistes per a donar un mateix servei. És a dir, tots els creadors i intèrprets ofereixen un mateix tipus de prestació, però els resultats del seu treball no són plenament substituïble entre ells.
- D'altra banda, les tecnologies de producció (i de reproducció) permeten el consum conjunt de les obres culturals (com s'esdevé gràcies a la televisió, la ràdio, etc.). Per tant, els rendiments econòmics que es poden generar a través de l'explotació comercial de les obres culturals són molt elevats. L'existència d'economies d'escala i de xarxa en els mercats culturals són les raons que expliquen aquest fet:
 - Per un costat, hi ha els sectors culturals en els que el progrés tecnològic ha permès millorar la productivitat gràcies a la possibilitat de reproduir mecànicament els prototips (llibre, fonogrames, audiovisual, etc.). Sens dubte, aquest fet permet la generació d'extraordinàries economies d'escala.
 - Per un altre costat, en el procés de difusió de les obres culturals en el mercat es desenvolupa mitjançant la comunicació "boca a boca" entre els consumidors, generant-se els corresponents "efectes de contagi", a través dels quals es propaga una determinada opinió del producte (que es "posa de moda"). Aquest és un

mecanisme que introdueix retroalimentacions positives en el mercat, i és generador de rendiments creixents que enforteixen als que tenen èxit i agreugen la situació dels que no en tenen.

L'existència d'economies d'escala i de xarxa són dues de les principals fonts generadores dels "mercats on el guanyador es queda amb tot" (*winner-take-all-markets*) (Frank, R. H. y Cook, P. J., 1995). La denominació *winner-take-all* es justifica perquè "el valor obtingut de la producció en aquests mercats, depèn sovint de l'esforç que fan només un petit nombre d'actors principals (*top performers*), que són remunerats en correspondència amb això". La característica d'aquests mercats és que estan regits per unes regles de l'oferta i la demanda "molt diferents" a les dels mercats tradicionals que els economistes han estudiat normalment.

A l'altre extrem del mercat de creadors artístics, hi ha el col·lectiu de creadors que desenvolupen la seva activitat de forma semi-professional o amateur. Aquests són aquells que es dediquen a les activitats de creació artística obtenint una renda mitjana molt inferior:

- Els artistes que complementen els seus ingressos obtinguts com a creadors artístics (de forma més intensa que altres professionals) amb ingressos obtinguts d'altres fonts: d'altres ocupacions (que poden estar relacionades amb les activitats culturals –com la formació, etc.- o no), del patrimoni propi, de la família, de les ajudes socials, etc.
- Els artistes que practiquen l'activitat per plaer, sense treure'n cap profit econòmic. Des d'una perspectiva econòmica, aquests artistes no haurien de ser considerats com a productors d'activitats generadores de valor afegit, sinó com a consumidors que gasten la seva renda en un *hobby* (Abbing, H., 2005). Per tant, el valor d'aquestes activitats és–sobretot– de caràcter social (més que no pas econòmic).

Certament, la línia divisòria entre artistes professionals, semi-professionals i amateurs no està ben definida, però aquest fet constitueix una realitat evident. A més a més, es poden donar relacions molt fructíferes entre aquests diferents estrats de la creació artística. Per exemple, l'amateurisme és una font de captació de nou talent (una "pedrera") en les activitats culturals professionals.

Indubtablement, l'existència d'aquesta situació és un tret distintiu de l'economia de la cultura (respecte de moltes altres activitats econòmiques), que condiciona fortament la dinàmica de funcionament del sector i les formes d'intervenció pública corresponents.

El treball dels creadors artístics en la cadena de valor dels sectors de la cultura

La naturalesa i les característiques pròpies de les activitats culturals, justifiquen la necessitat d'organitzar el treball dels artistes de forma molt flexible.

D'aquesta manera, es facilita la participació de les persones amb les habilitats i el talent més adequats segons les necessitats específiques i canviants de cada projecte creatiu.

Encara que la taxa de desocupació en els sectors de treball artístic és comparable amb la del conjunt dels treballadors, en aquests es donen formes d'organització del treball més inestables i flexibles. Això s'explica sobretot per dos conjunts de factors (Benhamou, F., 2005):

- Pel caràcter discontinu de l'activitat creativa: els creadors treballen per projectes, hi ha persones que compaginen diverses ocupacions, etc.
- Les qualificacions i habilitats específiques que es requereixen per a cada projecte són molt variables, atesa la infinita diversitat de projectes culturals que es porten a terme.

La principal explicació d'aquesta peculiar forma d'organització del treball dels creadors artístics resideix en el fet que les activitats culturals són activitats basades en projectes (*project-based-industries*) (Lampel, Lant i Shamsie, 2000). En aquesta forma d'organització industrial, les activitats poden realitzar-se de forma internalitzada en les pròpies empreses, i/o amb la seva externalització (o *outsourcing*):

- D'una banda, hi ha els projectes que són realitzats per les persones que formen part d'una mateixa empresa. En aquest cas, aquestes persones s'organitzen en forma de *project teams* dins d'una mateixa corporació.
- D'altra banda, hi ha els projectes desenvolupats per persones que formen part de diferents empreses, o bé són *freelancers*. Aleshores, els participants en el desenvolupament del projecte s'organitzen en forma de *project networks*.

La forma d'organització del projecte constitueix una decisió estratègica de gran importància, que ha de tenir en compte múltiples aspectes de caràcter divers. Per exemple: com es pot facilitar l'entrada en el projecte de les persones que tenen unes millors habilitats tècniques / creatives; fins a quin punt totes aquestes persones comparteixen els valors, les motivacions i les dinàmiques de treball que es requereixen per a integrar-se a una empresa (on les tasques que s'hi realitzen tendeixen a ser serialitzades); com es pot coordinar millor el treball de totes les persones que participen a un projecte; etc..

Els sectors culturals, i molt especialment la tasca dels creadors, tendeixen a organitzar-se mitjançant fórmules d'externalització dels serveis. Aquesta solució és la forma més eficient d'organitzar els projectes, sobretot quan es donen les dues condicions següents (Frederiksen, L. i Lorenzen, M., 2004 i 2006):

- "Quan els projectes necessiten incloure recursos i habilitats tècniques noves i canviants.
- Quan les motivacions dels treballadors i la natura de tasques a realitzar fan ineficients el govern i la planificació d'aquestes activitats a l'empresa."

Segons el subsector de la cultura que es consideri, pot predominar l'estratègia d'internalització o bé la d'externalització. Per exemple: s'internalitza a l'empresa bona part del treball creatiu i artístic en aquells sectors en els que el procés de producció es dona de forma serialitzada (ràdio, televisió, videojocs, etc.), mentre que aquells en els que hi ha una discontinuïtat (llibre, cinema, fonogrames, arts interpretatives, etc.) es donen més freqüentment les formes de treball independent o de *free lancers*.

Així, tot i la forta concentració empresarial que hi ha en alguns d'aquests mercats, els sectors culturals tendeixen a organitzar-se en forma d'empreses xarxa. Per exemple, en les dites "organitzacions latents", que són formes d'organització que "uneixen configuracions d'actors clau que mantenen relacions entre sí, les quals esdevenen actives i evidents quan projectes nous ho demanen. Atès que les organitzacions latents ofereixen el mitjà per reunir actors clau per a projectes específics, aquestes constitueixen una font important de continuïtat i de qualitat garantida en la producció en indústries aparentment caracteritzades per la discontinuïtat i el canvi" (Starkey, K., Barnatt, C., Tempest, S., 2000).⁵

En la mesura que els projectes s'organitzen predominantment a través del mercat (i no dins d'una mateixa empresa), és necessari tenir una visió sistèmica del procés de producció en la seva integritat. Així, cal contemplar les fases de producció i venda dels productes tot considerant el conjunt de la cadena de valor: totes les empreses implicades i les connexions existents entre si. En altres paraules, és necessari considerar l'"empresa – xarxa" en la seva globalitat.

⁵ Per exemple, "la producció de cada pel·lícula reuneix a un equip de companyies de producció especialitzades i contractistes independents, cada una experta en el seu camp i amb el seu propi personal qualificat. Conjuntament, totes aquestes parts configuren una empresa – xarxa de curta vida, el període vital de la qual es limita a la duració del projecte" (Rifkin, J., 2000).

Els emprenedors i els sectors de la cultura

En els sectors culturals hi ha una notable presència d'emprenedors, que constitueixen una forma de canalitzar el treball dels artistes creatius en el mercat. És més, sovint, molts artistes creatius emprenen la iniciativa de constituir la pròpia empresa, el que habitualment requereix millorar la visió que aquests tenen del mercat, i la seva formació com a empresaris. D'altra banda, la dificultat que els emprenedors tenen per accedir a finançament és una de les principals barreres a superar.

Una forma de canalitzar el treball dels artistes creatius en el mercat és a través dels emprenedors. Així, la figura de l'emprenedor té una notable importància i dinamisme en el sector cultural, atès l'elevat nombre de petites empreses que apareixen anualment, tot oferint serveis especialitzats en nínxols del mercat.

L'emprenedor, amb la combinació de nous mitjans de producció, promou la creació d'empreses i de llocs de treball. La capacitat empresarial és la pràctica de posar en marxa noves organitzacions o negocis, tot donant resposta a oportunitats identificades. L'emprenedor és, fonamentalment, un innovador que mitjançant la seva iniciativa "fomenta el canvi estructural i crea avantatges competitius."

En aquest escenari, el flux d'entrada i sortida d'empreses noves canvia constantment els competidors en el mercat, motiu pel qual cal considerar aquest procés d'entrada i sortida com una font de canvi en les indústries. Per tant, com ja s'ha dit anteriorment, la capacitat de empresarial (*entrepreneurship*) és una font d'innovació en el mercats.

