



Facultat de Comunicació i
Relacions Internacionals **Blanquerna**
Universitat Ramon Llull

TREBALL FINAL DE MÀSTER

Títol

Cultura i dignitat: Les condicions de treball en l'àmbit cooperatiu cultural de
Barcelona

Realitzada per
Anna Civit de Sanz

en el Màster
Producció i Comunicació Cultural

Dirigida per
que n'autoritza l'avaluació
Lluís Anyó Sayol

Signatura de l'autor

Signatura del director

Registre d'entrada

c. Valldonzella, 23
Barcelona 08001
T. 93 253 31 08 | F. 93 253 31 23
www.blanquerna.url.edu

CONTINGUTS

Continguts	3
Índex de Taules	5
Índex de Figures	6
Agraïments	7
Abstract	8
1. Introducció	9
1.1 Justificació	10
1.2 Objectius i preguntes	11
1.3 Metodologia	12
2. Economia i cultura.....	14
2.1 Capitalisme i cultura	14
2.1.1 El consum i la producció cultural en una època postmoderna.....	14
2.1.2 Les indústries culturals, la cultura de masses i el poder de la ideologia.....	15
2.1.3 El capitalisme cognitiu: la domesticació de la creativitat.....	18
2.1.4 La instrumentalització de la cultura: una característica de l'època postmoderna	20
2.2 La cultura des d'un punt de vista polític en el marc de Barcelona.....	21
2.2.1 L'efecte de les polítiques culturals catalanes a Barcelona.....	21
2.2.2 Barcelona ciutat-marca: el paper de la cultura en els processos de transformació de la ciutat.....	24
2.3 El valor públic de la cultura.....	26
2.2.4 Interpretar la cultura des de comú i la gestió comunitària.....	29
3. Cooperatives com a model cultural alternatiu Dins de l'Economia Social i Solidària.....	33
3.1 Evolució del cooperativisme	33
3.1.1 La primera gestió comunitària: el comú català.....	33
3.1.2 El salt del comú a la cultura cooperativa	34
3.2 L'Economia Social i Solidària: propostes i valors per a una cultura entesa des del comú.....	35
3.3 El cooperativisme cultural a Barcelona	37
3.3.1 Com funcionen les cooperatives?	38
3.3.2 Mapatge del cooperativisme cultural a Barcelona.....	40
4. La precarietat econòmica en el sector cultural	44
4.1 Diagnòstic de la precarietat cultural	44
4.1.1 Els factors polítics i legals que debiliten les condicions laborals del sector cultural: retallades i externalitzacions.....	46
4.1.2 Altres factors: la il·lusió i els pagaments immaterials.....	50
4.1.3 L'emprenedoria cultural i la fi dels drets i les garanties laborals	51

4.1.4 Els canvis laborals de la producció cultural en un context digital	52
4.2 Mapa conceptual de la precarietat cultural.....	54
4.3 Què entenem per condicions dignes de treball?	55
5. Estudi DE CAS	59
5.1 Instruments d'anàlisi.....	59
5.1.1. Recerca documental i bibliogràfica.....	59
5.1.2. Entrevistes exploratòries semiestructurades.....	59
5.1.3 L'enquesta	60
5.1.4 Entrevistes de cas en profunditat: tres mirades sobre el cooperativisme cultural	63
5.2 Anàlisi de les dades obtingudes.....	67
5.2.1 Les principals motivacions.....	67
5.2.2 La trajectòria política dels i les cooperativistes	69
5.2.3 El perfil del i la cooperativista cultural	70
5.2.4 Els valors culturals.....	72
5.2.5 El consum dins de l'Economia Social i Solidària	74
5.2.6 El decreixement com a model	75
5.2.7 Les condicions contractuals de les cooperatives	76
5.2.8 Les condicions salarials.....	78
5.2.9 Les condicions més enllà del salari	79
5.2.10 Reapropiació del treball i autoexplotació.....	81
5.2.11 La qualitat de vida dins de l'entorn de treball	83
5.3 Resultats obtinguts	84
5.4 Limitacions de la recerca.....	87
6. Conclusions	88
7. Bibliografia.....	92
8. Annexos.....	100

Índex de Taules

Taula 1 Models de política cultural desenvolupats a Catalunya	22
Taula 2 Participació de les diferents administracions en el govern dels grans equipaments culturals	23

Índex de Figures

Figura 1 Triangle de John Holden	28
Figura 2 La Cultura des del Mercat.....	29
Figura 3: La cultura des de la Comunitat	30
Figura 4: Models de gestió de la cultura entesa des del comú	32
Figura 5 Valors sota el paraigua de la ESS	36
Figura 6 Nombre de noves cooperatives constituïdes a Barcelona i Catalunya	38
Figura 7 Les cooperatives culturals per districtes de Barcelona	41
Figura 8 Les cooperatives culturals de Barcelona per àmbits	42
Figura 9 Repartiment de les cooperatives culturals de Barcelona per districtes i àmbits ...	42
Figura 10 Anys de constitució de les cooperatives culturals a Barcelona.....	43
Figura 11 Salaris mitjans per sector d'activitat 2017	45
Figura 12 Ocupació activitats creatives a Barcelona 2017	46
Figura 13: Pressupost consolidat en cultura dels organismes de Catalunya 2008-2014....	47
Figura 14 Despesa pública consolidada en cultura de les administracions catalanes.....	47
Figura 15 Licitacions d'equipaments públics de la cultura	49
Figura 16 Mapa conceptual de la precarietat cultural	54
Figura 17 Distribució per districtes de les cooperatives culturals enquestades	61
Figura 18 Àmbits culturals de les cooperatives enquestades	62
Figura 19 Cooperatives culturals enquestades segons àmbit i distribució per districte	62
Figura 20 Principals motivacions de les cooperatives culturals	68
Figura 21 Els valors culturals de les cooperatives culturals enquestades	72
Figura 22 Tipus de contractes de les cooperatives culturals	77
Figura 23 El sou brut anual de les cooperatives culturals.....	79
Figura 24 Les condicions més enllà del salari	80
Figura 25 Quines condicions consideren mínimes les cooperatives enquestades?	81
Figura 26 Grau de satisfacció amb el model cooperatiu	83

AGRAÏMENTS

Vull agrair al meu director Lluís Anyó l'acompanyament, els ànims i la confiança durant l'elaboració del Treball Final de Màster.

També vull donar les gràcies a en Marc Roig, per la seva introducció sempre apassionada a les Polítiques Culturals durant aquelles primeres classes del màster, que ara ja queden lluny. Sempre agraïda que m'ensenyassis el que més m'agrada de la gestió cultural.

Gràcies també a tots aquells amics i amigues, companys i companyes que heu aportat crítiques, idees o, senzillament, ànims i alegria. Han estat totes fonamentals en el procés.

Finalment, gràcies a la meva família, l'Albert, per la seva paciència i empatia i, sobretot per sostenir-me en un any difícil on a vegades semblava que guanyava la foscor dels atzucacs.

ABSTRACT

Aquesta investigació estudia el model cooperatiu cultural de la ciutat de Barcelona i la seva capacitat per oferir una alternativa laboral més digna a la del mercat capitalista. En definitiva, la recerca analitza les condicions dels llocs de treball de les cooperatives de l'àmbit cultural de Barcelona.

Per abordar aquesta qüestió hem fet una radiografia del sector i hem elaborat un marc teòric des d'on treballar. Hem profunditzat en l'evolució del sector cultural de Barcelona a través de les diverses etapes i canvis de context econòmic, polític, global i digital. Ens endinsem en les polítiques culturals, les indústries culturals i creatives, en la postmodernitat, el capitalisme cognitiu i la mercantilització de la cultura. Després, com a eix central, definim "cultura" des d'una lògica d'interès comunitari per acabar traçant un pont i enxarxant els valors del cooperativisme i els valors intrínsecs de la cultura.

Finalment, a través d'una metodologia d'anàlisi mixta, definim què significa tenir una condició de feina digna en el marc de l'Economia Social i Solidària i en el model cooperatiu. La informació ha estat contrastada a través de fonts bibliogràfiques, entrevistes en profunditat i una enquestes. Després de la recerca, hem conclòs que existeixen molts patrons d'autoexplotació pel desequilibri entre salaris, hores treballades i prestacions socials. Malgrat això, el valor perceptiu de dignitat i de qualitat de vida prevalen a les condicions materials.

Paraules clau: Cultura cooperativa, cooperatives culturals, cultura, valor públic de la cultura, cultura comunitària, gestió comunitària.

1. INTRODUCCIÓ

Remedios Zafra diu al seu llibre *El Entusiasmo* que sembla que quan es tracta de cultura, parlar de diners és de mal gust (Zafra, 2017:18). Tanmateix, tota relació econòmica amb la cultura genera inevitablement impactes, efectes i conseqüències que cal comprendre per saber com abordar des de la gestió cultural.

El sector cultural i les economies culturals estan vivint moments de grans canvis. Les crisis econòmiques dels últims 30 anys, la revolució digital i la implantació del model neoliberal en el sector cultural han provocat una sèrie de conseqüències i afectacions en les polítiques culturals que han determinat el model cultural de la ciutat de Barcelona.

A partir dels anys 80, el pes de la cultura va guanyant importància en les decisions estratègiques de la ciutat, en començar a percebre's el seu potencial econòmic. La cultura queda segrestada i es converteix en còmplice de qüestionables decisions polítiques i operacions urbanístiques, que poc o gens tenen a veure amb ella. És en aquest moment on es gesta el model d'indústries creatives; un nou sector que es presenta en el cas de Barcelona com la "recepta màgica" de la crisi de la desindustrialització que moltes ciutats europees vivien en aquells anys (YProductions, 2009:4).

De la mateixa manera, aquest nou model de política cultural també va servir per iniciar privatitzacions en les esferes culturals, generant grans canvis en la concepció de la cultura, però també en els models de gestió i producció gràcies a la promoció de "l'emprenedor cultural", una nova figura amb unes bases laborals molt fràgils. Per què quan pensem en feines d'àmbits culturals tendim a associar-les amb una preocupant facilitat a tota mena de sinònims de precarietat?

Aquestes dinàmiques han anat dibuixant el present del sector cultural on la lògica capitalista i el sector privat assumeixen massa cops un rol que possiblement haurien de tenir les polítiques públiques i les mateixes comunitats, si entenem la cultura com a dret i valor públic. Perquè en aquest context globalitzat, postmodern, hiperconnectat i capitalista és el mateix mercat l'encarregat de legitimar i explotar la cultura, així com distribuir-la als potencials consumidors (YProductions, 2009:5). Per tant, en aquest panorama, quan parlem d'accedir a la cultura, fomentar la diversitat, i preservar la qualitat, d'acord amb quins valors ho fem? Parlem de drets o de recurs? És més, si

únicament deixem que sigui el mercat l'encarregat de vetllar per la diversitat i la qualitat, què ens assegura que el mercat ho garantirà?

Paral·lelament s'han anat gestant models econòmics alternatius, petites resistències dins d'un context capitalista. Models econòmics que posen les persones al centre de l'activitat econòmica, i no els beneficis, treballant per implantar un sistema més sostenible: humanament, ambientalment i laboralment. Aquests models empresarials, emmarcats dins de la coneguda "Economia Social i Solidària" també han penetrat en el sector cultural, generant cooperatives de gestió i producció cultural innovadores no només en els seus valors culturals, sinó també en les condicions econòmiques i laborals que volen incorporar.

1.1 Justificació

Creiem profundament en el valor públic de la cultura per construir i dibuixar imaginaris comuns, diversos i capaços de representar-nos a totes. Una cultura que no jerarquitz i que entengui que la diferència és part de la seva essència. Una cultura, per tant, que sigui arma i alternativa al capitalisme i que ens ajudi a "recuperar la vida en comú, repensar el temps per dedicar a la vida comunitària, fomentar les relacions cooperatives i alimentar l'economia social i solidària" (Ojeda & Urbano, 2015). En definitiva, una cultura que ens ajudi a millorar la qualitat de vida.

