



CULTURA I TERRITORI.

RETURNS D'UN ESDEVENIMENT CULTURAL AL TERRITORI

PAU LLACUNA I ORTÍNEZ

Moltes vegades, davant d'un esdeveniment cultural, ens quedem en la part més visible, els espectacles, els concerts, els actes al carrer, les xerrades, les exposicions, etc. Però hem de tenir present que tot acte cultural té un rerefons, uns intangibles que aporten un plus de la pròpia activitat: són els retorns culturals al territori on es fa. En aquest article intento explicar aquest retorns.¹

QUINS PODEN SER ELS RETURNS SOCIALS D'UN ESDEVENIMENT CULTURAL AL TERRITORI?

Molt sovint, quan es vol posar el valor en un esdeveniment cultural en un territori, es busca gairebé exclusivament el seu impacte econòmic. És a dir, quants diners deixen aquelles persones que van en aquest esdeveniment cultural? És una pràctica molt estesa entre els polítics, que intenten justificar una inversió en cultura de la qual, probablement, ni ells estan convençuts.

El terme impacte, com diu Xavier Fina (2016), és un concepte marcadament economicista. No surt del nucli del fet cultural sinó que el concebem com una externalitat. Avui, i a proposta del mateix autor, quan parlem del retorn social de la cultura hem de parlar de valors, ja que els valors són nuclears en l'essència del mateix fet cultural.

Quins són els valors socials que un esdeveniment cultural pot generar en un territori? Quin n'és el retorn social? Sigui quina sigui la dimensió de l'esdeveniment cultural, i partint de la base que està més o menys arrelat en un indret concret, pot desenvolupar els següents efectes o valors de retorn:

1. Identitat - Sentit de pertinença
2. Desenvolupament cultural
3. Participació
4. Transversalitats
5. Transformació i reinterpretació del territori
6. Noves centralitats
7. Impacte econòmic

1. IDENTITAT - SENTIT DE PERTINENÇA

L'individu s'identifica en el col·lectiu, i l'esdeveniment cultural arriba a ser un símbol per al grup. Iñaki Esteban (2007), en analitzar el

1. Resum i adaptació de la conferència «Festivales y Territorio», donada com a inauguració del Festival de teatre de carrer FITKA 06 a Santiago de Xile (GAM - Centro Gabriela Mistral).

Museu Guggenheim, fa una lectura —que avui segurament considerem masculina— del canvi que el museu va comportar a Bilbao: diu que el museu va erotitzar a la ciutat, va canviar els calçotets grisos dels obrers per la llenceria d'encaix, la va convertir en una figura que es desitja veure per davant i per darrere, i que agrada ensenyar als convidats. D'home greixós i industrial a dona dinàmica, eficient i glamurosa. Judit Carrera (2016) comenta que, en un moment en què les ciutats contemporànies es van despersonalitzant, en què els paisatges urbans s'han homogeneïtzat, en què hi ha una clonació de menjars i de roba, un esdeveniment cultural pot identificar i donar a conèixer un esdeveniment cultural amb singularitat. L'esdeveniment cultural pot arribar a ser el referent de la comunitat.

Però, què entenem per referent? El referent és aquell esdeveniment, objecte, infraestructura, etc. que ens distingeix dels altres. Pot variar segons els interessos individuals. Per exemple, el referent de Barcelona per a uns serà Gaudí i per a d'altres el Barça. Hi ha referents que funcionen a nivell local i nosaltres, com a ciutadans, els coneixem i ens hi identifiquem, però els que són realment interessants són aquells en què els altres ens identifiquen. És aquell que ens col·loca en l'imaginari de l'altre ja sigui a nivell estatal o internacional. Per tant, podem dir que el referent té dues línies d'identificació: la interior, que va des del territori / ciutadà cap a l'esdeveniment i l'exterior, en què l'esdeveniment va cap al territori / ciutadà. Un referent és per tant un fet comunitari, ja que ens engloba tots i per tant reclama o ha de tenir una unanimitat social. Una unanimitat que ha de ser reforçada de manera política i econòmica. És fonamental que el referent s'inclogui en el disseny d'estratègies del territori, ja que el referent ens singularitza. Ha de ser una aposta estratègica territorial.