Específicament, els estudis sobre el paper dels emprenedors en els sectors culturals, posen de manifest les següents qüestions de major interès (Hölzl, W., 2005):

- Com s'ha dit, en el mercat del treball dels sectors culturals/creatius hi ha "una sobre-oferta de treball crònica", hi ha una abundància de situacions de pluriocupació i/o de treball a temps parcial, i una forta presència de motivacions no pecuniàries per a entrar en aquests mercats. No hi ha dubte que en aquest entorn, tendeixen a predominar les persones amb una alta capacitat d'iniciativa i de creativitat les quals, però, tenen una baixa visió de mercat a l'hora de desenvolupar els seus projectes.
- D'altra banda, l'elevada presència d'emprenedors joves que, en general, tenen un alt nivell de formació, explica en part l'alt grau d'atomització empresarial del sector. Majoritàriament, són empreses de petita dimensió, en les que el lideratge correspon al personal creatiu, el qual (sovint) té dèficits en la seva formació com a empresari (qüestió que es pot resoldre amb la contractació de serveis professionals exteriors i amb formació) o que, fins i tot, té una feble visió de mercat en el disseny dels seus productes.

- Les indústries creatives són activitats que tenen un caràcter molt volàtil i vulnerable, ja que evolucionen segons els ràpids canvis que es donen en les pautes de comportament dels consumidors. Un dels principals efectes que té aquesta característica és la dificultat que hi ha per a accedir a finançament. Per això, l'accés al finançament esdevé com una de les barreres principals als emprenedors que cerquen capital inicial per a realitzar les seves idees.

La localització territorial de les activitats de creació artística

Les activitats de creació artística tendeixen a localitzar-se de forma altament concentrada en grans nuclis urbans. L'existència d'economies de localització i d'aglomeració justifiquen aquest fet.

La distribució regional de l'ocupació cultural "reflecteix la concentració regional de les activitats culturals, concentrades en els centres urbans" (Benhamou, F., 2005). Això s'explica, principalment, per l'existència d'economies de localització i d'aglomeració, que influeixen sobre la ubicació de les empreses del sector cultural en el territori. El fet que determinades activitats estiguin concentrades en una determinada zona ofereix, en general, avantatges en la localització de les empreses d'aquests sectors. Així mateix, les aglomeracions urbanes proporcionen una àmplia oferta d'infraestructures i serveis, amb el que es facilita la ubicació de nombroses activitats de diversos tipus en un mateix espai.

L'anàlisi econòmica indica que algunes activitats "s'agrupen en localitzacions geogràfiques concretes (com ciutats o districtes especialitzats)," mentre que en d'altres casos és possible un major grau de dispersió geogràfica. En el sector cultural, i molt especialment en aquells casos en els que l'activitat s'organitza mitjançant projectes que es realitzen de forma externalitzada, sembla que el desenvolupament i la coordinació d'aquestes activitats tendeixen a ser altament sensibles a la distància geogràfica (Frederiksen, L., i Lorenzen, M., 2004):

- D'una banda, tot indica que la tendència a l'agrupació geogràfica es reforça en aquells projectes en els que "les persones, els efectes de reputació, i la confiança social, són mecanismes de coordinació bàsics".
- D'altra banda, també poden existir "mecanismes de coordinació institucionalment arrelats" en mercats locals (els potencials col·laboradors es coneixen), i les distàncies cognitives es redueixen (és a dir, existeix una comunitats de col·laboradors, o alguna forma d'organització latent).

En conseqüència, el sector cultural i creatiu tendeix a operar com a *cluster* territorial, en el que la proximitat permet generar economies, i redueix els costos de transacció. Així, el denominat districte industrial (o districte digital) esdevé la forma d'organització característica de l'activitat d'aquests sectors, entenent-lo com una concentració d'empreses que pertanyen a un mateix sector d'activitat, i que es localitzen en un espai territorial delimitat, les quals tenen un elevat nivell d'especialització, cooperen mútuament i intercanvien idees entre elles.

La valoració cultural i econòmica del treball dels creadors artístics

El valor del treball dels creadors artístics es realitza paral·lelament a nivell cultural i a nivell econòmic. Aquesta valoració no sempre és fàcil de determinar i, a més a més, pot ser controvertida.

Lògicament, la valoració econòmica tendeix a tenir un caràcter preferent en aquelles activitats que es canalitzen a través del mercat, mentre que quan hi ha una intervenció dels poders públics o de les organitzacions sense ànim de lucre, predominen els criteris de valoració cultural (amb els problemes que això comporta).

El pensament econòmic clàssic del segle XIX, considerava les activitats culturals com a activitats improductives. Amb el procés de mercantilització de la cultura esdevingut al llarg del segle XX en les societats occidentals, hi ha un conjunt d'activitats culturals que són generadores de valor econòmic.

En aquest "nou" context, una bona part de les activitats de creació artística han de ser considerades com a productives des de l'òptica econòmica, ja que són el punt de partida d'un procés de generació de valor afegit amb els conseqüents impactes directe i indirecte sobre el conjunt de l'activitat econòmica. Així, els sectors culturals, l'activitat dels quals neix a partir del treball dels artistes i creadors, contribueix de forma creixent a la generació de riquesa i de llocs de treball en les economies més avançades i, al mateix temps, afavoreix el desenvolupament d'altres sectors de l'economia.

Les relacions entre els creadors artístics i el mercat són, sovint, controvertides, ja que el valor cultural i el valor econòmic del treball artístic no són necessàriament coincidents. D'una banda, el treball creatiu pot veure's limitat o condicionat per les exigències del mercat; d'altra banda, la remuneració d'aquest treball es produeix en funció del resultat comercial obtingut en el mercat. Més concretament:

- El valor cultural resulta molt difícil (o impossible) de quantificar, i aquest tendirà a ser objecte de valoracions de caràcter subjectiu o qualitatiu. A més a més, s'ha de tenir en compte que la valoració cultural és multidimensional: es pot considerar el valor estètic (bellesa, forma, etc.), el valor espiritual (religiós o laic), el valor social (de pertinença, d'identitat, etc.), el valor històric (de sensació de continuïtat amb el passat), el valor simbòlic (significat propi), el valor d'autenticitat (obra singular i única), etc. (Throsby, D. 2001). Per tant, la valoració cultural també pot resultar en si mateixa molt controvertida.
- El valor econòmic de les produccions artístiques és quantificable: en funció de la quantitat de treball que es requereix per a la seva producció, o bé segons el resultat obtingut en el mercat a partir de la resposta donada pels consumidors.

Ambdues valoracions es donen de forma complementària en tots els casos. Tanmateix, en les activitats dels creadors artístics que es realitzen

predominantment a través del mercat, l'assignació de recursos es realitzarà preferentment segons criteris de valoració econòmica. En canvi, quan l'assignació de recursos es produeixi fora del mercat (per exemple, a través de l'acció dels governs o d'organitzacions sense ànim de lucre), els criteris de valoració cultural seran presos en consideració d'una manera més rellevant (o així hauria de ser).

En general, la incidència de la valoració econòmica sobre el treball dels artistes tendirà a ser major en aquells casos en que la producció i la comercialització de les obres culturals requereix disposar d'elevats capitals. Per exemple, quan cal fer grans inversions per a la producció dels prototips (com és el cas de la cinematografia); o quan hi hagi unes altes expectatives de generació d'economies d'escala (circumstància que, en principi, es dona en l'àmbit de les indústries culturals: llibre, fonogrames, cinema i audiovisual, multimèdia, etc.). Això suposa, d'altra banda, que en aquestes activitats hi ha unes majors barreres d'entrada, fet que dificultarà de forma extraordinària que el propi treballador creatiu pugui promoure "aïlladament" el procés de producció i venda de les seves obres. Per a fer-ho, aquest haurà de comptar amb la decisiva participació d'empreses de producció, edició, distribució i venda, que disposin dels capitals necessaris a tal efecte.

Per contra, en les altres activitats culturals (els denominats sectors culturals artesanals com les arts interpretatives o les arts visuals), la valoració econòmica podrà tenir –en general– un paper menys rellevant. A més a més, el treballador creatiu podrà organitzar amb mitjans propis el procés de producció i venda de les seves obres més fàcilment (com a emprenedor, treballador auto-ocupat, etc.).

La valoració cultural –que com s'ha dit, és difícil i complexa– és especialment rellevant per a corregir les situacions de fallada del mercat que es donen en les activitats culturals, i que justifiquen una intervenció pública en aquest camp (o un paper destacat d'organitzacions sense ànim de lucre). Aquesta justificació no suposa, no obstant, que aquesta intervenció fora del mercat es porti a terme per part d'un agent planificador que disposi d'una informació perfecta sobre el valor cultural, i d'una visió de futur que garanteixi la plena consecució de l'interès públic (Mazza, I., 2005). La dificultat i la complexitat que suposa la valoració cultural planteja, consegüentment, un problema difícil d'elecció pública (qüestió que es tracta a continuació)

Justificació del suport públic a les activitats de creació artística

Des de la perspectiva econòmica, es justifica una intervenció del sector públic que doni suport a les activitats de creació artística.

A més a més, es reconeix que hi ha un creixent impacte de les activitats culturals –que en bona part es desenvolupen com a conseqüència del treball creatiu dels autors i intèrprets- en el conjunt de l'economia.

Els sectors culturals són generadors d'externalitats positives com, per exemple, els valors de la innovació, de l'excel·lència artística, de la identitat i del patrimoni cultural, etc. A més a més, com tots els béns d'informació, els productes culturals tendeixen a tenir característiques de bé públic. Aquests fets justifiquen, en termes d'anàlisi econòmica, una intervenció pública en els sectors culturals. Així, a molts països d'Europa hi ha una llarga tradició de provisió i de foment públics en aquest sector, amb mesures específicament adreçades al col·lectiu dels treballadors creatius.