També creiem en el rol imprescindible que han de tenir les polítiques públiques a l'hora de facilitar pràctiques culturals que vagin més enllà de la lògica capitalista. Un rol, però, que ha de passar també per reconèixer totes aquelles iniciatives impulsades des d'agents privats que actuen amb un interès comunitari.

Avui dia no és difícil trobar estudis sobre el rol de l'Economia Social i Solidària i les alternatives que planteja a la ciutat de Barcelona. Tanmateix, no existeixen tantes investigacions acadèmiques centrades en el seu rol dins del sector cultural i, més concretament, quan es tracta de projectes professionalitzats (entesos com a feines retribuïdes). Concretament, en aquesta recerca ens interessa investigar si les alternatives que proposa el model cooperatiu tant en la gestió interna com en la producció cultural també proposa alternatives efectives a la precarietat laboral.

Programes com el de *Cultura Viva* de l'Ajuntament de Barcelona o iniciatives com *Pam a Pam* o el *Balanç Social* ja han fet una feina molt valuosa al respecte. S'han començat

a fer fotografies (tot i que encara una mica borroses) del sector i s'han iniciat anàlisis dels patrons de producció i gestió que proposen i des d'on es diferencien aquests projectes. Com deia, una feina molt valuosa de la qual cal seguir estirant del fil.

Existeixen moltes propostes culturals a Barcelona que funcionen dins d'aquest paradigma de gestió i producció; des de cooperatives de treball i entitats del tercer sector fins a equipaments de gestió comunitària, ateneus cooperatius i associacions culturals. L'abast és molt ampli i cal seguir visibilitzant el paper que tots i cadascun d'ells estan jugant.

No obstant això, aquest treball d'investigació acota el marc d'estudi en les cooperatives culturals per intentar entendre com casen i s'entrellacen tots aquests valors culturals i econòmics quan parlem de condicions laborals i de la vida dels i les treballadores que operen dins d'aquest paradigma.

Com es mostra en alguns treballs recentment publicats com *Cooperativisme, llums, càmeres...i acció?* (Rosell, 2017: 52), el cooperativisme, com qualsevol altre model, no està exempt de tensions ideològiques entre els ideals d'on beu i les realitats quotidianes. Mitificar mai ha estat una bona eina de millora. Cal explicar-ne les virtuts i les aportacions però, encara més, cal analitzar amb atenció i detectar-ne les mancances i les debilitats. Dit això, plantejem un treball de recerca inacabat però amb la voluntat de ser útil i de fer de guia per a futures introspeccions en la matèria.

1.2 Objectius i preguntes

Ens interessa investigar si les alternatives que proposa el model cooperatiu tant en la gestió interna com en la producció cultural també proposa alternatives efectives per a la precarietat laboral.

Per abordar aquesta qüestió intentarem fer una radiografia del sector. En primer lloc, farem un relat ordenat de com ha anat evolucionant el sector cultural a la ciutat de Barcelona a través de les diverses etapes i canvis en un context econòmic, polític, global i digital. Parlarem d'indústries culturals i creatives, de política cultural, capitalisme cognitiu (VVAA, 2014:14) i mercantilització de la cultura. Definirem "cultura" des d'una lògica d'interès comunitari i intentarem comprendre què significa tenir una condició de feina digna. Per acabar aquest primer punt traçarem un pont entre els valors del cooperativisme i els valors intrínsecs de la cultura i veurem com s'enxarxen entre ells.

En segon lloc, un cop enteses les complexitats del sector emmarcades en el seu propi context, observarem les dinàmiques laborals que se'n desprenen i la percepció dels seus propis treballadors. Preguntarem i parlarem amb persones implicades en primera persona. Cooperativistes del sector, investigadores, expertes que ens puguin ajudar a posar cara a la situació del sector i a contrastar la teoria.

Per tant, la pregunta principal que motiva la investigació és:

Existeixen feines dignes en el món cooperatiu cultural?

Per respondre a aquesta pregunta ens marcarem dos objectius específics:

- Definir el camp d'estudi. A través d'un mapatge de cooperatives culturals a la ciutat de Barcelona acotarem i quantificarem el marc de treball.
- Definir a què ens referim quan parlem de condicions dignes de treball

1.3 Metodologia

Un cop marcats els objectius, per tal de realitzar aquest treball d'investigació utilitzarem una anàlisi mixta de les dades obtingudes a partir d'entrevistes, enquestes i fonts bibliogràfiques. A l'apartat 5.1 es definiran amb més detall els criteris de selecció de les persones participants en la recerca, els instruments utilitzats per a la recollida de dades i com s'ha realitzat l'anàlisi final.

A la primera part del treball utilitzarem principalment la recerca documental. A través d'articles acadèmics, premsa d'actualitat i les informacions generades per entitats que treballen en el marc del cooperativisme, s'establirà un marc teòric i conceptual pel treball. La recerca documental també servirà per fer el mapatge de cooperatives culturals de la ciutat de Barcelona, que ens servirà de mostra per l'estudi de cas.

Ho complementarem a través d'una enquesta anònima dirigida a una tercera part del total de cooperatives incloses a la mostra. L'enquesta, que anirà dirigida a socis treballadors/es de diferents cooperatives culturals, ens permetrà obtenir dades quantitatives de la realitat laboral de les cooperatives culturals de Barcelona.

Finalment, farem cinc entrevistes semiestructurades amb la voluntat d'arribar també als aspectes més subjectius o perceptius de la matèria. Es faran dos tipus d'entrevistes; per una banda, dues entrevistes exploratòries a experts del sector, i per l'altra banda, tres entrevistes en profunditat a cooperativistes culturals. Els aspectes qualitatius són importants, ja que ens permeten entendre i interpretar la realitat des d'una perspectiva social, que, encara que no tingui validesa estadística, no vol dir que sigui menys important. (Strauss i Corbin, 2002: 12). Cada tipus de dades aporta un tipus d'informació que en conjunt ens pot acostar a una visió més global sobre la temàtica i entendre millor si existeix una cadena de factors que condicioni la dinàmica del sector.

Per aquest motiu i acord amb els objectius de la investigació, s'ha considerat adequada una metodologia mixta, ja que per una banda hi ha la voluntat d'entendre el fenomen del cooperativisme cultural en la seva diversitat d'interpretacions i segons les mirades de les persones involucrades i, per l'altra banda, veure si existeix algun patró / causes estructurals que puguin portar tensions (Rosell, 2017:52) entre els valors teòrics i la pràctica de cooperar.

No es tracta d'un treball definitiu. Per una banda, perquè malgrat el mapatge i les tasques de recerca, no podem assegurar que incorporem totes les cooperatives culturals de Barcelona. A més a més, tot i comptar amb dades directes obtingudes a través d'una enquesta, tampoc podem atrevir-nos a generalitzar els resultats. En aquest exercici, que ja hem mencionat que és una proposta inacabada, busquem fer una aproximació, una radiografia del sector amb l'esperança i la voluntat que sigui una base útil per a futures investigacions.

2. ECONOMIA I CULTURA

2.1 Capitalisme i cultura

2.1.1 El consum i la producció cultural en una època postmoderna

Entre els anys 70 i 80 del segle XX comença un període denominat postmodernitat i que es caracteritza, entre moltes altres coses, per donar a l'esfera del consum una major centralitat del que havia tingut fins ara, generant en l'àmbit cultural un canvi de paradigma.

Parlar de postmodernitat és parlar d'un sistema cultural fragmentat, del final de les veritats absolutes, de l'individualisme i dels discursos contraposats per la mateixa dificultat d'establir un relat universal.

Es comença a dibuixar com a resultat de la “desarticulació dels fonaments de l'absolutisme de la racionalitat i l'enfonsament de les grans ideologies” (Lipovetsky, 2006:53). Aquesta nova escena es consolida al costat del capitalisme global i el finançament de les tecnologies de la informació. Un panorama marcat pel triomf de la societat de consum i, en ella, tal com diu Zygmunt Bauman, la cultura “es manifesta com un dipòsit de béns concebuts per al consum” (Bauman, 2011:19) i afegeix que “la cultura s'assembla avui a una secció més de la gegantesca botiga en què s'ha transformat el món, amb productes que s'ofereixen a persones que han estat convertides en clients” (Bauman, 2011: 21). Espectadors -i consumidors- d'un món de representacions buides, basat en el consum, la diversió i la distracció massiva, destil·lant les paraules de Guy Debord a *La Societat de l'Espectacle* (Debord, 2005).

Així doncs, la cultura en la societat de consum canvia radicalment les seves funcions. No té res a veure amb la il·lustració o l'alta cultura. El propòsit de la cultura és seduir als clients potencials. Per tant, l'objectiu no és satisfer necessitats, sinó crear-ne de noves.

La societat del consum porta amb ella dos conceptes clau per a acabar d'entendre aquest context. El *perpetum mobile* i la *cultura omnívora*, que encunya Richard A. Peterson i que recull Zygmunt Bauman en *La cultura en el món de la modernitat líquida*. En aquest nou paradigma de la història en què el capitalisme neoliberal actua com a superestructura hegemònica, el consum constant i compulsiu de nous productes és la

seva columna vertebral. I la cultura, com hem vist, no és una excepció. Aquesta característica omnívora, on l'única regla és que el producte es vengui, fa que la cultura postmoderna sigui inseparable del concepte mediàtic.

“La hipermodernitat es caracteritza per la idealització i la generalització del regne de la urgència” (Lipovetsky, 2006:81) i, podríem afegir, la novetat. Així que la necessitat d'una producció ràpida i constantment canviant a ritme d'incertesa, fa que la producció cultural, com ens adverteix Frederic Jameson, corri el risc d'acabar en *pastiche* (Jameson, 1991:36). Sense temps per a consolidar estils, on prima la urgència a la creativitat, les obres artístiques construeixen renovats relats a partir de fragments passats. “Tot el que queda és imitar estils morts. Això significa que l'art postmodern serà art d'una nova manera; encara més, significa que un dels seus missatges essencials implicarà el necessari fracàs de l'art i l'estètica, el fracàs del nou, l'empresonament en el passat” (Jameson, 2002: 22). Cultura com a repetició d'un motlle d'èxit, que els nous sistemes de producció i distribució, han propiciat. Sobretot, amb l'entrada en el joc del què W. Benjamin anomenava la “còpia”, que afavoreix el consum massiu i modifica el concepte d'art de l'etapa moderna (Benjamin, 2003:47).

2.1.2 Les indústries culturals, la cultura de masses i el poder de la ideologia

Parafrasejant a Enrique Bustamante (Bustamante, 2018:87) el concepte actual d'Indústries Culturals (en plural) neix, paral·lelament amb l'època postmoderna, a mitjans dels anys 70 amb els primers estudis dedicats a entendre el funcionament i les transformacions dels grans àmbits de la cultura contemporània: el llibre, el cinema, el disc, la premsa, la ràdio, la televisió en un context cultural on havien aparegut noves formes de reproducció i producció de continguts culturals que permetien reproduir còpies infinites d'un sol original. I que, per tant, permetien la reproducció massiva.

Tanmateix, l'Escola de Frankfurt, amb autors de base marxista com Theodor W. Adorno i Max Horkheimer al capdavant ja havien utilitzat anteriorment aquest terme (en singular) per fer una profunda crítica a la cultura de masses i els seus efectes ideològics en aplicar els mètodes de consum i producció industrials als productes relacionats amb la cultura. Adorno i Horkheimer, amb la publicació l'any 1944 de l'obra la “Dialèctica de la Il·lustració”, analitzen com la producció cultural dels EUA queda subordinada als interessos econòmics de les grans corporacions mediàtiques: estudis de Hollywood, discogràfiques i televisions. I, a conseqüència d'això, la cultura queda resignada a ser un producte mercantilitzat, serialitzat i massificat.