De tota manera, hem de tenir present que un esdeveniment en general no es convertirà en referent si aquest està en col·lisió amb el grup o el territori on s'està desenvolupant.

2. DESENVOLUPAMENT CULTURAL

Un territori amb un esdeveniment cultural consolidat té un abans i un després. El desenvolupament cultural ja no és el mateix. Cada vegada que es fa l'esdeveniment, el ciutadà puja un esglaó més en el seu desenvolupament cultural. L'esdeveniment cal que tingui efectes pedagògics: marcarà la frontera d'on som i on podem arribar. Tindrà efectes d'imitació o mimesi. El ciutadà intentarà fer el que ha vist. Activarà el sentit crític. Això obligarà l'esdeveniment cultural a aportar més cada vegada, ja que el receptor, més exigent, demanarà noves vivències. Per tant desenvolupa un retorn social educatiu. «No hi ha cap societat que pugui subsistir sense una forma més o menys rudimentària d'educació, gràcies a la qual es transmeten a les joves generacions els valors, els coneixements i el sentit de l'existència comuna. La cultura, en aquest sentit, presenta dues dimensions bàsiques: la individual i la col·lectiva. Des d'un punt de vista individual, incideix en el coneixement de les persones; des d'un punt de vista social, fa referència al grau de civilització de les societats humanes» (Jordi Busquets, 2010).

3. PARTICIPACIÓ

El voluntariat, l'associacionisme, la cooperació. Un esdeveniment cultural pot ajudar a fomentar el desenvolupament de la creativitat. Sorgeixen nous grups, xerrades, tallers, etc. Podem dinamitzar processos que ajudessin el desenvolupament personal. El que un ciutadà aprèn i l'enriqueix particularment enriqueix, per projecció, tota la ciutadania.

4. TRANSVERSALITATS

És un efecte molt lligat la participació. La implicació de l'esdeveniment cultural en la comunitat, sigui el tipus d'esdeveniment que sigui,

comporta la possibilitat d'interacció amb altres entitats. La possibilitat de projectes conjunts, d'entendre l'esdeveniment cultural més enllà dels dies concrets. Cerca sinèrgies, processos de confluència l'activa, i fa més eficients el retorn.

5. TRANSFORMACIÓ I REINTERPRETACIÓ DEL TERRITORI

Eduardo Barbieri (2011) explica que un dels impactes positius de les iniciatives culturals és la recuperació, reutilització d'edificis i d'espais en desús, creació de nous espais i una millor i major utilització de l'espai urbà. I la mexicana Liliana López (2015) té una frase molt contundent al respecte: «La ciutat no és un espai on difícilment transcorre la vida, sinó un lloc per a la vida».

6. NOVES CENTRALITATS. CENTRE / PERIFÈRIA

La imatge de l'esdeveniment cultural i els seus efectes mediàtics el col·loquen en el punt de mira de la col·lectivitat. Aquest fenomen posiciona l'esdeveniment però també el territori on es fa. És la contraposició centre / perifèria. Si el nostre esdeveniment és potent, trencarem les inèrcies col·lectives i farem que el ulls mediàtics es desviïn cap al nostre entorn, cap a l'esdeveniment que hem organitzat. Cal provocar la crisi del centre, hem de ser un desafiament a la centralitat de les infraestructures culturals que capitalitzen la dinàmica cultural institucional. Voler fer projectes d'influència en capitals o en conurbacions de capitals és difícil. Si treballem en un poble o ciutat prop d'una gran capital, el factor territori és un dels que hem d'estudiar més. Hem d'analitzar el que ja té el territori de la nostra influència o en què ens influeix; valorar demandes i existències i, a partir d'aquí, veure si podem competir o si hem de donar altres ofertes de projectes no existents. Avui és difícil no xocar; tot està més o menys ocupat.