Tradicionalment, i d'altra banda, s'ha considerat que la funció del desenvolupament cultural i artístic es circumscriu primordialment en aportar cohesió social a les col·lectivitats, i formació a les persones. Des de fa unes dècades, i sense menystenir el reconeixement d'aquesta funció principal, s'ha profunditzat en l'anàlisi de les relacions entre cultura i economia. Els avenços realitzats en aquest sentit, han posat de manifest –mitjançant l'elaboració de múltiples estudis d'impacte econòmic-, que les activitats culturals contribueixen al desenvolupament de l'economia en quatre sentits fonamentals:

- Les activitats culturals, com qualsevol altra activitat econòmica, són generadores de valor afegit i creadores d'ocupació, amb una aportació cada cop major en el creixement de les economies avançades.
- Les activitats culturals es caracteritzen per tenir una gran exigència de creativitat i innovació, motiu pel qual poden contribuir positivament al desenvolupament de la "ciutat creativa" (és a dir, als espais urbans en els que es presta una atenció primordial a la innovació, on hi ha una cultura oberta al risc, i una cooperació estratègica entre agents econòmics).
- Paral·lelament, són activitats que poden afavorir les decisions de localització de les empreses, ja que contribueixen a generar un entorn amb un nivell de qualitat de vida més atractiu.
- I, en darrer lloc, en certs casos tenen un efecte polaritzador sobre altres activitats (via l'efecte proveïdor).

El suport públic a les activitats de creació artística

El suport dels governs a les activitats de creació artística es pot donar de forma directa mitjançant el suport a creadors i productors, o indirectament a través de la difusió de les seves obres.

En qualsevol cas, es plantegen els problemes de l'elecció pública dels projectes, i de la determinació dels criteris de valoració corresponents.

En les economies més avançades, i molt especialment en els països de la Unió Europea, "els governs moderns es preocupen pel benestar econòmic dels seus artistes. En el modern estat del benestar, cap grup ha de ser abandonat i menys els artistes" (Abbing, H., 2005). Tanmateix, aquest esforç de recursos públics sembla insuficient, i mostra diferències substancials segons el país considerat.

Com s'ha exposat en les pàgines anteriors, els creadors artístics són un col·lectiu de persones que realitzen el seu treball amb diferents graus de professionalització (o amateurisme), i que configuren un sector d'activitat en el que hi ha molts i variats incentius (pecuniaris o no) per a entrar-hi. Per tant, el suport públic a les activitats de creació artística ha de saber donar respostes complementàries a aquesta realitat complexa: des del foment de les pràctiques amateurs, el suport als nous creadors "emergents", i la dinamització del treball d'aquells que han assolit un cert grau de professionalització.

El suport dels governs a les activitats creatives es pot donar, bàsicament, a un doble nivell:

- D'una banda, les administracions poden fomentar aquestes activitats de forma directa, mitjançant la concessió d'ajuts financers, l'accés a infraestructures de creació/producció, o facilitant la difusió de les seves obres a través dels serveis públics corresponents.

Aquesta línia d'intervenció pública, però, pot tenir certs efectes sobre el propi sector de la creació artística, que han estat posat de manifest en diversos estudis econòmics sobre la matèria.

- Per un costat, aquest suport a la creació artística amplifica la tendència a la situació de congestió d'oferta d'aquests mercats, sense que garanteixi una millor distribució de la riquesa entre els creadors i artistes (Abbing, H., 2005). No obstant això, cal remarcar que aquesta observació es planteja des d'una òptica estrictament econòmica, i que una major congestió d'iniciatives (professionals i amateurs) en l'àmbit de la creació artística ha de ser valorada de forma totalment positiva des de la perspectiva de l'interès social.

- Per un altre costat, la permanència en el temps dels ajuts en els creadors / productors més consolidats, pot limitar les oportunitats de creació de noves empreses, amb els consegüents efectes negatius sobre la capacitat d'innovació del sector (Hölzl, W., 2005).
- D'altra banda, hi ha l'acció pública de difusió cultural que, de forma indirecta, també constitueix una línia de suport a la creació artística. En aquest sentit, s'ha de tenir en compte l'elevada despesa que molts governs realitzen en la programació d'activitats culturals i, molt especialment, el grau de compliment de la normativa relativa a la propietat intel·lectual.

En ambdós casos, però, es planteja el problema de l'elecció pública dels projectes culturals (és a dir, d'elecció fora del mercat), i de la determinació dels criteris de valoració corresponents. Com s'ha esmentat anteriorment, l'avaluació de la qualitat –que és un factor multidimensional que engloba aspectes tècnics, estètics, culturals i socials- pot resultar molt controvertida.

“En la bibliografia de l'economia de la cultura es fa constar de forma abundant el suport dels ciutadans, almenys fins a un cert punt, a les ajudes públiques a l'art, però segueix existint el problema de com traslladar les preferències del públic respecte del tipus de productes culturals que han de finançar-se, sobre el conjunt d'obres que es produeixen amb aquests fons. El problema econòmic del disseny organitzatiu de la capacitat d'actuació discrecional de les agències culturals, i el seu control polític precisa d'una investigació més profunda” (Rushton, M., 2005)

Respecte d'aquesta qüestió, cal fer dues consideracions relatives a l'organització del procés de decisió, d'una banda, i dels criteris de decisió, de l'altra:

- Els problemes d'organització del procés de decisió poden ser “parcialment resolts gràcies a un sistema de valoració per tercers de la qualitat i altres característiques rellevants de cada producte artístic” Així, experts i crítica generen una gran quantitat d'informació sobre la qualitat de les obres culturals, tot i que “la informació i les avaluacions generades per aquestes terceres parts poden tenir diferents nivells de fiabilitat segons el grau d'independència dels experts i crítics” (Trimarchi, M, 2005).

Així, els experts poden tenir un cert paper com a “mur de contenció”, tant en el sector públic com en el privat. L'absència de llibertat provoca que el mercat de l'art no sigui perfectament competitiu. “Per tant, hi ha la possibilitat que els experts s'apropriïn de les rendes fent ús del seu poder per a restringir l'entrada”. Davant d'això, i per tal de “reduir la bretxa que pugui existir entre la política cultural i les preferències dels ciutadans, es suggereix millorar la participació pública en el procés d'elaboració de les

polítiques.” Tanmateix, els estudis realitzats indiquen que ni la plena delegació als polítics electes, com tampoc la implementació de mecanismes de democràcia directa, garanteixen una solució òptima (Mazza, I., 2005).

Finalment, indicar que alguns estudis assenyalen que les institucions caracteritzades per la “separació de poders” o de responsabilitats en la presa de decisions de política cultural, podrien aportar alguna millora en aquest camp.

- Respecte dels criteris de decisió en política cultural, “un examen atent de la producció artística revela que les eleccions culturals i les estratègies de gestió poden considerar-se, analitzar-se i avaluar-se per separat. Certament, pot existir una zona gris entre elles però, amb seguretat, moltes decisions i accions preses per institucions artístiques poden ser objecte de control i avaluació, d’acord amb els objectius” predefinits. Mentre l’elecció dels factors productius en una representació escènica o en una exposició està segurament relacionada amb eleccions artístiques i culturals –i per això respon a criteris subjectius i “intocables”- hi ha molts altres aspectes de la producció artística que es poden mesurar emprant criteris força precisos: l’àmbit geogràfic de difusió, la duració de la producció, l’existència d’unes condicions d’igualtat d’accés dels consumidors, l’impacte educatiu, la varietat i la qualitat dels productes informatius associats, etc. són elements de producció artística que no exerceixen cap impacte negatiu sobre les eleccions artístiques i culturals (Trimarchi, M, 2005)..

Per tant, el nivell i la tipologia d’ajuts a la creació artística, es pot dissenyar en funció de la jerarquia d’objectius i indicadors de resultats, “abandonant el seu incòmode paper de salvavides financers, i convertint-se en explícites recompenses per a qui assoleixi determinades metes”. (Trimarchi, M, 2005).

La distribució de funcions per nivells de govern i les polítiques de suport a les activitats de creació artística

L'abast i la complexitat de les polítiques de suport a la creació artística requereix identificar uns criteris que permetin una òptima assignació de responsabilitats entre nivells de govern.

Des de la perspectiva econòmica, pot afirmar-se que el suport als artistes emergents i a la pràctica amateur de les arts són les esferes d'actuació en les que els governs locals poden tenir un paper de lideratge.

El debat sobre la distribució de competències en matèria de cultura a Catalunya i a Espanya s'ha polaritzat, en el passat, al voltant dels conflictes entre el govern central i la Generalitat de Catalunya respecte de la qüestió. Com a resultat d'aquest procés, que va comptar amb una activa intervenció del Tribunal Constitucional, en l'actualitat es considera que no hi ha cap nivell de govern pugui ostentar de forma exclusiva la competència sobre la matèria.

En aquest escenari, es planteja la necessitat de determinar amb la major precisió possible uns criteris o principis de caràcter general que permetin organitzar de forma eficient i eficaç les responsabilitats de la política cultural per nivells de govern. En aquest sentit, i des d'una perspectiva econòmica, poden assenyalar-se els següents punts (Castells, A., 1988):

- L'existència (o no) d'una situació de correspondència perfecta entre els límits territorials de cada nivell de govern, i el dels beneficiaris del servei. És a dir, que existeixi una correspondència entre la població que finança els serveis públics (mitjançant els impostos), i els seus beneficiaris.
- La desigual capacitat econòmica i de gestió segons la grandària del nivell de govern, ja que no totes les administracions són iguals en aquest sentit, com tampoc tots els serveis tenen uns mateixos costos.
- Principi de descentralització política o administrativa per a l'òptima revelació de preferències. Per això hi ha mecanismes de correcció dels problemes que es puguin donar en l'organització territorial dels serveis públics (per l'existència de situacions de correspondència imperfecta, o d'insuficient capacitat econòmica): les subvencions atorgades per nivells de govern superiors a altres administracions, o la tarificació dels serveis (via preus públics).

Des d'aquesta perspectiva, sembla clar que als governs locals (i molt especialment als ajuntaments), els correspondrien les polítiques relatives al foment de les pràctiques amateurs i al suport dels nous creadors "emergents". Per contra, la dinamització del treball dels creadors artístics que han assolit un cert grau de professionalització haurien de concentrar-se als nivells de govern supra locals (com, de fet, s'esdevé en la realitat).

Les activitats artístiques amateurs

Un estudi del Ministeri de Cultura francès de l'any 1996 analitzava les pràctiques culturals amateurs a França ⁶, algunes de les seves conclusions segueixen sent vàlides avui també al nostre país. Les pràctiques artístiques amateurs s'han desenvolupat des de l'inici dels anys 70. El fet que fins fa poc hagi concernit sobretot els infants i els adolescents, incita a pensar que el moviment creixerà gràcies a la renovació de les generacions, tot i que la taxa d'abandonament segueixen sent elevades quan es surt de l'adolescència.