Amb l'objectiu de descriure aquest panorama cultural ràpidament canviant a partir dels avanços tècnics, molts investigadors van intentar descriure i entendre els seus efectes i les conseqüències. Roland Barthes, Edgar Morin, Herbert Marcuse, etc. Es van anar teixint diversos discursos que Umberto Eco va descriure com la lluita dels "Apocalíptics vs. els integrats" (Eco, 1988:12), és a dir, entre els optimistes amb les direccions i innovacions que ofería el nou paradigma i entre els pessimistes davant d'aquest sistema tan focalitzat en el consum. Més enllà d'això, els primers interpretaven les masses com a consumidors actius de la cultura amb capacitat de descodificar i rearmar els discursos generats per la indústria cultural. Al contrari, els pessimistes veien els consumidors com ovelles en mans d'una classe dirigent que escollia per endavant quins objectes culturals havien de consumir.

Tornant als estudis dels anys 70 al voltant dels canvis de la cultura contemporània produïts en el marc del capitalisme i la industrialització, trobem que aquests adopten dues grans alteracions. En primer lloc, la socialització massiva de la cultura – que derivarà en la cultura mediàtica - i, en segon lloc, la conversió definitiva de les creacions culturals en mercaderies.

En definitiva, per Bustamante, parlar d'Indústries culturals suposa reconèixer que bona part de la cultura moderna ha estat industrialitzada i que, per tant, ha adoptat una doble dimensió: l'econòmica i la ideològica. La cultura ens ajuda a explicar-nos, identificar-nos i definir-nos. Tanmateix, quan aquesta cultura està dominada per la ideologia capitalista, hem de pensar que els valors compartits de la societat seran els transmesos i legitimats pel mercat.

"En termes pragmàtics, poden definir-se les Indústries Culturals (I.C.) com una sèrie de creacions simbòliques que, multiplicades en nombroses còpies fetes en suports materials o immaterials, van a la trobada dels seus receptors. Igualment, segons Zallo, en termes econòmics, les I.C. són un conjunt de branques, segments i activitats auxiliars industrials, productores i distribuïdores de mercaderies amb continguts simbòlics, concebudes per un treball creatiu, organitzades per un capital que es valora i destinades finalment als mercats de consum, amb una funció de reproducció ideològica i social". (Bustamante, 2018:91).

Storey ressalta cinc dels significats que pot tenir el concepte d'ideologia. La primera acceptació descriu el terme com un "cos sistemàtic d'idees articulat per un grup específic de persones" (Storey, 2012: 15). En segon lloc, vincula aquesta definició a la ideologia

capitalista indicant que “alguns textos i pràctiques culturals presenten imatges distorsionades de la realitat” (Storey, 2012: 15), entenent que aquesta distorsió és causada per la relació d'interessos de poder propis del sistema. La tercera definició proposada per l'autor, intenta descriure com els significats ideològics dels textos culturals poden alterar la visió que tenim de les coses. Per Storey, qualsevol text cultural el que fa és explicar “una imatge específica del món” (Storey, 2012: 17). La quarta definició, que enllaça molt bé amb el paradigma cultural descrit per Enrique Bustamante, explica el terme ideologia com la suma de rituals, costums, productes i normes socials utilitzades per mantenir un ordre social i relacions socials “perquè les condicions i relacions del capitalisme puguin continuar.” (Storey, 2012: 18).

Finalment, la cinquena i darrera definició proposada per Storey recupera idees de Barthes, i proposa que les operacions de la ideologia consisteixen a intentar “fer universal i legitimar quelcom que, de fet, és parcial i particular; un intent de fer acceptar quelcom que és cultural com si fos natural” (Storey, 2012: 19). Per tant, la dominació ideològica, o el que és el mateix, l'hegemonia, és el mètode pel qual els grups socials dominants perpetuen el seu poder a través d'un consens polític molts cops estès a través dels productes culturals (Deleyto, 2003: 24).

En aquest sentit, la cultura mediàtica és el mitjà per on es formen i es transmeten els valors dominants del món i, per tant, des d'on aprenem els símbols i mites que construeixen la cultura i la identitat compartida d'una societat.

“La cultura mediàtica i la cultura de consum treballen braç a braç per generar un pensament i comportament que es conformi amb els valors, institucions, creences i pràctiques existents”. (Kellner, 2011: 9)

L'any 1982 la UNESCO publicava l'informe *The Culture Industries. A challenge for the future of culture* per denunciar el pes del mercat entorn de les feines culturals i la “subordinació dels artistes a les forces del mercat o als dictats de les demandes dels consumidors” (YProductions, 2009:18). Un informe que recollia també algunes observacions i alertes que l'Escola de Frankfurt ja havia fet com ara el perill de l'homogeneïtzació de la producció cultural i dels valors que aquesta representava en cada context.

Si parlem d'homogeneïtzació, creiem que cal fer un èmfasi especial a la diversitat cultural, en perill de manera intrínseca dins d'aquest sistema cultural hegemònic i

capitalista. Una preocupació que va culminar l'any 2005 a París amb la Convenció sobre la protecció i la promoció de la Diversitat d'Expressions Culturals.

“Segons G. Yúdice, la diversitat no es limita a la multiplicitat de productes en el mercat. Existeixen tres tipus de diversitat que remeten a: entitats territorials (països i col·lectivitats, grans, mitjans i petits); operadors empresarials (grans, mitjans i petits) i models institucionals (mercat pur, servei públic, tercer sector o empreses sense ànim de lucre)” (Bustamante, 2018:106).

Entre aquests debats comença desenvolupar-se una nova línia de pensament entorn de les “indústries creatives” que veu en la seva base creativa i intangible la possibilitat de generar nombrosos beneficis en matèria de servei públic i com a element de transformació urbà i econòmic per a les ciutats que es trobaven en ple procés de degradació post-industrial durant les dècades dels 80 del segle XX.

Aquest terme, amb declinacions diverses com el d’“economia creativa” contempla totes aquelles activitats creatives que puguin generar un impacte econòmic i laboral a partir de l'explotació del coneixement i la propietat intel·lectual. Per tant, als sectors tradicionals de les indústries culturals s'hi afegeixen la publicitat, el disseny, el software, la moda, etc.

2.1.3 El capitalisme cognitiu: la domesticació de la creativitat

“No tinc la voluntat de criticar a les persones creatives amb grans talents i habilitats. El que intento és argumentar que hi ha una manera millor de viure on totes aquestes capacitats es poden enfocar a construir alguna cosa diferent que la societat capitalista i injusta on vivim”.

Oli Mould, *Contra la Creatividad*

Aquesta és una de les respostes d'Oli Mould, autor de l'assaig *Contra la creatividad* (Mould, 2019), a l'entrevista realitzada per Andrés Lomeña pel Huffington Post (Lomeña, 2018). Una crítica que només es podria donar en el si del capitalisme cognitiu, basat en capitalitzar el coneixement i amb ell, tots els béns immaterials.

El capitalisme cognitiu és producte de l'anomenada societat de la informació que neix a finals del segle XX i principis del XXI gràcies al paradigma que ofereixen les noves tecnologies i, sobretot, a la seva accessibilitat massiva per part de la societat. Es basa

en la clàssica idea capitalista de la propietat privada, però en aquest cas, centrada en el coneixement, la informació i la creativitat.

Si entenem aquests “recursos” com a propietat privada, tant el coneixement, com la informació i la creativitat poden entrar a jugar a les regles del mercat capitalista com qualsevol altre bé de consum. El capitalisme cognitiu és “l’explotació i la mobilització dels recursos ampliats per la digitalització de la informació” (Moulier et al, 2004:14). A més a més, ja el mateix concepte “capitalisme cognitiu” indica “la coacció i la submissió a una relació salarial - una nova constel·lació expansiva de sabers i coneixements” (Moulier et al, 2004:14).

Cal destacar que, com ens indica Moulier, el capitalisme cognitiu té particularitats que el diferencien clarament del capitalisme convencional de béns de consum, ja que en aquest cas, les limitacions del “recurs” no són físiques. Segons les regles de mercat capitalistes, l’escassetat d’un bé de consum és el que li dona més o menys valor al producte.

Malgrat això, en el cas del capitalisme cognitiu el valor del coneixement no ve marcat per una escassetat real, sinó que és el resultat d’una restricció humana, que, per decisió pròpia, limita (per fer-ne un bé escàs) el coneixement. Això es fa a través de les patents, dels drets d’autor i de propietat intel·lectual..., però també a través d’altres mecanismes d’obtenció d’informació i el posterior tractament d’aquesta com un bé de consum més. Els profunds canvis i transformacions productius, de distribució i d’hàbits de consum causats per la disrupció digital faciliten, a més a més, l’explotació i l’apropiació privada de les capacitats creatives de la societat.

Tot i que és innegable que el capitalisme cognitiu és una realitat, també podem observar iniciatives que lluiten contra la visió d’aquest capitalisme líquid que es filtra per tot arreu. Hi ha qui creu que el coneixement i la informació són un “bé” que ha d’estar a l’abast de tota la societat, és a dir, que és més important el seu valor d’ús que el seu valor de canvi. L’auge del *creative commons*, que trobem en llibres, música, software..., n’és una bona mostra.

Oli Mould, en l’esmentat *Contra la creatividad*, ens explica que el capitalisme, un sistema que prioritza l’èxit individual per sobre el col·lectiu, i deixa de banda tot allò (treballs, espais, persones) que no és rendible, ha segrestat la creativitat i l’ha posat al seu servei.

Per això, segons l'autor, cal defensar una redefinició de l'ús de la cultura, lliure de la tirania del lucre, lligada al creixement i l'interès col·lectiu.

2.1.4 La instrumentalització de la cultura: una característica de l'època postmoderna

Si bé en l'època daurada de la modernitat artística, des de finals del segle XIX fins a mitjans del segle XX, el món artístic tingué una accentuada influència sobre l'esfera política i econòmica, tal com va assenyalar Daniel Bell (2007), des de la irrupció de la societat postfordista i les seves dinàmiques, l'esfera artística està quedant progressivament sota l'influx –o la dominació– d'altres esferes, com l'economia i la tecnologia. (Rius-Ulldemolins, 2016:8)

En tot cas, en aquest context postmodern i global, la cultura està patint una creixent instrumentalització per a altres fins polítics i econòmics. La més rellevant seria la incorporació a l'agenda política de moltes capitals europees -Barcelona una d'elles- del foment de l'anomenada "ciutat creativa" (Florida, 2002) com a estratègia per a atraure capital humà i financer i terciaritzar el teixit econòmic de les ciutats (Ulldemolins, 2016:8).

David Harvey descriu aquest fenomen com a *entrepreneurial turn* (Harvey, 1989) de les polítiques culturals, un model que aposta per a la revitalització urbana a través de grans projectes i esdeveniments artístics i arquitectònics (Bianchini, 1993) que normalment comporten mesures elitistes i gentrificadores. "La maximització dels rendiments econòmics en termes d'ingressos i ocupació per a l'economia local, la promoció d'imatges de ciutats com a centres econòmics dinàmics i la cooptació de la cultura com a força econòmica positiva en la regeneració social i física de zones urbanes en decadència" (Torsby, 2001: 142).

Aquests canvis també van de la mà amb nous patrons de consum urbà, que troben a través de les modes (incloses les culturals) un factor identificatiu capaç de definir identitats i estils de vida. Per tant, no només l'espai urbà viu un procés d'estetització a través de la revitalització i la creació de barris artístics, sinó que l'espai privat també es veu afectat d'aquesta dimensió a través del disseny, la publicitat i el màrqueting (Lash 1994). Evidentment el turisme cultural és un dels principals braços que fomenta aquesta nova línia estratègica de les ciutats que pretenen resignificar-se per crear-se un valor diferencial en el mercat competitiu de capitals culturals.

Com exposarem en els següents punts de la recerca, la política cultural catalana a partir del segle XXI entra en una dinàmica molt més liberal respecte els primers anys de democràcia, centrant la seva estratègia cultural com un sector econòmic més a tenir en compte. Per la seva banda, Barcelona no es queda fora d'aquesta lògica i es converteix en un cas paradigmàtic de ciutat creativa.