Ha de ser així: innovar, renovar, donar alguna cosa nova en un camp potser ja molt treballat. Observar el territori des del punt de vista d'un esdeveniment cultural és pensar-lo com un laboratori en acció.

7. RETORN ECONÒMIC

Com ja hem dit, és el retorn social més estudiat fins avui. És el que administracions i els patrocinadors o els mateixos ciutadans ens demanen més sovint, ja que amb el seu resultat s'intenta avalar la inversió institucional que es fa en l'esdeveniment cultural. Generalment, l'equivalència buscada és veure la comparació entre un euro aportat per les institucions i quants euros ha generat el desenvolupament del festival. Les quantitats resultants són el que definim com a «impacte directe».

Tot esdeveniment cultural té un retorn econòmic directe, immediat en el personal, les empreses contractades i els caixets dels participants. També en bars, restaurants, transports, hotels, etc.

La recerca de l'impacte econòmic és el resultat d'entendre els esdeveniments culturals com a productes d'una indústria cultural.

DIÀLEGS FESTIVAL / TERRITORI. GENERACIÓ DE SIMBIOSI

Tots aquests retorns no són compartiments estancs, s'impliquen entre si. L'un retroalimenta l'altre. L'un ajuda l'altre formant un tot compacte.

Com a resum, identificarem quatre diàlegs principals que s'estableixen entre un esdeveniment cultural i el territori:

1. Territori / Centralitat. Aporta al territori un retorn social i mediàtic. L'esdeveniment cultural actua com a marca, marca que li prové del nom del territori.

2. Territori / Creativitat. Aporta un retorn cultural i sobretot pedagògic: noves idees, modernitat i vitalitat en un punt determinat de la geografia.

3. Territori / Urbanisme. Els esdeveniments culturals ens poden ajudar a comprendre la ciutat; utilitzem la ciutat. S'estableix un diàleg territori / urbanisme propiciat per la mateixa programació de l'esdeveniment cultural, que utilitza infraestructures, edificis, carrers i places.

4. Territori / Economia. Els públics i usuaris. L'entorn comercial que té tot territori i que, segons per a quins sectors, justifica la inversió feta al festival.

EL TERRITORI TÉ	L'ESDEVENIMENT APORTA	EL TERRITORI OBTÉ	S'ESTABLEIX EL DIÀLEG
Nom	Marca	Retorn social / Mediàtic	Centre / Perifèria
Predisposició / vida social	Idees / Vitalitat Modernitat / Identitat	Retorn cultural / Pedagògic	Cultural / Creativitat
Carrers / Sales / Infraestructures	Programació	Retorn territorial / Relectura del propi entorn	Urbanisme / Ciutadà
Entorn comercial	Públics / Usuaris	Retorn econòmic	Economia cultural

FINAL

Acabaré amb unes paraules de la ja citada Liliana López (2015): «L'ideal, al meu entendre, seria que un esdeveniment cultural ens ajudés a passar de la ciutat neoliberal, turística i comercial, a la ciutat dels drets, formació de projectes urbans, inclusió social i benestar. Així passaríem de “la cultura” a “allò cultural”, de l'objecte diferenciador al recurs que té una dimensió que implica contrastos, diferències, comparacions. Passar de la difusió de la cultura (concepte antic) a la participació en allò cultural (concepte nou), a la polítiques culturals».

PAU LLACUNA I ORTÍNEZ (Igalada, 1952). Va estudiar història de l'art i ha estat gestor cultural. Autor de diversos llibres sobre aquestes matèries, és membre del consell de redacció de la *Revista d'Igalada*.

FOTO: LLUIS JUBERT