L'adolescència és sovint, per qualsevol pràctica amateur, un moment àlgid del seu abandó. D'una banda, les activitats artístiques solen ser exigents respecte al temps que se'ls dedica; per aquest motiu, l'increment de feina que suposa l'institut i la concurrència d'altres activitats de lleure en l'adolescència fan que l'abandó sigui alt. D'altra banda, l'entrada en l'adolescència es tradueix sovint per una voluntat de ruptura amb el món de la infantesa que pot posar en perill les activitats artístiques amateurs que hi estan molt vinculades o que han estat imposades pels pares. L'abandonament en edats posteriors pot estar vinculat amb el naixement dels fills.

Així, els principals motius d'abandonament d'una pràctica artística amateur són:

- limitacions escolars i professionals,
- esgotament de l'interès,
- limitacions de tipus familiar,
- trasllat de residència o de treball,
- el preu només afecta a una minoria,
- en el cas d'activitats col·lectives com el teatre, poden sorgir dificultats materials (problemes de disponibilitat de sales, dissolució de grups per malaltia o marxa...).

Sociologia de l'amateur

Antoine Hénnion, sociòleg francès, ha desenvolupat en els darrers anys diferents estudis sobre els amateurs. Hénnion creu que en general, només es pensa en els professionals de l'art d'un costat –que naturalment només pensen en l'autonomia, la modernitat, el caràcter radical i transgressor de la seva pràctica- i, de l'altre, en el públic que actualment només es defineix de manera negativa -pels límits socials que pesen sobre ell i els determinismes que l'impedeixen participar en l'art-. Davant d'això, l'amateurisme permet comprendre de nou l'art com a relació, com una cosa que es fa

⁶ "Les activités artistiques amateur" a *Développement culturel. Bulletin du Département des études et de la prospective* n° 109. Paris : Ministère de la Culture, 1996. <http://www2.culture.gouv.fr/culture/deps/telechrg/dc/dc109.pdf>

conjuntament⁷. En aquest sentit, l'amateur és una mena d'ésser reprimat, esclafat per la sobre visibilitat dels professionals d'una banda, i els estudis sobre el públic de massa de l'altra. Però és l'amateur el que ha conservat l'aspecte essencial de l'art –és d'aquí d'on n'extreu el seu plaer–: la pràctica artística com relació amb el món i l'entorn. A l'amateur se'l sol descriure com una víctima arcaica del món modern amb els seus mitjans, professionals i el seu mercat de masses. Els amateurs són més importants del que se sol pensar, i no es limiten a la imitació maldestre de les pràctiques professionals.

Els canvis en la figura de l'amateur i les noves tecnologies aplicades a la música⁸

La definició i l'ús dels termes "amateurs" i "professionals" varien d'un àmbit de pràctica a un altra, i canvien també amb el temps. Existeixen grans diferències en l'àmbit artístic. L'estatus d'escriptor professional no queda ben establert i, de fet, molts escriptors exerceixen també una activitat professional a temps complet. Pel que fa als instrumentistes, cantants i compositors clàssics, la pràctica d'alt nivell exigeix una tècnica i un compromís difícilment compatibles amb una altra activitat professional. Així doncs, la distinció entre amateurs i professionals es troba en el nivell de la interpretació. La música "popular" menys exigent a nivell tècnic, en especial pels compositors i els cantants intèrprets està fent apropar-se la situació de la música amb la de la literatura. Es pot treballar o estudiar de dia, i escriure cançons que marcaran una època al vespre. No obstant, el desenvolupament del mercat de músiques populars ha reintroduït amb força una separació neta entre els professionals i els amateurs, basada sobre una diferenciació produïda per l'èxit i transformada en diferenciació econòmica.

Els àmbits professionals i amateurs de la música estan sotmesos a fortes tensions econòmiques que els fan allunyar-se cada cop més. L'existència d'una zona intermèdia ocupada pels amateurs candidats a l'èxit i aspirants a la professionalització, o bé per persones que tenen diverses activitats professionals (una de les quals es troba en l'àmbit de la música) no contradiu aquesta tendència general. Esquemàticament, el músic professional és el que enregistra i ven discs, participa en espectacles remunerats, rep drets per la difusió de les seves obres, etc. L'amateur és aquell que no pot o no vol arribar-hi.

⁷ HENNION, Antoine. *"D'une sociologie de l'amateur à un pratique de l'attachement"* a *Le théâtre des amateurs: un théâtre de société(s)*, Marie-Madeleine MERVANT-ROUX (ed.). Rennes: Théâtres en Bretagne, ADEC-Maison du théâtre amateur, 2005. <http://halshs.archives-ouvertes.fr/docs/00/19/32/41/PDF/Hennion2005RennesThAmats.pdf>

⁸ POUTS-LAJUS, Serge; TIÉVANT, Sophie; JOY, Jérôme i Jean-Christophe SEVIN. *Composer sur son ordinateur. Les pratiques musicales en amateur liées à l'informatique.* Ministeri de Cultura francès, 2002. <http://www2.culture.gouv.fr/deps/telechrg/tdd/ordinateur/ordinat.pdf>

L'amateur, alliberat de l'obligació d'agradar i de vendre, pot expressar-se sense condicionants més naturalment que el professional, sotmès a les pressions del mercat i dels seus iguals. A més a més, la composició i especialment la composició informàtica, en no exigir competències instrumentals i cap manteniment de l'habilitat, pot ser fàcilment practicada a temps parcial. Així, mentre que la progressió en la pràctica instrumental exigeix una forta inversió regular en temps, en matèria de composició informàtica està garantida per la mateixa pràctica, sigui quin sigui el temps invertit i fins i tot pot estar sotmesa a interrupcions. La pràctica musical basada en la informàtica deixa als compositors la possibilitat d'exercir al mateix temps una activitat professional remunerada. Per tant, tendeix a acostar la situació d'aquests compositors amb la dels escriptors.

Els amateurs componen les seves pròpies obres i participen en la vida dels moviments artístics, tot i que el seu lloc no està predeterminat. La figura de l'amateur, tradicionalment desvaloritzada, ha sofert un capgirament. Avui es pot defensar que els compositors amateurs que utilitzen els instruments informàtics, no solament no es troben en una situació de retard respecte als creadors més avançats, sinó que estan en plena harmonia amb l'evolució de la música i, per tant, es troben en l'avantguarda.

4. Instruments i línies d'actuació

En les polítiques locals de suport a la creació no hi ha fórmules estàndard que es puguin aplicar de forma generalitzada. No obstant això, els darrers anys s'han implementat a Catalunya (i a altres països de l'entorn) uns instruments bàsics d'actuació orientats a fomentar la creació professional: infraestructures per a la creació (espais de creació i assaig, residències d'artistes, centres de recursos, etc), mecanismes de finançament de la creació (subvencions, convenis, beques, préstecs, mecenatge, patrocini, etc.) i altres eines com premis i concursos, línies de suport a la difusió per mitjà de la programació estable o els festivals, la producció i coproducció d'obres, etc.

En aquest escenari, però, hi ha un interès creixent d'uns anys ençà per les polítiques de suport a la creació amateur, i pel suport als creadors "emergents". En aquests àmbits d'intervenció, que a vegades no han comptat amb mateix nivell de reconeixement ni de generalització que les mesures de suport als creadors professionals, els governs locals (i sobretot els ajuntaments) poden tenir un paper molt actiu, tal i com es posa de manifest en algunes de les experiències ja existents.

A França la pràctica cultural amateur comença a ser vista des d'una perspectiva més positiva i menys condescendent. De fet, l'Institut de Recerca i Innovació (IRI) del Centre Pompidou de París ha posat l'amateur al centre dels seus projectes⁹. Partint d'una definició de l'amateur com aquell al qual li agraden les obres artístiques, considera que la figura de l'amateur s'està reinventant amb el web 2.0. (on el destinatari és cada cop més un emissor que participa directament a la circulació d'allò que li està destinat). Del podcasting al blog, passant per formes més elaborades, com el sampling, tot això expressa una tendència de la societat a anar cap a la invenció d'una nova forma d'amateurisme. L'IRI considera que les institucions culturals han d'inventar dispositius que permetin als amateurs cultivar les seves pràctiques, en un moment on les tecnologies permeten concebre aparells crítics que renovaran en profunditat la relació amb les obres artístiques.

A Catalunya, els ajuntaments han anat introduint progressivament diferents mecanismes específics de suport a la creació com l'habilitació d'espais de creació: L'Estruch a Sabadell, Can Xalant a Mataró, La Fàbrica de les Arts a Granollers, etc. Però, sovint queda pendent l'articulació del suport a la creació professional emergent, i el suport a la creació amateur.

⁹ "Institut de Recherche et d'Innovation: vers une renaissance de l'amateur" dins *Coursives* n° 56. Centre Pompidou, juliol 2006. http://www.iri.centrepompidou.fr/presentation_iri.pdf

Així, i en forma d'annex es recullen una sèrie de reflexions i experiències, la consulta de les quals pot ser interessant a l'hora de plantejar-se les polítiques locals de suport a la creació professional i amateur. De forma sintètica, el contingut d'aquest material annex és el següent:

A) Consideracions de caràcter general

Annex 1 Polítiques de promoció de la creació: recull les problemàtiques principals de tota política de creació, i algunes recomanacions generals.

Annex 2 Polítiques de foment de la creació en arts escèniques

Annex 3 Polítiques de foment de la creació en arts visuals i plàstiques

Annex 4 Promoció de les músiques actuals a França

Annex 5 Altres vessants de les polítiques en favor de la creació artística: recull la importància de la formació estètica i la sensibilització per afavorir la creació, així com el suport per mitjà de la intervenció artística en l'espai públic.

B) Experiències i projectes concrets

Annex 6 Els espais híbrids: fa referència als espais híbrids desenvolupats a França on es barregen diferents funcions culturals (recerca, creació, difusió, iniciació a les pràctiques amateurs, etc.) així com socials i, on els artistes desenvolupen projectes amb els amateurs.