2.2 La cultura des d'un punt de vista polític en el marc de Barcelona

Per començar un debat sobre política cultural és imprescindible situar-lo tant en l'espai com en el context en el qual es vol plantejar la reflexió. No podem obviar que en el marc de l'època actual, el context té una dimensió clarament global. I per tant, no podem parlar de ciutat com espai aïllat. Si bé analitzar el context de manera global és inassolible, convé emmarcar la política cultural de la ciutat de Barcelona a través de les seves pròpies especificitats però també a través dels seus condicionants més directes com són la situació política i econòmica del conjunt del territori català.

2.2.1 L'efecte de les polítiques culturals catalanes a Barcelona

Per entendre la política cultural de Barcelona és imprescindible fer un repàs històric a les polítiques culturals catalanes per tal d'analitzar quins han estat aquells factors que han condicionat el seu model d'actuació.

Els inicis de les polítiques culturals a Catalunya es troben a La Mancomunitat (1914) i la Generalitat Republicana (1931), les primeres institucions democràtiques catalanes que aporten una visió integradora de la política cultural. Segons Anna Villarroya a l'estudi del CONCA 2015, "ambdós moments van representar breus experiències de govern democràtic, on l'acció en la cultura i l'educació esdevé l'eix vertebrador de les respectives polítiques de govern" (CONCA, 2015:11).

Amb l'arribada del franquisme es congelen totes les iniciatives de política cultural durant més de 30 anys que, al voltant del 1980 tornen a veure la llum amb la creació del primer Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya, un organisme capaç de dotar d'autonomia institucional la política cultural regional i que tenia per objectiu dinamitzar l'activitat artística i patrimonial a tot el territori català.

L'estratègia que va emprendre aquest projecte polític tenia dos grans objectius primordials: en primer lloc, la prioritat de construir una xarxa descentralitzada de l'Estat

Espanyol d'equipaments culturals i, en segon lloc, la creació d'una estratègia sòlida de “normalització” lingüística i cultural catalana com a instrument de *nation building* segons el terme anglosaxó per a construir una identitat nacional (Zamorano, 2017:7). Aquesta direcció que pren el sistema cultural català durant els primers anys de democràcia és essencial per entendre l'evolució de la política al llarg de 40 anys al voltant de la configuració d'un sistema cultural i comunicatiu de dimensió nacional. Un model que encaixa dins dels sistemes centreeuropeus de polítiques culturals enfront del sistema anglosaxó, molt més liberal i dirigit a la dinamització cultural privada (taula 1).

Taula 1 Models de política cultural desenvolupats a Catalunya

Model	Anglosaxó	Centreeuropeu
Objectius	Dinamització de l'activitat cultural privada	Provisió de serveis culturals públics
Funcionament administratiu	Delegat a agències	Ministeri i subsistemes territorials / centralitzat
Model estratègic i d'acció	Promoció de la producció i el consum cultural	Programació territorial cap als sectors culturals i a la construcció nacional

Font: Elaboració pròpia a partir de les dades de l'article “Governança, identitat i territori”

(Rius-Ulldemolins & co, 2018: 37)

Tanmateix, seguint la tesi de Joaquim Rius-Ulldemolins, Santi Martínez Illa i Mariano Martín Zamorano exposada a l'article *Governança, identitat i territori*, un dels principals bloquejos que ha tingut la cultura a Catalunya té l'origen en aquest període postfranquista per la falta de consens en els objectius culturals que aportessin visions diverses i amb objectius clars de valor públic. D'aquesta manera, la cultura passa a ser territori de lluites partidistes, descoordinació entre administracions i rivalitats entre les diferents elits. “Una forma d'actuació poc raonable de «llençar gasolina al foc» que ha generat grans flamarades efímeres sense que n'hagin quedat unes bases culturals sòlides per a l'exercici dels drets culturals de la ciutadania, tal com es pot veure en les taxes de consum cultural, sempre inferiors als països de l'entorn europeu”. (Rius-Ulldemolins et al, 2018:10).

Durant l'última dècada del segle XX s'intensifica la promoció de la identitat catalana invertint en la creació de grans equipaments de país “des d'un enfocament top down per

la creació d'una governança orientada a la promoció de la producció cultural a través de consorcis publicoprivats" (Zamorano, 2017:117).

Com a constatació d'això, segons l'informe del CONCA 2015, l'any 1993 fins al 33% del pressupost de la Generalitat en l'àmbit de les arts escèniques va anar dirigit a la construcció del TNC. Per l'altra banda, el 75% del pressupost de l'àmbit musical es destinà a grans infraestructures d'institucions tradicionals com el Liceu, el Palau de la Música i l'Auditori (CONCA, 2015:12).

A més a més, la majoria d'aquestes inversions en infraestructures van anar dirigides majoritàriament a la ciutat de Barcelona. Un factor que s'ha traduït en una capitalitat en tensió en les polítiques culturals de Barcelona (Zamorano, 2017:123) i que cal tenir present a l'hora d'entendre l'evolució del model de la ciutat. Si analitzem la següent taula (taula 2), que mostra la participació de les diferents administracions en els equipaments de Barcelona, veure'm que l'ICUB (Institut de Cultura de Barcelona) forma part de les estructures de govern de 9 dels 12 equipaments, la majoria institucions de país i amb projecció internacional que poc tenen a veure amb la promoció de la cultura de proximitat.

Taula 2 Participació de les diferents administracions en el govern dels grans equipaments culturals

	ICUB	Diputació	Dep. Cultura	Ministerio
Arxiu Nacional			X	
Auditori	X		X	
Biblioteca Catalunya			X	
CCCB	X	X		
Fundació Miró	X		X	X
LICEU	X	X	X	X
MACBA	X		X	
Mercat de les Flors	X		X	
MNAC	X		X	X
Palau de la Música	X	X	X	X
Teatre Lliure	X	X	X	X
TNC			X	

Font: Elaboració pròpia a partir de les dades de l'article "El sistema de la política Cultural de Catalunya" (Rius-Ulldemolins & co, 2012: 197)

L'entrada al segle XXI i el canvi de govern de la Generalitat suposen un punt i a part per a la política cultural catalana. Tot i que l'estratègia identitària segueix tenint un pes rellevant en el disseny de les polítiques del Departament de Cultura, s'incorporen dos nous objectius a l'ordre del dia: el foment i l'impuls de les indústries creatives (amb la creació de l'Institut Català d'Empreses Culturals) i la internacionalització de la cultura catalana amb l'Institut Ramon Llull.

Si fins aquest moment l'acció política cultural del país havia sigut en bona part una lluita entre les elits polítiques, a partir d'aquest moment els sectors culturals (sobretot les indústries culturals i el turisme cultural) es comencen a considerar com una font més de riquesa, és a dir com un recurs per al desenvolupament (Ulldemolins & Sánchez, 2015:114).

2.2.2 Barcelona ciutat-marca: el paper de la cultura en els processos de transformació de la ciutat

“A les ciutats grans, les festes majors s'han convertit en grans festivals, en esdeveniments de masses en què cada cop és més difícil trobar-nos. [...] A Barcelona, com a tantes altres ciutats del món, el que en diem cultura s'ha convertit en un producte festivalitzat, vinculat al consum i al turisme. Però la cultura és una altra cosa: és la possibilitat de relacionar, amb sentit, els sabers i la vida, el que sabem i el que volem”.

Marina Garcés, 2017

Després de fer una radiografia de la política cultural catalana i algunes pinzellades de la situació cultural global en un context de postmodernitat, podem analitzar el procés de transformació de Barcelona cap a la Barcelona ciutat-marca.

Quan parlem de ciutat marca parlem de ciutat aparador, seductora, inspiradora i capaç de competir amb les altres capitals europees per aconseguir més inversions. Una ciutat, però, menys centrada en les persones que la poblen i, al mateix temps, evocada a les modes. Una ciutat, al final, poc defensora de la diversitat.

En aquest context, els agents de desenvolupament econòmic i turístics locals van guanyar protagonisme en el disseny de la nova configuració de la ciutat utilitzant i posant els seus objectius culturals instrumentals per damunt dels valors intrínsecs de la cultura (Ulldemolins, 2016:8). Nous equipaments, museus, teatres, tot suma a l'hora de

reinterpretar els usos i la imatge dels barris cèntrics de Barcelona en pro de les necessitats simbòliques de la ciutat creativa i de les indústries que esperen treure'n un benefici. I és que el terme "creativitat" s'ha convertit en la coartada perfecta per a justificar grans operacions urbanístiques i per a la creació "d'elefants blancs" culturals (Illa, 2015: 71); projectes molt atractius i mediàtics en un inici però que acaben hipotecant tota l'estratègia cultural de la ciutat.

Aquest procés de gentrificació a Barcelona va ser anomenat per l'antropòleg Manuel Delgado com *artistització de la política*, un apel·latiu que busca denunciar que sota la legitimació cultural es justifiquen polítiques clarament de regeneració urbana (Delgado, 2008) i, a la vegada, per evidenciar les estratègies de desactivació de l'activisme polític (Delgado, 2013: 68).

Tanmateix, totes aquestes mesures no van promoure una transformació únicament física de la ciutat sinó que van ajudar a construir també una nova "identitat barcelonina" que per una banda fos possible projectar-la en un pla internacional però que, a la vegada, generés també valor de pertinença. Com millor cohesió social, més senzilla era la governabilitat. "El fet de reconèixer-se i sentir-se ciutadà d'una comunitat pot motivar als individus a treballar per ella" (Friedmann & Llorens 2000:89). En definitiva, com diria Baudrillard "la imatge general de Ciutat ha de ser un perfecte simulacre de qualitat i seguretat" (Cócola, 2009: 113).

Aquest context descrit, que afecta tant esferes globals com locals, ha subjugat la política cultural de la ciutat de Barcelona a objectius que res o poc tenen a veure amb la cultura en sí provocant, segons explica Joaquim Rius Ulldemolins al seu article "Modelo Barcelona y política cultural: usos y abusos de la cultura por parte de un modelo emprendedor de desarrollo local" que els dilemes clàssics de la cultura segueixin vigents a Barcelona enfrontant encara conceptes com democràcia i democratització, desenvolupament local i valor cultural. Tanmateix cal no perdre de vista altres debats també importants com podrien ser els límits de la col·laboració institucional, social i comunitària o la politització de la cultura amb els seus límits i potencialitats.

Per tant, de tota aquesta evolució de la política cultural en podem extreure quatre característiques primordials que faciliten la comprensió global del context de la política actual.

- En primer lloc, l'etapa postfranquista promou una política de normalització cultural com un procés necessari de recuperació, institucionalització i re-legitimació de la cultura catalana. Tanmateix, per a l'investigador Nicolàs Barbieri, aquesta "normalització" és una arma de doble cara, ja que a la vegada que re-legitima implica la pèrdua del caràcter més combatiu de la cultura. La dominació simbòlica de les polítiques culturals franquistes juguen un paper molt important en el sorgiment de moviments culturals polititzats durant els anys 60 i 70 que, com diria Bourdieu, "utilitzen el seu capital específic i simbòlic per intervenir en el camp polític" (Bourdieu, 1995:321). Aquesta pèrdua de combativitat serà un dels factors a tenir presents per entendre la deriva que agafen de les polítiques culturals a l'hora dissenyar estratègies que instrumentalitzen la cultura per a tercers objectius.
- En segon lloc, l'entrada de les indústries creatives a l'agenda de les polítiques culturals implica una clara decisió de fer d'aquest un motor econòmic. Per tant, la primera mostra d'instrumentalització de la cultura.
- En tercer lloc, la governança de la política cultural catalana té una trajectòria molt poc participativa a l'hora de dissenyar, implementar i avaluar les estratègies escollides. A conseqüència s'ha generat una política molt fragmentada, descoordinada i amb objectius molt poc consensuats.
- En quart lloc, Barcelona com a capital catalana pateix de manera directa algunes de les conseqüències de la política nacional catalana, sent un dels factors a considerar en la seva anàlisi.

2.3 El valor públic de la cultura

"Cal polititzar la política cultural, és a dir, acceptar que totes les decisions preses estaran beneficiant a uns i perjudicant els altres". (Subirats, 2019: 37)

No són poques les veus que demanen des de fa anys el replantejament de la política cultural de Barcelona amb una estratègia no només a llarg termini sinó que també plantegi alternatives a aquesta economitització i instrumentalització del sector. Perquè l'agenda política de la ciutat no pot contemplar la cultura només com un recurs a explotar ni tampoc s'ha de concentrar únicament a atendre les prioritats d'altres àrees de les

polítiques per aconseguir els seus objectius (Barbieri, 2014:106) ja siguin de regeneració urbana com a objectius educatius o socials.

Parlar de polititzar la política no implica parlar de partits polítics sinó de com s'entén i es defineix la cultura des del seu valor públic.

Xavier Trias, exalcalde de Barcelona durant la legislatura 2011-2015, va tancar el seu mandat amb una estratègia política amb un objectiu central clar: fomentar la capitalitat cultural de la ciutat, una demostració clara del paradigma cultural que ha governat Barcelona durant anys. Al programa de polítiques culturals 2011 – 2015, l'exalcalde resumia així el seu mandat:

“A l'inici d'aquest mandat, de manera decidida, vam situar la cultura, el coneixement, la creativitat i la innovació com a motor estratègic de la nostra acció de govern al capdavant de l'Ajuntament de Barcelona. (...) La cultura és un dels principals motors econòmics que tenim i un veritable element de progrés, que ens enriqueix com a país i com a persones”.

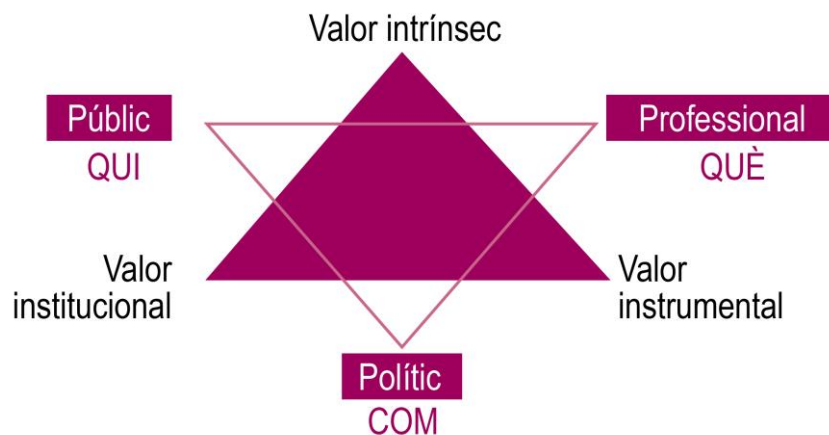
Oposadament, l'actual tinent d'alcalde i exregidor de cultura de Barcelona, Joan Subirats, defensa a l'article “Notes sobre ciutat, educació i cultura 2019” un govern local capaç de projectar en els seus espais i dinàmiques d'intervenció un conjunt d'idees i valors. Defensa, també, la necessitat de dissenyar programes d'acció i estratègies en l'àmbit cultural que siguin capaces d'establir prioritats, vetllin perquè la diversitat intrínseca de la ciutat estigui representada, posin en pràctica aquells valors culturals de base, millorin dinàmiques d'accés i reconegui subjectes i col·lectius des de les seves diferents pràctiques culturals i comunitàries (Subirats, 2019:35). És a dir, ordenar de nou les prioritats de l'agenda política, deixar de subordinar l'estratègia cultural i polititzar les decisions culturals perquè aquestes contribueixin a una transformació social cap a un model diferent de ciutat.

Per tant, per tal de generar una cultura més centrada en el comú cal trobar una postura de consens entre les diverses visions polítiques de la cultura. Si bé per una banda no es pot obviar d'un dia per l'altre el pes de la cultura en les dinàmiques de desenvolupament de la ciutat, cal trobar l'equilibri i entendre de la mateixa manera que això no ha d'impedir pensar objectius més integradors que tinguin en compte la diversitat de visions dels habitants de Barcelona. Per Subirats l'autonomia, la igualtat i la diversitat són els tres pilars que haurien de guiar la política cultural de la ciutat. Per a ell, “els

valors intrínsecs de la cultura si és que aquesta vol contribuir a una transformació social". (Subirats, 2019:38).

Aquest equilibri que mencionàvem abans es fa més visiblement comprensible a través del triangle de valor de John Holden (Holden, 2006:31), que analitza les relacions entre els tres agents involucrats en el sistema cultural: el públic, el polític i el professional (vegeu la Figura 1).

Figura 1 Triangle de John Holden

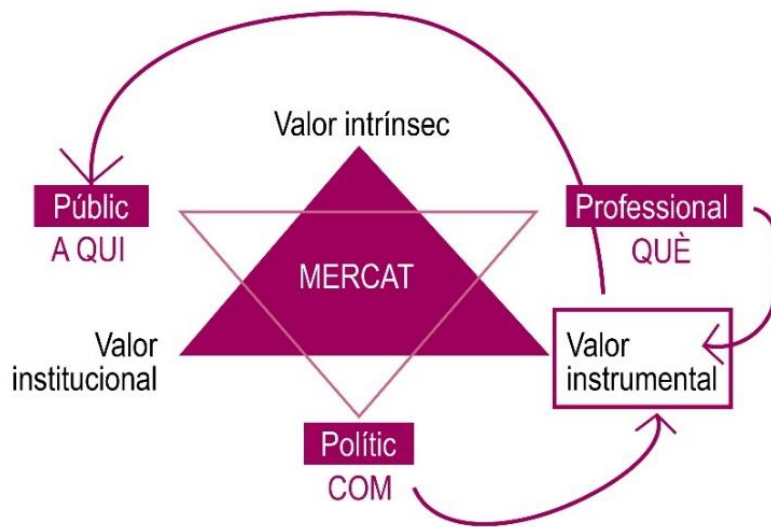


Font: Elaboració pròpia a través de la proposta de John Holden

Cal tenir present que la representació triangular d'aquesta relació, tanmateix, no implica necessàriament un equilibri. S'ha analitzat i demostrat el pes de la instrumentalització de la cultura en el disseny de les agendes polítiques. Una instrumentalització que té al cor de les seves decisions les lleis del mercat capitalista.

En aquest paradigma (vegeu Figura 2), el públic es converteix en un mer receptor i consumidor, el mercat passa a ser el legitimador del valor dels productes culturals i les polítiques van dirigides a satisfer altres necessitats com, per exemple, la regeneració urbana.

Figura 2 La Cultura des del Mercat



Font: Elaboració pròpia a través de la proposta de John Holden

No obstant això, com en qualsevol ecosistema, si alterem els factors, els agents s'articulen diferent. D'aquesta manera, si traiem el "mercat" del centre de l'activitat i el canviem per la governança de la "comunitat" necessàriament el triangle es reconfigura i els paradigmes clàssics o tradicionals de producció, gestió i consum, així com el paper de cada actor, canvien i adopten dimensions totalment diferents.

2.2.4 Interpretar la cultura des de comú i la gestió comunitària

El concepte de cultura fa anys que és motiu d'anàlisi i debat entre la comunitat acadèmica amb atribucions molt variades amb un espectre que va des del sentit més antropològic de la paraula fins a la definició de productes de consum o com a atribut d'excel·lència.

Seguint autors com Garcia Canclini, per a aquest estudi ens interessa entendre la cultura com "allò que és cultural", és a dir, des d'una dimensió adjectiva i no substantiva (objecte, producte, essència...).

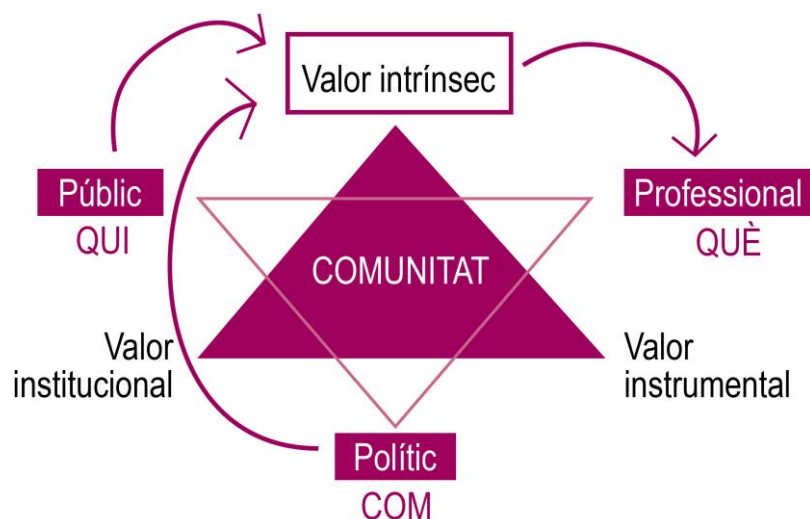
"Parlem de cultura com el conjunt de fenòmens que contribueixen, mitjançant la representació o la reelaboració simbòlica de les estructures materials, a comprendre, reproduir o transformar el sistema social" (García-Canclini, 1983: 19)

Per tant, pel present treball definirem la cultura com la suma de formes d'imaginar i viure tot allò que compartim com a societat. Com es comentava abans, entendre la cultura com “allò que és cultural” és veure la cultura com un procés polític (no des dels partidismes), com a procés de confrontacions en tant que participem en contextos comuns i perquè imaginem allò que compartim (Barbieri, 2014: 109). Un sentit polític de la cultura que l'inclou dins del que es consideren béns comuns.

Agafant de referència els estudis de la politòloga americana Elinor Ostrom, guanyadora l'any 2009 del Nobel d'Economia, els béns comuns (commons) no són només espais, pràctiques o objectes, si no més aviat representen règims de governança o de gestió compartida dels recursos (la cosa comuna) per part de les comunitats, que en aquesta definició passen a ser subjecte polític.

Aquest sentit de la cultura, per tant, canvia les relacions del triangle de Holden (vegeu Figura 3), ja que el “qui”, el “què” i el “com” es transformen. En aquest nou triangle les pràctiques, les expressions culturals parteixen de la societat. El públic ja no és receptor. De fet ja no és només públic sinó que també és agent de canvi, ja que passa a tenir la governança de la cultura en detriment del mercat o de l'Administració.

Figura 3: La cultura des de la Comunitat



Font: Elaboració pròpia a través de la proposta de John Holden

En canviar el “qui”, per defecte els altres rols polítics i professionals es reposicionen. Per exemple, en aquest nou triangle les necessitats culturals i els tipus de consums, el que entendríem pel “què” no queden imposats per interessos hegemònics sinó que es guien segons la voluntat general de la mateixa comunitat generant nous ecosistemes culturals cooperatius i comunitaris que posen en pràctica altres formes d’entendre la cultura.

Quan ens referim a comunitat parlem d’un conjunt de persones o col·lectius “vinculades per projectes o realitats compartides i que també comparteixen uns objectius, uns imaginaris i una sèrie de valors que marquen les seves pràctiques. La comunitat no és cap entitat preestablerta ni tancada, sinó que les comunitats es van creant i transformant en funció d’allò que les vincula”. (Ojeda & Urbano, 2015). Per tant, la cultura tampoc es pot analitzar com un concepte estàtic sinó que s’ha de considerar com un procés canviant.

Nicolàs Barbieri, també alerta que pensar o entendre la cultura com a part dels béns comuns implica alhora comprendre i entendre les maneres de fer de cada grup que sempre estaran emmarcades en els seus propis contextos i territoris. “Hem d’acceptar que la gestió col·lectiva d’allò comú comporta normes o regles que les comunitats desenvolupen i que permeten la seva sostenibilitat” (Barbieri, 2014:112). Per tant, és bàsic que s’abraci el repte de legitimar aquestes comunitats com a actors vàlids, ja que tot i estar fora dels marges de l’Administració, també són generadores de riquesa cultural al marge dels relats hegemònics.