Annex 7 La figura de l'amateur als espais del Comfort Moderne: recull l'experiència d'un espai híbrid (el Comfort Moderne) on l'amateur hi té un lloc important.

Annex 8 *Culture commune*, el foment de la creació des de la intermunicipalitat: fa referència al projecte *Culture Commune*, que fomenta la creació des de la cooperació intermunicipal.

Annex 9 La creació i els joves al centre d'arts escèniques Roundhouse: recull l'experiència del centre londinenc d'arts escèniques Roundhouse, on el treball de creació s'orienta sobretot als joves per mitjà d'oportunitats de formació i difusió.

Annex 10 *Creative partnership*, un programa de foment de la creativitat a l'escola: fa referència al programa britànic *Creative Partnership*, que fomenta la creativitat a l'escola.

Annex 11 L'acompanyament dels artistes del Kuntenaars&Co: recull l'experiència holandesa d'una entitat que acompanya els artistes

en la seva professionalització per mitjà d'assessorament, formació i desenvolupament de projectes en l'àmbit artístic així com altres àmbits.

La Taula 1 dóna unes indicacions generals sobre el contingut d'aquestes experiències segons diferents àmbits temàtics considerats.

Taula 1
Contingut dels annexos per àmbits temàtics

	Annexos										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Formació											
Desenvolupament cultural comunitari											
Creació amateur											
Professionalització i acompanyament											
Creació professional											
Difusió											

5. Annexos

Annex 1. POLÍTIQUES DE PROMOCIÓ DE LA CREACIÓ

Un problema intrínsec de les polítiques de promoció de la creació es troba en la dificultat de mesurar la creativitat i la confusió entre creador i creació. Així, l'elecció de beneficiaris d'ajudes en l'àmbit artístic, no té una objectivitat contrastable. De fet, els criteris de selecció es basen en una certa mirada estètica, oblidant sovint artistes passats de moda en base a un criteri de modernitat. Això sobretot afecta als sectors amb poc desenvolupament industrial i poca penetració social.

Per tant, el paper de l'estat ha de ser de mediació respecte a la demanda per tal de facilitar una percepció creixent de la diferència entre la realitat creadora i la utilització de les regles del marketing i dels ressorts del consum mediàtic massiu.

Recomanacions:

- Desenvolupar una potent política de formació artística.
- Desenvolupar una política de suport a la creació no al creador, que es fonamenti en el suport a propostes concretes que aportin un punt d'inflexió a l'estat de la sensibilitat cultural.
- Tenir cura del propi mercat d'artistes, afavorint la renovació.
- Cal fer que els artistes adquireixin força per ells mateixos.

Font: MARCÉ, Xavier i Ramon BOSCH. *El exhibicionismo del mecenas. Reflexiones sobre la actuación pública en el sector cultural en el siglo XXI*. Lleida: Editorial Milenio, 2007.

Annex 2. POLÍTICA DE FOMENT DE LES ARTS ESCÈNIQUES

1. Creació i producció: política encaminada a neutralitzar els impediments habituals.

- Oferta d'infraestructures.
- Ajuts econòmics a companyies i productores a fons perdut o recuperables.
- Premis o distincions.
- Producció pròpia d'obres d'autors d'interès o baixa productivitat.
- Coproducció amb agents privats.
- Gestió d'escoles i centres de formació.

2. Distribució i exhibició: garantir una programació estable i l'accés de la població

- Creació de circuits i xarxes.
- Festivals i mostres.
- Oficines de suport a la distribució exterior.
- Concessions ajuts gires exteriors.
- Subvencions i ajuts a programacions estables.
- Construcció i gestió de recintes amb programacions no comercials.
- Ajuts millores infraestructures de creació.

FONT: COLOMER, Jaume. *La gestió de les arts escèniques en temps difícils*. Barcelona: Quaderns Gescènic, 2006.

Annex 3. POLÍTICA DE CREACIÓ EN ARTS VISUALS I PLÀSTIQUES

Beques

Les beques són ajuts econòmics que han de ser atorgats per jurats en funció de la qualitat del treball d'un artista i del projecte que presenta. D'altra banda es pot exigir una contraprestació que tant pot ser participar en una activitat de difusió artística (exposició, festival, ...), com en activitats divulgatives (jornada de portes obertes, visites escolars, ...), com una donació d'obra al fons artístic.

1. Ajut a la creació:

Facilitar els recursos econòmics per promoure la producció dels artistes per tal que l'artista es dediqui a generar obra, que aprofundeixi en una línia d'investigació, o desenvolupi un projecte sense dependre del mercat.

2. Ajut a la infraestructura:

Facilitar l'accés a noves tecnologies, a través d'un suport econòmic, perquè hi ha processos productius molt costosos allunyats de les possibilitats dels artistes en vies de professionalització.

3. Ajut per a la realització d'un projecte, exposició:

Donar suport als artistes per participar en una gran exposició, biennal, mostra temporal d'art públics, festival, etc. perquè aquests esdeveniments, tot i ser grans oportunitats de promoció, sovint només cobreixen part de les despeses de participació.

4. Ajuts per estades a l'estranger:

Com en l'anterior cas, les estades a l'estranger són grans oportunitats de promoció però també de formació, per la confrontació que suposa trobar-se en un altre context, tot i que les despeses no solen ser cobertes completament per la institució d'acollida.

Espais i tallers per a la creació

Hi ha una manca d'espais per a la creació a preus assequibles amb mínimes condicions (superfície, llum, accés de planta baixa, etc.). L'administració pública pot habilitar espais que es puguin cedir o llogar a artistes.

1. Cessió o lloguer d'espais per artistes emergents:

Si es cobra un lloguer aquest ha de ser inferior al preu de mercat. És recomanable establir un contracte de sis mesos prorrogable, on s'estipuli característiques de l'espai, els serveis a que dona dret, l'horari, les contraprestacions o mensualitats.

2. Ocupació per a la realització de projectes especials:

Els artistes professionals poden trobar-se que un projecte requereixi necessitats específiques d'espai, d'ús de noves tecnologies, etc. per un període de temps limitat.

3. Intercanvis entre artistes:

Lloc de treball i residència per acollir artistes estrangers. Es poden establir intercanvis amb artistes locals.

4. Espai col·lectius:

Tallers o sales de muntatge col·lectius.

FONT: GUNTÍN, Florenci. *L'Art Contemporani des de l'àmbit local. Eines per al disseny i la gestió de programes d'arts visuals*. Barcelona: Pagès Editors, 1998.

Annex 4. PROMOCIÓ DE LES MÚSIQUES ACTUALS A FRANÇA

- Crear una xarxa professional regional, dirigida per professionals i que estableixi col·laboracions amb el sector privat.
- Donar suport a la difusió per mitjà d'activitats en diferents espais, l'acollida d'artistes en residència i la programació d'artistes regionals.
- Facilitar als espais d'assaig, sensibilitzant la comunitat al respecte de la seva importància.
- Tenir en consideració les necessitats de formació professional.
- Afavorir la inserció professional dels joves talents amb un programa d'acompanyament als projectes musicals emergents així com amb un programa de suport (formació, etc.) a les organitzacions de management, secretariat artístic o responsables de gires que vulguin impulsar la carrera d'aquests grups.
- Establir convenis amb les ràdios.
- Fer visible el sector regional de les músiques actuals per mitjà de la comunicació però també del treball en xarxa dels espais d'assaig.

FONT: SIMON, Laurent; LECOMPTE, Loic; DEBAR, Mathieu i Serge BOURDON. *Pour une politique régionale en faveur des musiques actuelles*. Conseil Régional Basse Normandie, 1999.

Annex 5. ALTRES VESSANTS DE LES POLÍTIQUES EN FAVOR DE LA CREACIÓ

Héctor M. Pose i Manuel P. Rúa a *Políticas culturáis e creación artística a nivel local* fan un repàs a un ampli ventall d'instrument de suport a la creació des de l'àmbit local en els diferents sectors artístics i recullen interessants experiències desenvolupades arreu d'Espanya.

En aquest cas, es presenten altres vessants de les polítiques locals de suport a la creació:

Fonaments: els valors de l'art intrínsecs i extrínsecs

- Permet entrar en contacte amb la nostra dimensió més desconeguda, irracional i mística.
- Permet comunicar-nos a través del seu llenguatge universal.
- Crea vincles entre persones i espais, generalment de tipus afectiu.
- Acumula memòria i ajuda a conèixer i comprendre el passat col·lectiu.
- Motiva altres pràctiques i inspira.
- Es manifesta en múltiples i diversos espais.
- Educa la sensibilitat.
- Té potencial econòmic.
- Idea estratègies d'incidència social originals.

La formació és imprescindible per donar suport a la creació

- Cal formació, sensibilització i introducció artística i estètica pels diferents col·lectius de treballadors de l'administració, agents locals i polítics, sobretot els que intervenen en l'àmbit de la cultura.
- Cal formació artística pels joves per tal forma una ciutadania activa i crítica.

Intervencions artístiques en l'espai públic

Implicació dels artistes en les problemàtiques socials: l'art en l'espai públic pot ser un marc per a la trobada, el debat i el diàleg entre artistes, ciutadania i polítics, i pot contribuir al desenvolupament cultural comunitari. Intervencions possibles:

- estàtues o escultures,
- intervencions artístiques en espais verds degradats,
- intervencions artístiques que reflexionen sobre l'entorn.

FONT: POSE, Héctor M. i Manuel P. RÚA. *Políticas culturáis e creación artística a nivel local*. A Coruña: Deputación Provincial da Coruña, 2007.

Annex 6. ELS ESPAIS HÍBRIDS

Espais per una nova època de l'acció cultural

Espais que tenen el repte d'obrir-se per poder "tornar a treballar el lligam" entre les diferents etapes del procés de producció artística, des de l'escriptura fins a la socialització dels objectius. La intervenció simultània en l'espai, el temps, la relació amb les poblacions reuneix les condicions per a l'experimentació en l'acció cultural transversal entre la recerca, la fabricació/creació, la difusió, la formació, l'animació, i la transversalitat amb les funcions que no estan integrades en l'acte artístic. En general, aquests espais contribueixen en les funcions econòmiques, urbanes, socials, educatives perquè han escollit contribuir-hi. Són projectes que van més enllà del principi de l'autonomia de l'art. No es tracta d'instrumentalitzar les funcions artístiques, però si donar-los un eco social, experimentant, renovant sempre les pràctiques i les intervencions en el territori. Els actors d'aquests espais han escollit de provar l'experiència, no exclusiva de la creació artística, refusant la reproducció mecanicista d'accions i sortint dels grans circuits de distribució (públics i privats).