Pel que fa al “com”, el que entendríem com les formes de gestió, també canvien i adopten una dimensió col·lectiva ja sigui de la mà de ciutadanes, empreses o associacions. En aquesta gestió comunitària les relacions entre actors adopten noves qualitats necessàries com ara “les cures, els afectes i el suport mutu, la salut, la creativitat, la cooperació, la reciprocitat, la redistribució de la riquesa o les necessitats compartides”. (Ojeda & Urbano, 2015).

Acceptant la premissa que aquest tipus de gestió neix de les necessitats col·lectives, diferents equipaments de Barcelona, com el referent Ateneu Popular de Nou Barris, han definit així els seus valors més bàsics en la gestió (“L’Ateneu Popular 9 barris”, 2019.):

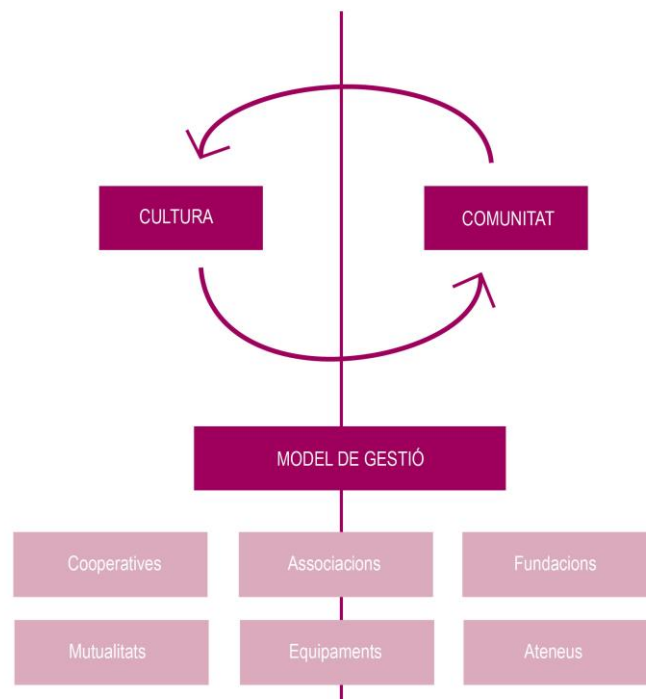
- Democràcia / horitzontalitat
- Transparència

- Dret a la cultura i accessibilitat del patrimoni comú
- Proximitat / territori i comunitat
- Autonomia

Les bases d'aquest model de gestió són el pal de paller que articula aquesta investigació. Com hem vist, la cultura i la comunitat es necessiten l'una de l'altra per mantenir-se i evolucionar. El que les uneix, però, són els seus valors més intrínsecs compartits que s'exemplifiquen en el model de gestió: posar en el centre d'interès - sigui l'activitat econòmica o cultural - les necessitats de les persones i que l'objectiu social sempre vagi per damunt de l'objectiu econòmic.

Aquestes iniciatives poden adoptar formats molt diversos: des de cooperatives, associacions i fundacions fins a altres formes sense formalització jurídica com els ateneus populars. El ventall és molt ampli (vegeu Figura 4). Per aquest motiu, en aquesta investigació, s'ha acotat el marc d'estudi a les cooperatives, els seus valors i el seu rol en la professionalització de la cultura entesa des del comú.

Figura 4: Models de gestió de la cultura entesa des del comú



Font: Elaboració pròpia

3. COOPERATIVES COM A MODEL CULTURAL ALTERNATIU DINS DE L'ECONOMIA SOCIAL I SOLIDÀRIA

Les cooperatives s'han definit per l'Aliança Cooperativa Internacional com “associacions autònomes de persones que s'han unit voluntàriament per a fer front a les seves necessitats i aspiracions econòmiques, socials i culturals comuns per mitjà d'una empresa de propietat conjunta i gestió democràtica.” (Fernández i Miró, 2016:13).

El present treball indagarà en els valors ideològics del cooperativisme, mostrarà quines alternatives al sistema capitalista ofereix i analitzarà quin encaix té amb el valor públic de la cultura.

Tanmateix, per a comprendre el cooperativisme català d'avui és imprescindible analitzar, encara que sigui amb esperit de síntesi, la seva evolució. Aquesta anàlisi pot posar en relleu aquelles circumstàncies -siguin polítiques, socials o econòmiques- que han contribuït al seu desenvolupament o que, al contrari, l'han afectat negativament.

3.1 Evolució del cooperativisme

3.1.1 La primera gestió comunitària: el comú català

“Res en el món viu plenament sense arrels. Com els arbres, els humans tenim una necessitat vital d'elles per a l'equilibri de la nostra ànima. Les arrels d'un poble són l'origen de la seva cultura, els seus valors, els seus costums, les seves tradicions, el seu art, la seva llengua...., és a dir els seus trets identitaris, que es mantenen de generació en generació i persisteixen en la memòria històrica col·lectiva”. David Algarra. *El comú català*.

Malgrat que sovint s'ha descrit l'edat mitjana europea com un període de foscor entre l'època clàssica i la il·lustració, *El Comú Català* de David Algarra sosté que realment va ser una etapa molt rica pel que fa a l'enfortiment de les xarxes locals, de suport mutu i en el desenvolupament de les primeres economies col·lectives.

Segons la recerca d'Algarra, el centre d'aquella economia eren els béns comunals, que tots els camperols d'una comunitat utilitzaven com a complement de la seva activitat econòmica particular. La gestió d'aquests béns era compartida i autogestionada i es

regia per les normes internes que el grup, la comunitat, havia decidit a través de consells o assemblees. Per tant, d'aquests béns comunals neixen les primeres polítiques del comú al marge sempre del poder polític del moment.

3.1.2 El salt del comú a la cultura cooperativa

Aquestes estructures desapareixen amb el naixement i la consolidació de les relacions productives capitalistes. Les privatitzacions, la mercantilització... els pagesos es converteixen en proletaris. Èxode del camp als centres urbans industrials deixant enrere els béns comunals, però sobretot, les estructures d'organització comunitària.

No obstant això, a partir d'aquest nou paradigma urbà es creen noves relacions i vincles comunitaris de la mà de les primeres societats obreres; associacions de treballadors i treballadores per a l'ajuda mútua i la defensa dels seus interessos. En aquestes noves associacions, la cultura també hi té un paper a través de projectes teatrals, artístics i musicals en ateneus obrers o en les mateixes cooperatives de consum. Per exemple, l'any 1925 a Barcelona sorgia:

“L'Agrupació Cultural Cooperativista, una associació de grups culturals obrers i cooperativistes que practicaven el teatre popular, dinamitzaven seccions musicals i corals, impulsaven l'aprenentatge de llengües, l'educació física, l'escola moderna o l'excursionisme, com a diferents expressions de la cultura cooperativa” (Coòpolis, 2018:7).

En aquestes primeres associacions de treballadors i treballadores neix el cooperativisme obrer que s'articula des d'uns principis semblants als que movien els béns comunals: gestió democràtica dels béns col·lectius i cooperació autònoma en la producció i consum dels béns necessaris per al col·lectiu. A partir de l'herència organitzativa que els béns comunals havien deixat, aquests principis organitzatius “van esdevenir una metodologia concreta d'organització socioeconòmica, amb principis i tècniques pròpies, i cultures organitzatives i de gestió i formes culturals i de sociabilitat també pròpies” (Miró, 2010: 71).

Recuperant la definició que fa l'Aliança Cooperativa Internacional dels principis compartits en el seu funcionament intern, trobem els següents:

- Participació voluntària i obert

- Gestió democràtica
- Participació econòmica dels socis
- Autonomia i independència
- Educació, formació i informació
- Cooperació entre cooperatives
- Interès per la comunitat

La promoció i el sorgiment de noves associacions i empreses regides per aquest model de gestió van quedar aturades pels anys de feixisme a Europa. Tanmateix, en els cicles de lluita dels anys 60 i 70 contra el règim franquista i després contra l'hegemonia econòmica i la dominació cultural, noves iniciatives socioeconòmiques anticapitalistes tornaren a agafar volada emmarcant-se totes elles en el que avui dia coneixem com Economia Social i Solidària.

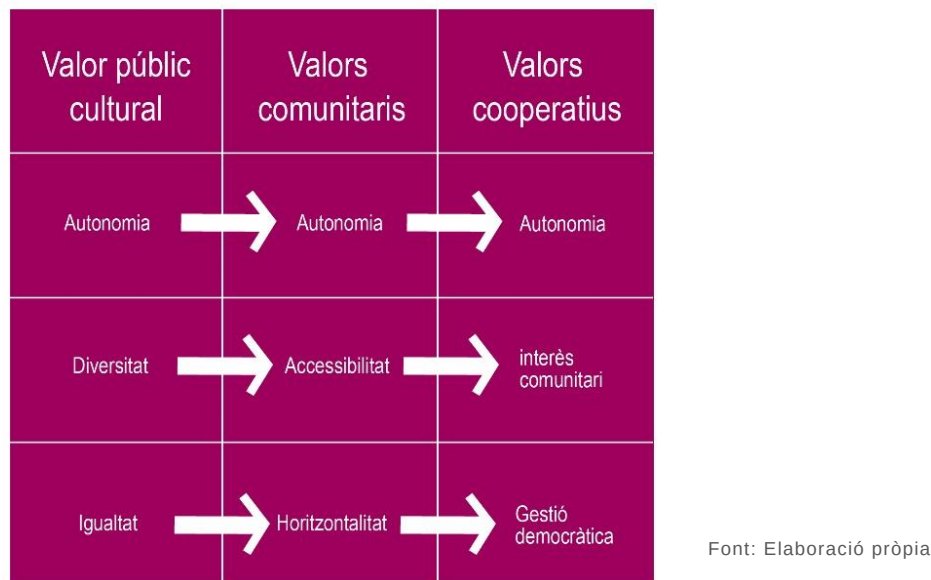
3.2 L'Economia Social i Solidària: propostes i valors per a una cultura entesa des del comú

Recuperant les paraules de Joan Subirats amb relació als valors intrínsecs de la cultura -autonomia, la igualtat i la diversitat- i a la definició de cultura feta des de i per a la comunitat, cal trobar un marc d'actuació que de la mateixa manera no posi la maximització dels beneficis i els interessos de mercat en el centre. I que, per tant, consideri altres processos de producció, gestió i consum allunyats del paradigma neoliberal.

El model transformador de l'Economia Social i Solidària (ESS) té com a base ideològica posar al centre de l'activitat econòmica el benestar comunitari i no la maximització de beneficis a partir d'una "concepció de l'ésser humà no com a individu aïllat, egoista i competitiu, sinó tendent a una sociabilitat cooperativa i solidària quan les circumstàncies així ho permeten". (Peñalver, 2012: 6).

És, per tant, una forma d'entendre les relacions humanes, productives i reproductives amb uns valors de base amb lògiques més democràtiques, equitatives, solidàries i respectuoses amb les persones.

Figura 5 Valors sota el paraigües de la ESS



Així doncs, les cooperatives igual que la cultura entesa des del comú o altres formes de gestió comunitària, beuen de la mateixa filosofia ideològica i conviuen sota el paraigua ideològic de l'ESS compartint alguns dels seus valors més bàsics.

“Els eixos centrals d’una empresa han de ser dos; per una banda donar feina i per l’altra banda, produir béns i serveis útils per la comunitat. El motor mai hauria de ser el benefici econòmic”. (Oliveres, comunicació personal, 2019).

Des de la cultura com a valor públic trobem els principis d'autonomia, diversitat i igualtat. Per altra banda, com s'ha exposat anteriorment, els valors principals del model de gestió comunitària són democràcia directa, la transparència, l'accessibilitat, la proximitat i l'autonomia. Per últim, els principis cooperatius consideren característiques bàsiques la gestió democràtica, la participació voluntària i oberta, l'autonomia i l'interès per la comunitat.