Funcions vinculades als procediments artístics

La combinació de diverses funcions artístiques i diferents disciplines artístiques és particularment rica en aquests espais. La majoria de funcions es troben en tots els espais, o bé estan projectades. Les funcions es treballen simultàniament. Les funcions que es troben més freqüentment són les funcions clàssiques del sector, però aquestes són treballades de forma especial, sobretot en la seva combinació i intersecció. En efecte, és la interacció entre les diferents funcions que permet l'experimentació:

1. La funció de recerca

Possibilitat de treball sobre l'escriptura del projecte (taller de treball, sales, beques), disponibilitat d'eines tècniques (escenogràfiques, informàtiques, materials, personal tècnic a disposició), proximitat d'altres artistes d'altres disciplines (pluri i transdisciplinarietat), obertura local i internacional (intercanvis, xarxa, immersió), suport logístic i administratiu (vetllar pels programes, adequació del projecte i de les fonts de finançament)...

2. La funció de fabricació/creació

Disponibilitat de mitjans de producció: mitjans financers directes, aportacions en indústria (espais, mitjans tècnics, personal, inserció en el mercat), integració d'altres funcions a la funció de fabricació/creació, test sobre les etapes de treball...

3. La funció de difusió

Socialització dels artistes i de les obres (xarxa de la població, xarxa de públic, edició, comerços culturals), dimensió festiva...

4. La funció d'iniciació, de pràctiques i de formació

Posada en funcionament de tallers de sensibilització per a tots els públics, obertura a les pràctiques artístiques dels grups amateurs,

organització de tallers, presència de formació professional (de la mobilització a la qualificació)...

5. La funció de debat

Lloc distès de trobada, organització de debats, col·loquis, presència de base mediàtica (diaris, televisions, ràdios, editors web), de centre de recursos...

El conjunt d'aquestes funcions troba en aquests espais un nou sentit, perquè es fonamenten en la permanència artística (la durada varia de pocs dies a varis anys), és a dir una presència contínua i compromesa d'artistes que sempre són els principals actors, sigui quina sigui la seva posició en l'organització del projecte. La permanència artística és un principi fonamental d'aquests espais, que implica un segon principi, el de l'acompanyament. L'acompanyament de les "paraules de l'artista" que provenen d'aquesta permanència artística es realitzable per la capacitat de producció reunida al voltant del projecte (dels espais a la remuneració artística), en condicions diferents i específiques en funció del projecte artístic singular i del projecte cultural global.

Les funcions econòmiques, socials, educatives i urbanes

Els fonaments polítics dels projectes (que se situïn en un lloc o siguin nòmades) caracteritzen una obertura que es manifesta en totes les etapes del procés. La integració de la població en les creacions, la presència de diferents formats de tallers i trobades, la capacitat d'intervenció sobre el conjunt del territori i sobre temàtiques molt diferents modifiquen la relació entre les funcions culturals i altres funcions polítiques, ja siguin econòmiques, socials, educatives o urbanes. La funció d'experimentació també opera en aquesta relació, per una legitimitat retrobada dels artistes en intervenir en l'àmbit social. Aquesta legitimitat està fonamentada pel desig, la urgència que els artistes senten per confrontar-se a la realitat. Aquesta obertura és una dialèctica permanent entre la preservació i la confrontació a l'espai de creació. Alguns projectes serveixen, per exemple, de base a accions que no són artístiques i que reivindiquen aquest obertura com un component del projecte cultural mentre que altres condicionen l'obertura a la natura cultural de l'objectiu.

Un altre element és particularment important en aquesta tensió, i concerneix el posicionament dels projectes que venen a qüestionar aquestes grans funcions. La relació amb l'entorn urbà és abordada segons perspectives singulars en cada context, però es veu la necessitat de confrontar-se als que exerceixen aquestes funcions, els urbanistes, un terreny de diàleg comú si no es vol que hi hagi incomunicació. Els projectes culturals, com a intermediaris, sigui quin sigui l'interès del creadors visuals, arquitectes, escenògrafs..., no hi són per substituir els urbanistes, sinó per participar a la definició política d'un projecte en un territori.

Les configuracions possibles d'aquests espais de trobada, de treball, i les modalitats de processos de decisió que han de ser associades, sobretot pel

que fa a la relació amb els càrrecs electes, estan encara en construcció perquè l'abast polític d'aquestes trobades no està assumida en la seva justa importància, i perquè els directius tècnics no saben gestionar aquesta complexitat. Avui, la integració de les funcions entre elles, en aquesta lògica d'experimentació, només depèn de la capacitat dels actors per mobilitzar-se a l'entorn d'un procés innovador, i el seu esperit combatiu a refusar els models que se'ls presenten automàticament. En l'àmbit social, els actors culturals en general i aquests espais híbrids, han contribuït a la posada en marxa de nombroses polítiques contra l'exclusió i de desenvolupament de nous serveis. Tot i això, la relació entre els projectes i les administracions segueix sent tensa.

FONT: LEXTRAIT, Fabrice. *Une nouvelle époque de l'action culturelle*. Ministère de la Culture, 2001.
<http://www.culture.gouv.fr/culture/actualites/rapports/lextrait/sommaire.htm>

Annex 7. LA FIGURA DE L'AMATEUR ALS ESPAIS DEL CONFORT MODERNE

Le Confort Moderne, espai considerat com un dels pioners a França, es va construir sobre una sèrie de valors artístics: la defensa de la creació original sense barreres estètiques, el suport als artistes emergents, l'exigència de qualitat i un esperit alternatiu enfront de la cultura de masses, i una recerca de formes de consum no comercials.

Pel que fa la creació, es centra en l'art contemporani i les músiques actuals, posant-se a disposició dels artistes com a residències per a assajos, creació i muntatge de coproduccions amb organismes i associacions. També ajuda a la realització de projectes, mitjançant l'acompanyament, el consell i el suport a les associacions locals en l'organització d'esdeveniments: préstec de material tècnic, habilitació de locals i de la plataforma MIR (Musique Info Ressources).

La figura de l'amateur

El que marca la diferència del Confort Moderne en relació als espais culturals de "tipologia clàssica", és la possibilitat d'accedir a una pràctica cultural de forma expressiva, per la vessant de la creació així com de la producció, la gestió, la direcció, etc. La diversitat de les disciplines artístiques ofereix una diversitat de contactes culturals i confereix al Confort Moderne un rol important en la ciutat.

Mentre que l'amateur d'art es constitueix tradicionalment en l'acceptació dels codis i convencionalismes d'una disciplina, en alguns projectes s'assisteix a un capgirament de l'actitud passiva i submissa. Els impulsors de projectes, siguin artistes, professionals de la cultura o persones alienes al món de l'art volen portar endavant el que per ells és d'interès cultural. Quan una persona s'implica en una producció cultural (organitzar un concert o bé desenvolupar una obra musical o plàstica per exemple), ho pot fer com vulgui en funció de les seves ganes, habilitats, etc. El Confort Moderne proporciona suport tècnic, no intervé de forma directiva sobre la forma d'iniciar i de gestionar un projecte. A vegades, els impulsors de projectes poden ser aconsellats però no estaran mai obligats a orientar la seva acció segons el consell rebut.

A vegades, participant com a voluntaris al Confort Moderne, els públics esdevenen actors culturals. Aquesta implicació concreta mobilitza les competències dels membres de l'associació que porta l'espai (l'Oreille est Hardie), tot orientant, aconsellant i compartint la seva experiència en matèria cultural i artística. Es tracta d'una de les modalitats de contractació a les quals es dona importància al Confort Moderne des de la seva obertura. Quan el públic proper comença a participar en les activitats de l'espai, es fa difícil distingir-lo dels membres de l'associació pel fet que la seva implicació amb el lloc pot esdevenir molt important. El "públic proper" del Confort Moderne estableix un vincle que va més enllà del consum cultural. La proximitat s'entén en termes de gustos artístics però també en la manera

que té el públic d'apropiar-se dels llocs, similar a la dels membres de les associacions mateixes.

Implicar-se és el que més valora el públic proper: és la possibilitat d'accedir a àmbits musicals o artístics que declaren no trobar en altres ciutats o altres espais. El seu interès pel Confort Moderne, es multiplica amb la possibilitat d'implicar-se en un àmbit artístic. El sentit d'aquesta implicació pot venir de dos aspectes. El primer nivell de desenvolupament de la relació amb el lloc ve de la dimensió distesa i lúdica del Confort Moderne. Si l'interès per anar-hi és un concert, un espectacle o bé una exposició, els individus desenvolupen sovint de forma concomitant altres practiques relacionades amb l'ambient distès i la festa. Així, el Confort Moderne ha entrat en una cartografia d'espais culturals i també de llocs per desenvolupar les relacions socials, com són els cafès i bars, que signifiquen per aquest públic altres recorreguts vinculats a altres pràctiques de la ciutat. La implicació correspon per aquest públic una possibilitat d'esdevenir un "actor cultural". Des d'aquest punt de vista, el Confort Moderne, intervé com un lloc d'aprenentatge i experiència.

Al Confort Moderne, el públic proper estableix contactes amb altres apassionats que poden portar-los a realitzacions i participacions concretes en l'àmbit artístic: en l'àmbit de la creació formant part d'un grup de música, en l'àmbit de la producció participant com a tècnic, organitzador... En aquest nivell, més que un lloc de difusió artística per al públics propers, el Confort Moderne és un lloc on poden desenvolupar modes de sociabilitat en relació a l'àmbit artístic que els interessa. Hi troben les persones amb qui compartir la seva passió, més enllà dels límits de la sala de concert, per exemple al bar al voltant d'una copa.