A través de totes aquestes definicions i a partir de la definició que fa l'informe *Gestió cooperativa de la cultura. Guia pràctica del cooperativisme cultural* de l'espai socioeconòmic de la cultura dins de l'Economia Social i Solidària, és possible destil·lar

alguns dels principis que ha de tenir el paradigma des d'on opera una gestió cooperativa de la cultura (coòpolis, 2018:12):

- Entendre l'art com una construcció col·lectiva al servei de l'experiència de tota la comunitat.
- Garantir la independència i l'autonomia de la gestió cultural pel que fa a les decisions i accions artístiques.
- Promoure la transformació social amb els actors locals.
- Fomentar la diversitat cultural, aportada per la multiplicitat d'identitats, formes, públics, creacions, activitats i disciplines artístiques.
- Assentar una economia plural i amb diversitat de recursos, és a dir, que utilitzi un ventall de mercat —tiquets d'espectacles, serveis i prestacions diverses—, de redistribució —finançament públic—, i de reciprocitat —cooperació, mutualització, activisme, recursos i sabers compartits.

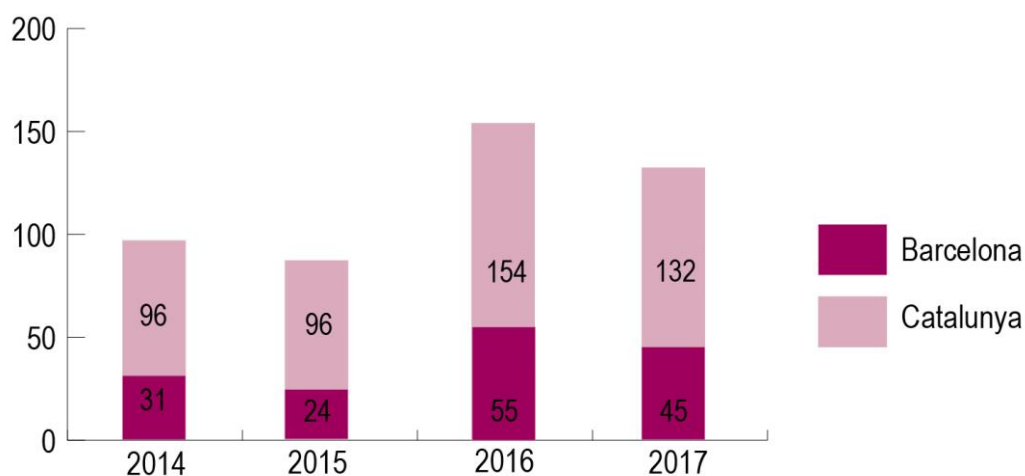
En aquesta llista caldria afegir-hi, tanmateix, la garantia al treballador/a cultural d'unes condicions laborals dignes i compatibles amb la vida.

Si s'extrapola de la definició d'Economia Social Solidària que el centre de l'activitat econòmica ha d'estar el benestar comunitari, la vida dels i les professionals de la cultura també ha d'estar en el centre, sobretot si parlem de models on el que es cooperativitza és la força de treball.

3.3 El cooperativisme cultural a Barcelona

El sector de les cooperatives a Barcelona és un model en creixement: només el 2017 se'n van crear 61, el doble que el 2015 segons les dades del Registre General de Cooperatives de Catalunya. A més a més, concentra el 58% de totes les cooperatives de Catalunya.

Figura 6 Nombre de noves cooperatives constituïdes a Barcelona i Catalunya (2014 - 2017)



Font: Elaboració pròpia segons dades del Departament d'Estadística i Difusió de Dades de l'Ajuntament de Barcelona a partir de les cooperatives inscrites al Registre general de Cooperatives de Catalunya.

En aquest sentit, segons l'informe anual de les Cooperatives de Treball de Catalunya, el cooperativisme barceloní ha recuperat molt més ràpid que l'economia convencional els nivells d'ocupació previs a la crisi i ja està per sobre dels nivells assolits el 2007. A Barcelona, el cooperativisme representa més del 7% del PIB i genera al voltant d'un 8% de l'ocupació total.

3.3.1 Com funcionen les cooperatives?

Més enllà dels valors i els principis compartits per les cooperatives que defineix l'Aliança Cooperativa Internacional, la Llei 12/2015, de 9 de juliol de Cooperatives les classifica segons diferents tipus de pràctica: Marítimes, fluvials i lacustres, Consumidors i usuaris, Treball associat, Agràries, Assegurances, Crèdit, Ensenyament, Habitatges, Sanitàries o Integrals.

Les cooperatives culturals mapejades a la ciutat de Barcelona (vegeu punt 3.3.2) són majoritàriament cooperatives de treball associat de primer grau. Aquestes es caracteritzen per associar un mínim de 2 persones físiques que, mitjançant el seu treball i aportant un capital inicial de 3000 euros, es proposen produir béns o serveis per a terceres persones (Llei núm. 9140, 2015: 59).

Les cooperatives, a més a més, es podran definir com (Cooperatives de treball de Catalunya: 20):

- Entitat sense ànim de lucre quan compleixin amb els requisits establerts a l'article 144 (Llei núm. 9140, 2015: 63).
 - Que els excedents de lliure disposició no es distribueixen entre els socis, sinó que es destinin a les activitats pròpies de l'empresa.
 - Que els càrrecs de membre del consell rector i els de la intervenció de comptes no siguin remunerats.
 - Que les aportacions dels socis al capital social no meritin un interès superior a l'interès legal del diner.
 - Que les retribucions dels socis i del personal contractat no superin el 150% de les retribucions que, en funció de l'activitat i categoria professional, estableixi el conveni col·lectiu.
- **Cooperativa d'iniciativa social** que, segons s'estableix a l'article 143 de la llei "tenen com a finalitat la integració laboral, la plena inserció o la defensa de persones, o col·lectius amb dificultats especials d'integració o afectats per qualsevol classe d'exclusió social o limitació de llurs drets socials, o bé la satisfacció de necessitats socials no ateses, o ateses insuficientment pel mercat." (Cooperatives de treball de Catalunya: 20):

Tipus de socis a les cooperatives de treball associat (Llei núm. 9140, 2015: 59):

- **Soci de treball:** Persona sòcia que duu a terme l'activitat cooperativitzada en qüestió durant un període indeterminat.
- **Soci col·laborador:** Persona física o jurídica que, sense dur a terme l'activitat cooperativitzada, col·labora en l'aportació de capital o en la participació en activitats de caràcter auxiliar.
- **Soci temporal:** Persona sòcia que té un vincle amb la cooperativa de temps prèviament determinat.

Regulació del treball associat per règim intern:

L'article 132 de la Llei de Cooperatives estableix que els criteris bàsics de la prestació del treball de les persones treballadores de la cooperativa han d'estar recollits a un reglament de règim intern. Aquest reglament (aprovat per majoria de dos terços en assemblea general) té la potestat de regular matèries com l'organització del treball, les jornades, el descans setmanal, les festes laborals, les vacances, els permisos, la classificació professional, els criteris retributius, la mobilitat funcional i geogràfica, qualsevol causa de suspensió o extinció de la relació de treball cooperatiu... Per tant, les matèries d'autoregulació interna pels socis i sòcies d'una cooperativa són força àmplies.

Igualment, és important també anomenar que els estatuts interns de les cooperatives també han de recollir i preveure a quin règim s'adscriuran els socis treballadors. L'opció escollida haurà de mantenir-se mínim durant 5 anys.

- **Règim general:** on els socis cotitzen i tenen dret a les prestacions socials.
- **Règim especial de treballadors autònoms.**

Les cooperatives han de comptar amb una sèrie d'òrgans de règim intern:

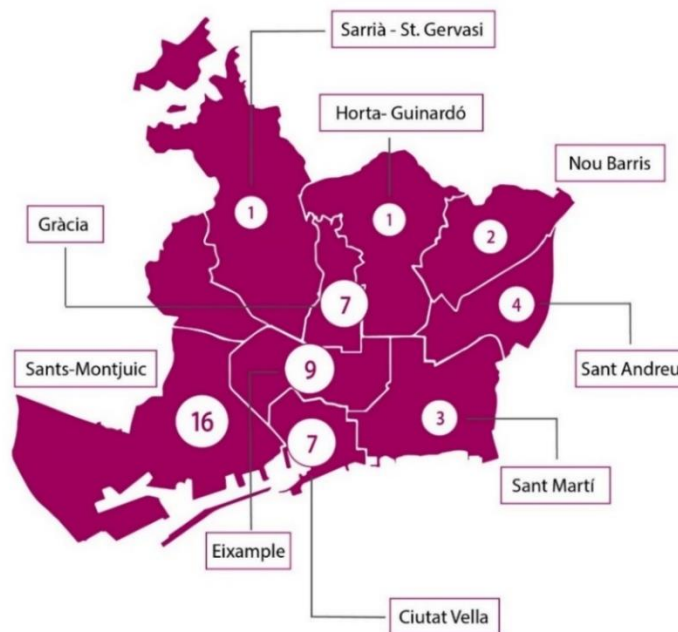
- **Assemblea General:** Se celebra anualment i, independentment del capital aportat, cada persona té un vot en la presa de decisions.
- **Consell Rector:** És l'òrgan administratiu de la cooperativa, i té atribuïda la representació i el govern de la societat.

3.3.2 Mapatge del cooperativisme cultural a Barcelona

A través del registre de les Cooperatives de Treball de Catalunya, del mapa de Pam a Pam (Pam a Pam, 2018), dels projectes de Coop57, de la recerca informàtica i de l'informe *Gestió cooperativa de la cultura. Guia pràctica del cooperativisme cultural*, en l'àmbit cultural s'han detectat 52 cooperatives a Barcelona que es reparteixen majoritàriament entre els barris de l'Eixample, Ciutat Vella, Sants i Gràcia.

En una entrevista realitzada per aquesta recerca, Arcadi Oliveres, activista social i professor emèrit d'economia mundial a la UAB, explica que aquest repartiment desigual entre les diferents zones de la ciutat és degut, per una banda, a la promoció pública però sobretot a la tradició històrica de cada territori. “Sants, per exemple, és un barri amb molta tradició cooperativa” i això es veu reflectit sobre el mapa.

Figura 7 Les cooperatives culturals per districtes de Barcelona

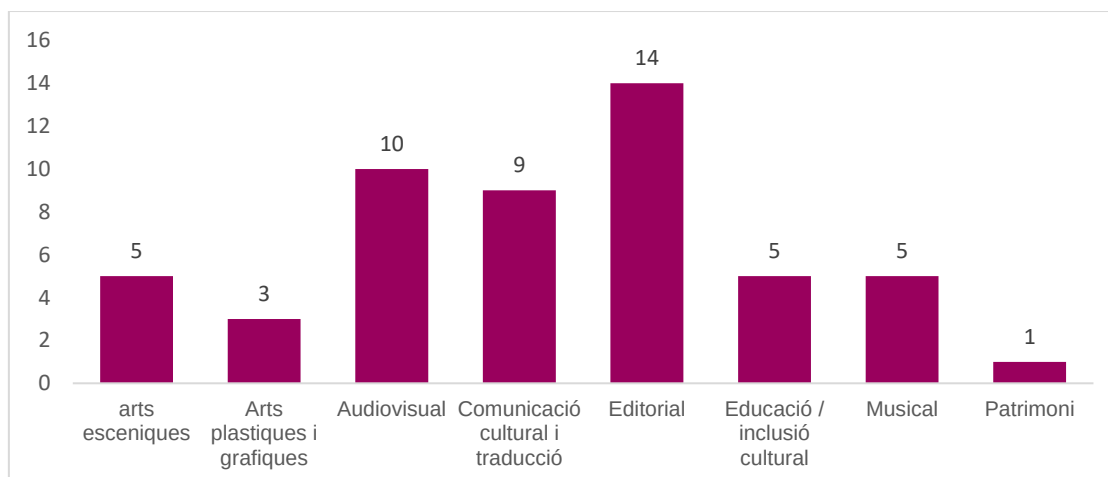


Font: Elaboració pròpia

Aquestes 52 cooperatives han estat subdividides en 8 àmbits: comunicació cultural, audiovisual, musical, educació cultural, arts escèniques, editorial, patrimonial i arts plàstiques i gràfiques. A l'hora de decidir els àmbits, s'ha seguit el criteri utilitzat prèviament a l'informe *Gestió cooperativa de la cultura. Guia pràctica del cooperativisme cultural*.