La implicació com a treballador de l'amateur

La construcció de l'interès apassionat per la cultura i la força dels compromisos no neixen per atzar. Quan s'examina el recorregut socioprofessional de la gent que participa en l'organització i el funcionament del Confort Moderne, el decalatge entre la seva formació d'origen, la seva trajectòria professional i el tipus de qualificacions i competències relatius a l'activitat que realitzen és gran. Obrers especialitzats, agents administratius o comercials, persones acabant una formació, estudiants universitaris o persones en atur ocupen actualment llocs de treball en el sector cultural en els àmbits de l'organització, la producció o les tècniques especialitzades.

Al Confort Moderne, la implicació en una de les associacions comença per la construcció d'un interès estètic per una disciplina artística i l'adhesió a un estil. Abans d'implicar-se en les associacions, cada membre ha format part del públic. En la primera etapa del procés d'entrada al Confort Moderne està fonamentat en l'aprenentatge o l'aprofundiment dels coneixements de les disciplines que hi existeixen. El públic proper d'apassionats esdevé membre actiu de les associacions quan se li presenta l'oportunitat de participar en una activitat puntual sovint de manera voluntària. Les competències adquirides per les persones al llarg de la seva trajectòria són capgirades per ésser adaptades al sector cultural. Aquesta manera de contractar,

efectuada, en part, sobre la base de la formació anterior estableix una divisió del treball i una jerarquització dels individus. Però, en realitat s'estableix una polivalència de les funcions, en part per la manca de mitjans financers, i una barreja les jerarquies que permeten importants mobilitats internes.

L'exercici de diferents activitats en funció de les necessitats, precedeix una fase d'especialització en una activitat que pot conduir a l'adquisició d'un estatus professional. Així, segons les oportunitats i interessos, algunes persones s'especialitzen en una activitat que els permet de plantejar-se una presència a llarg termini en el lloc. Altres poden proposar desenvolupar un projecte que permeti ampliar els àmbits d'actuació del lloc. De fet, utilitzant les estructures que ofereix el lloc aquests poden adoptar el rol de creadors i artistes.

FONTS: RAFFIN, Fabrice. *Les territoires de la culture dans la ville de Poitiers. Lieux, pratiques et logiques*. Ministère de l'Équipement, du Transport et du logement, 2000.

http://www4.culture.gouv.fr/actions/recherche/culturesenville/show_attach.xsp?app=fr.culture.mrt.cultures_en_ville&db=refbiblio&id=attach/raffin_territoires.pdf&doc=refbiblio_75ea7213f61&label=raffin_territoires.pdf&q=&qid=sd_x_q0&n=38

REYDELLET, Thomas. *Nous centres de création, production et exposition d'art contemporain à France*. Departament de Cultura, 2006.

<http://www20.gencat.cat/docs/CulturaDepartament/Cultura/Documents/Arxiu/Arxius%20GT/Centres%20creacio%20Franca.pdf>
www.confort-moderne.fr

Annex 8. CULTURE COMMUNE, EL FOMENT DE LA CREACIÓ DES DE LA INTERMUNICIPALITAT

Culture Commune es una associació intermunicipal de desenvolupament artístic i cultural que agrupa 34 municipis de la conca minera de Pas-de-Calais (França). Culture Commune desenvolupa accions artístiques amb una orientació interdisciplinària (teatre, arts de carrer, circ, dansa contemporània, dansa urbana, escriptura teatral, públic jove, lectura, multimèdia) i projectes culturals intermunicipals en col·laboració amb les ciutats adherides: difusió d'espectacles, creacions, coproduccions, residències d'artistes, desenvolupament de la formació artística (tallers pràctics, cursos, pràctiques, formació de relleus per a l'organització, formació sobre mediació, difusió d'espectacles, sensibilització) i creació de nous públics.

Culture Commune es va instal·lar l'any 1998 a Loos-en-Gohelle a l'emplaçament miner de l'11/19 (la Base 11/19) a l'antiga sala dels penjats, transformada en Fàbrica Teatral (3 sales d'assaig). La Fabrica Teatral no és un espai de difusió, és un espai a disposició dels artistes dedicada a la recerca, la creació artística i la formació.

Culture Commune està associada amb un equip artístic: la Companyia Hendrick Van Der Zee (teatre, circ i dansa), però treballa igualment amb altres equips artístics (Pietragalla Compagnie, Companyia Théâtre de la Fiancée, Companyia VIESAVIES, Métalovoix...). S'organitzen regularment trobades entre els equips artístics i el públic (etapes de creació, presentació de tallers, carta blanca a artistes o formacions artístiques...).

A la Fàbrica també s'ha creat un Centre de Recursos Multimèdia ("Espace Culture Multimédia – ECM Base 11/19"), un Centre de Recursos d'Esriptures Teatral Contemporànies" (CRET) i un Centre de Recursos de Transmissió de la Memòria i Creació Artística.

L'originalitat de Culture Commune neix d'una doble ambició:

- D'una banda, la creació d'una estructura cultural operacional dotada d'un projecte artístic pluridisciplinari fonamentada en les obres de creació contemporània, així com d'un projecte cultural derivat d'una ambició de transformació en profunditat de les pràctiques culturals de la població amb prioritització no exclusiva de certs públics (joves, poblacions "desafavorides").
- De l'altra, l'experimentació de la intermunicipalitat fonamentada en un projecte a l'escala d'un territori, basada en compartir anàlisis i objectius de fons, sobre la solidaritat i la complementarietat de noves polítiques i equipaments per crear.

La creació-difusió

Des de la temporada 1994/1995, Culture Commune ha establert convenis artístics amb nombroses companyies amb una durada d'1 a 3 anys. Els

compromisos establerts són de suport a la difusió dels seus espectacles, el suport a la producció de la seva creació i sobre la concepció conjunta d'un projecte cultural en el territori de Culture Commune. Així, s'han fet nombroses coproduccions.

FONT: LEXTRAIT, Fabrice. *Une nouvelle époque de l'action culturelle*. Ministère de la Culture, 2001.
<http://www.culture.gouv.fr/culture/actualites/rapports/lextrait/sommaire.htm>
<http://www.culture-commune.asso.fr/syntheseCC2006.pdf>

Annex 9. LA CREACIÓ I ELS JOVES AL CENTRE D'ARTS ESCÈNIQUES ROUNDHOUSE

El Roundhouse és un edifici innovador de finals del segle XIX amb una llarga història. Va ser utilitzat de magatzem, i posteriorment reconvertit, durant els anys 60 i 70, en el Centre 42, far de la cultura jove i alternativa gràcies a les actuacions de Jimmy Hendrix, Pink Floyd, Peter Brook, The Living Theatre, etc. Després del seu tancament als anys 80, un empresari va buscar fons per a desenvolupar-hi un projecte de desenvolupament de la creativitat en l'educació.

L'any 2006 es va inaugurar el nou Roundhouse. Un dels seus objectius principals és "proporcionar un entorn i unes instal·lacions on els joves puguin entrar en contacte amb els artistes, els professionals de la indústria i altres joves, de cara a afavorir les seves aspiracions creatives, les seves oportunitats professionals i el seu desenvolupament personal". Un altre dels objectius del Roundhouse és l'accessibilitat i la inclusió, per tant es posa gran èmfasi en atraure públic de la classe treballadora, de les comunitats negres i comunitats ètniques minoritàries. Els principals valors del Roundhouse són: excel·lència, mentalitat oberta i hospitalitat. Els joves són considerats com un recurs valuós. Participen com assessors en l'organització i també com ambaixadors de la institució.

L'espai principal, The Circle, és un espai amb una arquitectura espectacular on es programen concerts i representacions d'arts escèniques. Aquest espai juntament amb alguns altres poden ser llogats durant uns períodes determinats al llarg de l'any. Els ingressos que genera aquest lloguer permeten cobrir els projectes socials, especialment el treball amb els joves.

Programa d'aprenentatge creatiu i tècnic adreçat als joves

A peu de carrer, sota l'espai principal, hi ha els estudis de música, televisió, cinema, mitjans i dissenys digitals, i espais d'assaig per espectacles. Les instal·lacions dels estudis pretenen educar els joves en l'art i mitjançant l'art per tal de desenvolupar la seva creativitat. El programa té diferents nivells segons l'edat i l'experiència per tal que els joves desenvolupin aptituds artístiques, tècniques i de producció.

Per tal que els joves amb menys possibilitats d'apropar-se al centre pel seu propi peu puguin participar en el programa, es desenvolupa un treball específic de captació (tallers de mostra o projectes a mida) amb organitzacions que els coneixen. El Roundhouse també treballa amb les escoles. Així, es produeix una barreja de joves provinents de diferents grups socials, cultures i territoris.

D'altra banda, els artistes-tutors i el personal del centre assessoren els alumnes sobre les possibilitats de formar-se i progressar en el Roundhouse però també en altres organitzacions artístiques. Els joves poden fer pràctiques al centre, però també se'ls ofereixen oportunitats fora del centre

dins la indústria creativa gràcies a les relacions que manté el Roundhouse amb empreses i universitats, d'altra banda algunes empreses que treballen amb el centre els ofereixen contractes com a aprenents.

El Roundhouse també és una plataforma creativa, on els joves poden presentar les seves obres al públic.

FONT: LYNCH, Elizabeth. *"Reflexión sobre el futuro del público de las artes escénicas en la sociedad joven"*. Bilbao: Escenium 2008.
<http://www.roundhouse.org.uk/>

Annex 10. CREATIVE PARTNERSHIP, UN PROGRAMA DE FOMENT DE LA CREATIVITAT A L'ESCOLA

Nous conceptes per la formació

Creative Partnerships és el programa d'aprenentatge creatiu estrella del govern anglès dissenyat per a desenvolupar les habilitats dels joves de tota Anglaterra, assolint les seves aspiracions i realitzacions i obrint-los noves oportunitats de futur. Aquest programa pioner està transformant l'ensenyament i l'aprenentatge curricular.

El programa consisteix en donar suport a col·laboracions innovadores i plantejades a llarg termini entre les escoles i professionals creatius, des d'arquitectes fins a científics, passant per desenvolupadors de multimèdia i artistes. Els joves desenvolupen les habilitats que necessiten no només per fer-ho bé en els exàmens i les activitats extraescolars, però també a lloc de treball i en societat.

Treballant amb Creative Partnerships, les escoles utilitzen la creativitat per resoldre problemes i veure millores reals en el comportament dels alumnes i en les proves escolars.

Fonaments

El programa es basa en la creença que la creativitat no és una habilitat de les arts, sinó una habilitat més àmplia per qüestionar, establir relacions, i tenir una perspectiva innovadora i imaginativa per a solventar problemes. Aquestes habilitats són demanades pels empleadors actuals.

Exemples de projectes amb òpera

1. Blaze Opera va ser un iniciativa pionera de Creative Partnerships i el festival internacional Northern Stage. Aquest projecte d'un any de duració va començar el desembre de 2002 i va implicar centenars de joves, professionals del Northern Stage, professors i membres de la comunitat. El resultat va ser la producció de la Blaze Opera, una òpera específicament encarregada. La primavera de 2003 un compositor i un llibretista van ser designats, el Northern Stage feia d'administrador de l'òpera. 50 joves van assistir a una escola d'estiu dirigida per la cantant d'òpera Suzannah Clarke i Alan Lyddiard, director artístic del director of Northern Stage; era la primera part d'un ambiciós projecte que vinculava 20 escoles. Després, els nous i els participants ja existents van treballar en el desenvolupament de l'òpera.

La combinació de professionals del teatre i la música, joves i professors va produir un ambient d'aprenentatge compartit i tothom va contribuir a crear quelcom realment únic. La producció final va tenir lloc al dipòsit de mercaderies del Museu del Ferrocarril de Darlington, un escenari a l'aire lliure d'aire dramàtic. Es va interpretar durant cinc nits, atraient fins i tot crítics d'art.

2. A principis de l'any 2003, Creative Partnerships va desenvolupar una

col·laboració entre l'Òpera Nacional de Gales i Multi A (una organització artística de Bristol). Més de 200 nens de sis escoles primàries de Bristol van participar en tallers explorant la ciutat en la que vivien. Van treballar amb la llibretista Claire Williamson i la compositora Karen Wimhurst per tal de desenvolupar les seves idees en una cançó coral de 45 minuts per a orquestra simfònica. L'estrena va tenir lloc a l'espectacular espai del Brunel's Passenger Shed l'abril de 2003. El desenvolupament professional va ser un element clau per al desenvolupament del projecte: visites a l'òpera, tallers i assaigs per explorar estratègies pràctiques i creatives sobre composició, cantar i escriure per a les futures classes.

El projecte va oferir la possibilitat als professors i als alumnes de treballar amb artistes professionals per a crear i participar en un espectacle de gran qualitat. D'això en va resultar una millora de la confiança i va fer pujar l'autoestima de tots els participants, així com permetre un millor coneixement de la música clàssica.

FONTS: http://www.ofsted.gov.uk/assets/Internet_Content/Shared_Content/Files/creativeprtnrshps.pdf
<http://www.creative-partnerships.com/>
<http://www.creative-partnerships.com/resources/resourcefiles/53229?view=Standard>

Annex 11. L'ACOMPANYAMENT DELS ARTISTES DEL KUNSTENAARS&CO

Kunstenaaars&CO és una entitat holandesa sense ànim de lucre que dona suport als artistes per a la seva professionalització i pel desenvolupament de la seva activitat.

Els artistes que se'n surten es recolzen només a partir del seu talent i del seu "savoir-faire". Per obtenir ingressos de la seva activitat creativa, un artista ha d'ampliar considerablement els seus coneixements: cal que sàpiga comunicar, mantenir una xarxa de relacions, fer plans, redactar pressupostos, negociar...

1. Serveis del programa de suport al desenvolupament i professionalització dels artistes:

- Serveis d'informació orientats a les necessitats professionals dels artistes en col·laboració amb l'Acadèmia des les Arts d'Amsterdam (Hogeschool voor de Kunsten, AHK), amb la qual han desenvolupat el web www.beroepkunstenaar.nl. En aquest web es pot consultar informació sobre els aspectes comercials de la pràctica artística. Els col·laboradors de "De Kunstenaarslijn" estan disponibles cinc dies a la setmana per a respondre a totes les preguntes sobre la pràctica professional.
- Accions de formació que van des de tallers puntuals a seminaris de llarga durada, de l'ensenyament de tècniques comercials bàsiques a formacions de perfeccionament sobre temes com la gestió de projectes.
- Serveis d'orientació personalitzats en forma d'assessorament i de "coaching".
- Oferta de crèdits per als artistes (en col·laboració amb Triodosbank).

2. Estimulació de la demanda artística en l'àmbit artístic i fora.

Desenvolupament de projectes en els quals els artistes poden utilitzar els seus coneixements i el seu "savoir-faire" en l'àmbit artístic i en altres àmbits.

- Un exemple és el projecte "Artistes professionals a la classe" (Beroepskunstenaars in de klas), en el marc del qual es formen artistes per a implementar projectes en escoles primàries.
- Amb la tutela del Ministeri d'Afers Econòmics i la col·laboració de l'Acadèmia des les Arts d'Amsterdam (Hogeschool voor de Kunsten, AHK), s'ha llançat una formació postuniversitària per als artistes que desitgin desenvolupar els seus talents fora de l'escenari.

FONTS: European Institute for Comparative Cultural Research (ERICarts). *La Situation des professionnels de la création artistique en Europe*. Brusel·les: Parlement Europeu, 2006.
www.beroepkunstenaar.nl
www.kunstenaarsenco.nl

6. Crèdits

El Grup de Treball sobre *Polítiques de suport a la creació local* ha treballat des del febrer del 2008 en el debat i reflexió de la temàtica a partir de les quals s'ha redactat aquest document. Han format voluntàriament el grup els regidors i regidores dels municipis següents:

- Cardedeu, Miquel Pujadas Subiranas.
- Cornellà de Llobregat, Rocío García Pérez.
- Manlleu, M^a Rosa Collell Domènech.
- Mataró, Sergi Penedès i Pastor.
- Manresa, Ignasi Perramon Carrió.
- Olesa de Montserrat, Joan Soler Vallès.
- Piera, Pere Bosch Morera.
- Pineda de Mar, Francesc Josep Millán Pastor.
- Sabadell, Lluís Monge.
- Santa Perpètua de Mogoda, Rosa Rovira Punsola.
- Sitges, Gabriel Serrano Sánchez.
- Viladecans, Maria Salmerón Chacón.

Coordinació del Grup de Treball:

Xavier Cubeles, BCF Consultors i Cristina Rodríguez.

Carles Prats Maeso i Laia Gargallo i Piracés, Oficina d'Estudis i Recursos Culturals de l'Àrea de Cultura de la Diputació de Barcelona.

Redacció:

Xavier Cubeles, BCF Consultors i Cristina Rodríguez.

Bibliografia a càrrec del Centre d'Informació i Documentació del CERC.

7. Referències bibliogràfiques generals

Abbing, H., 2005, "El apoyo a los artistas", a Towse, R., 2005, *Manual de economía de la cultura*, Fundación Autor, Madrid.

Benhamou, F., 2005, "Los mercados de trabajo de los artistas", a Towse, R., 2005, *Manual de economía de la cultura*, Fundación Autor, Madrid.

Castells, A., 1988, "Hacienda autonómica. Una perspectiva de federalismo fiscal", Editorial Ariel, Barcelona.

Centre Pompidou (<http://www.iri.centrepompidou.fr>)

European Institute for Comparative Cultural Research (ERICarts), 2006. *La Situation des professionnels de la création artistique en Europe*, Parlement Européen, Bruxelles, 2006.

Frank, R. J., Cook, P. J., 1995, *The Winner-take-all society*, New York: Penguin Books USA, 1995

Frederiksen, L., Lorenzen, M., 2006, "The Management of Projectes and Product Experimentation: Examples from de Musci Industry, en curs de publicació a *European Management Review*.

Hölzl, W., 2005, "Entrepreneurship, Entry and Exit in Creative Industries: An Exploratory Survey", *Creative industries in Vienna: development, dynamics and potentials*, Working Papers Series, Vienna University of Economics and Business Administration (http://www.wu-wien.ac.at/inst/geschichte/Projekt_Homepage/frameset.html).

Lampel, J., Lant, T., Shamsie, J., 2000, "Balancing Act: Learning from Organizing Practices in Cultural Industries", *Organization Science*, vol. 11, núm 3, Maig – juny 2000.

García Alvarez, E. i López Sintas, J., 2008, "La cinematografía ante el reto audiovisual: políticas para mejorar la eficiencia y reducir los fallos de comercialización", a Padrós Reig, C. i López Sintas, J., 2008, *Estudios sobre Derecho y Economía del cine*. Atelier Libros, Barcelona.

Kretschmer, M., Klimis, G. M. y Choi, C. J., 1999, "Increasing Returns and Social Contagion in Cultural Industries", *British Journal of Management*, Volumen 19, S61-S72.

Mazza, I., 2005, "La elección pública", a Towse, R., 2005, *Manual de economía de la cultura*, Fundación Autor, Madrid.

Rifkin, J., 2000, *La era del acceso. La revolución de la nueva economía*, Ediciones Paidós Ibérica, Barcelona.

Rushton, M., 2005, "Los derechos de los artistas", a Towse, R., 2005, *Manual de economía de la cultura*, Fundación Autor, Madrid.

Starkey, K., Barnatt, C., Tempest, S., 2000, Beyond Networks and Hierarchies: Latent Organizations in the U.K. Television Industry, a *Organization Science*, Vol. 11, núm 3.

Trimarchi, M., 2005, "El análisis del principal-agente", a Towse, R., 2005, *Manual de economía de la cultura*, Fundación Autor, Madrid.

Throsby, D., 2001, *Economía y cultura*, Cambridge University Press, Madrid.

Diputació de Barcelona
Àrea de Cultura
Centre d'Estudis i Recursos Culturals
Montalegre, 7
08001 Barcelona
Tel. 934 022 565 • Fax 934 022 577
www.diba.cat/cerc