- Comunicació cultural
- Audiovisual
- Musical
- Educació cultural
- Arts escèniques
- Editorial
- Patrimonial

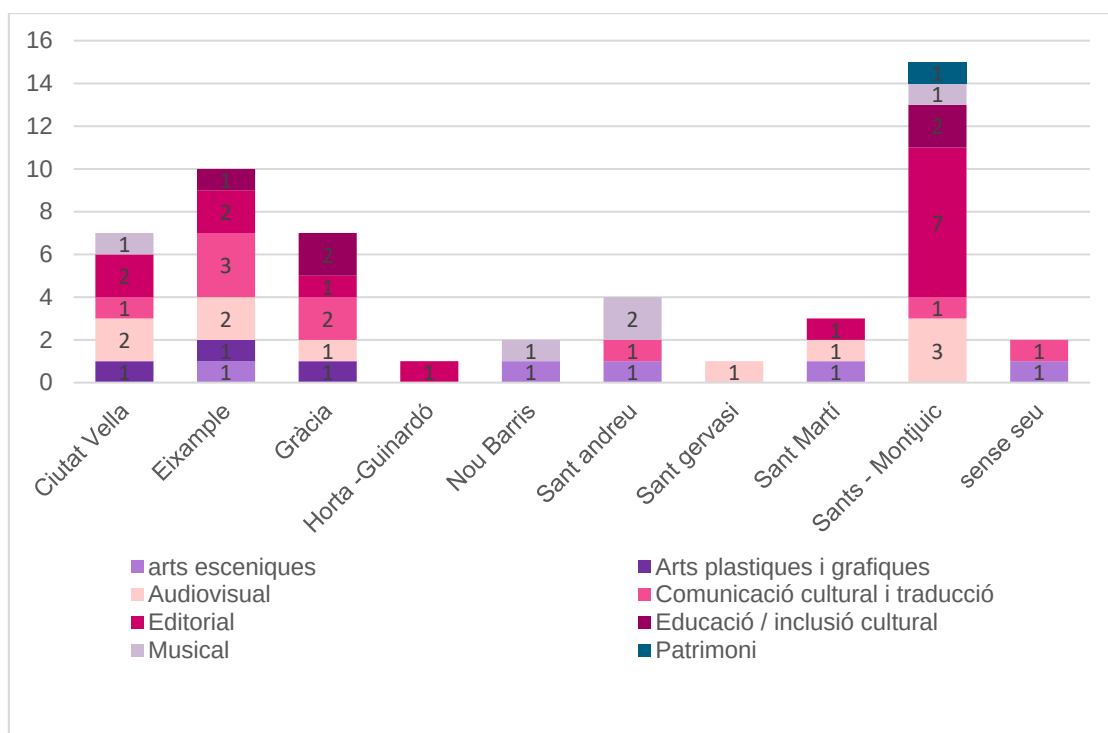
Figura 8 Les cooperatives culturals de Barcelona per àmbits



Font: Elaboració pròpia

Com s'observa en el següent gràfic (Figura 9), el repartiment de cada àmbit cultural per districtes és molt variat i que no existeix una concentració per tipologia rellevant i destacable a cap zona de Barcelona.

Figura 9 Repartiment de les cooperatives culturals de la ciutat de Barcelona per districtes i àmbits

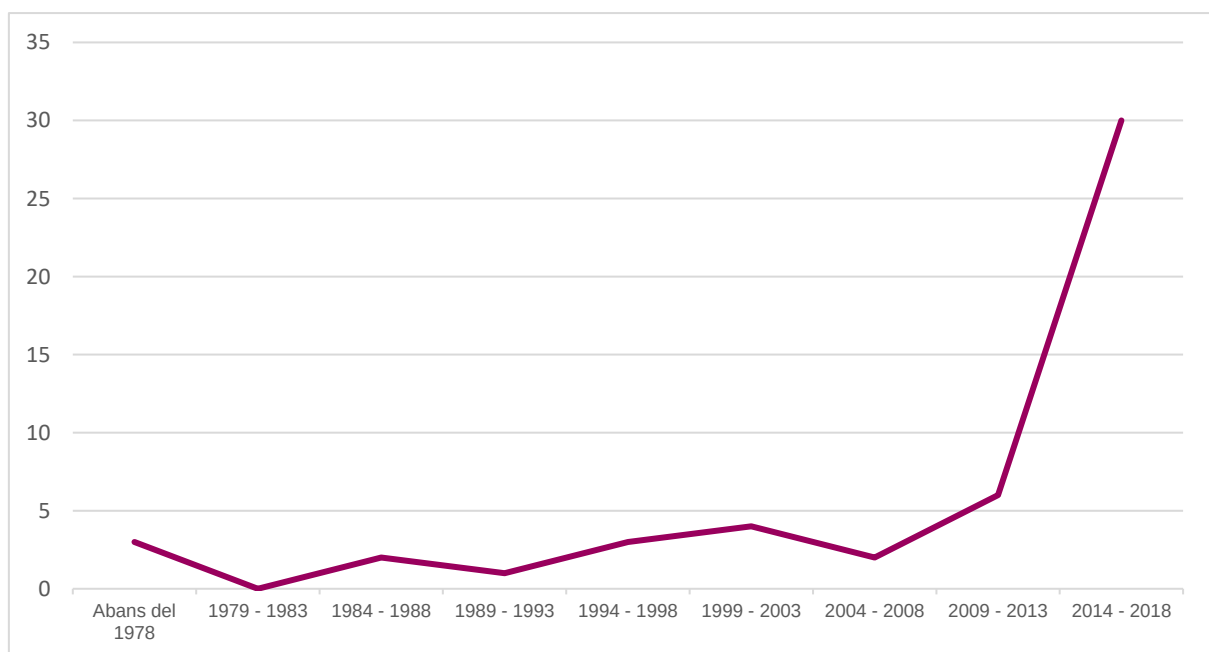


Font: Elaboració pròpia

Finalment, és rellevant remarcar que la majoria de les cooperatives detectades són empreses de nova creació. És a partir del 2014 quan s'observa un auge molt pronunciat en la constitució de noves cooperatives. Segons L.V de Coòpolis, aquest creixement pronunciat respon, en part, al llegat laboral que va deixar la crisi econòmica i a les ajudes en la promoció cooperativa de l'Administració Local de Barcelona.

Tanmateix, és important remarcar que les empreses reflectides en aquest gràfic són les que actualment segueixen funcionant. És a dir, no s'han tingut en compte aquelles que s'han creat durant aquests anys però que han tancat.

Figura 10 Anys de constitució de les cooperatives culturals a Barcelona



Font: Elaboració pròpia

4. LA PRECARIETAT ECONÒMICA EN EL SECTOR CULTURAL

4.1 Diagnòstic de la precarietat cultural

“En algún momento de la historia hablar de dinero cuando uno escribe, pinta, compone o crea se hizo de mal gusto”.

Remedios Zafra. *El Entusiasmo*

Quan pensem en feines del sector cultural tendim a associar-les amb una preocupant facilitat a tota mena de sinònims de precarietat.

Probablement això és una conseqüència d'algunes de les característiques que s'han anat perfilant fins ara: retallades arran de la crisi econòmica i les polítiques que han marcat l'evolució del sector cultural els darrers 40 anys. També la normalització cultural, que ha desarticulat i despolititzat el sector i la revolució digital, que ha promogut noves formes d'emprenedoria i producció cultural amb unes bases laborals molt fràgils per la tònica del capitalisme cognitiu.

Fins i tot el relat romàntic sobre l'artista lliure, bohemí i valent, que renuncia a tot per aconseguir una llibertat creadora no ha ajudat gens a la professionalització del sector. Tots ells, granets de sorra que ens han portat a un present on els conceptes diners i creativitat o interès comercial i interès cultural encara semblen elements que hagin d'anar enfrontats i que suposin una dicotomia eternament insalvable.

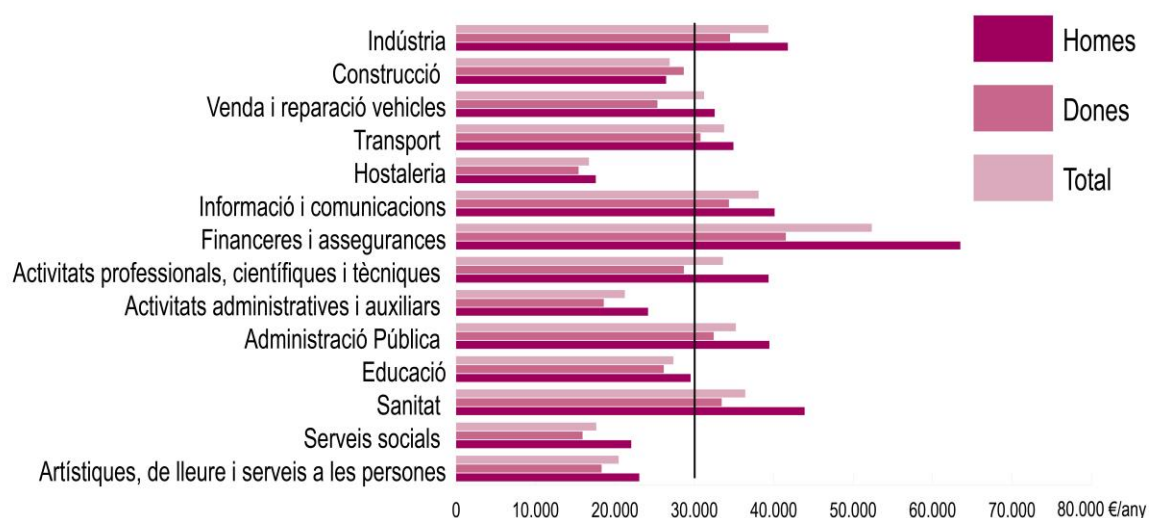
Però tot i aquesta suma de causes i conseqüències, la llavor, l'arrel més profunda de la situació laboral del sector és el sistema capitalista.

La cultura a la ciutat de Barcelona (emmarcada en el seu context polític, global i digital) s'ha comprovat que ha tingut al llarg dels anys diversos usos i objectius, destacant la seva rellevància en els terrenys econòmic i simbòlic.

Donat el paper destacat del sector en el desenvolupament de la ciutat i del territori català, no seria difícil imaginar que les condicions de treball dels seus i les seves professionals estarien per sobre de la mitjana. Tanmateix, la realitat no correspon amb aquest pensament.

Segons un informe de l'Oficina Municipal de Dades, l'any 2017 el salari mitjà dels i les residents a Barcelona va ser de 30.263 euros bruts anuals (vegeu laFigura 11). Si tenim present la bretxa salarial, en el cas de les dones la mitjana va ser de 26.579 euros i de 34.017 euros en el cas dels homes. Analitzant aquestes dades podem demostrar que la situació econòmica dels i les treballadores del sector cultural està molt per sota de la mitjana de la ciutat amb unes xifres anuals de mitjana de poc més de 20.000 euros.

Figura 11 Salaris mitjans per sector d'activitat 2017



Font: Elaboració pròpia a partir de les dades de l'informe "Els Salaris de Barcelona" (Observatori Municipal de Dades, 2019: 12).

Per altra banda, el mateix any 2017 un estudi realitzat per Barcelona Activa "Els sectors estratègics de Barcelona" revelava que les activitats creatives i culturals de la ciutat representaven 130.000 llocs de treball i prop de 9.000 empreses registrades en aquest sector a la ciutat. En aquest mateix informe, Barcelona Activa també explicava que l'ocupació creativa de la ciutat creixia des del 2008 un 13%. Malgrat tot, cal matissar que aquest increment es deu a la pujada dels sectors no tradicionals de la indústria, com ara el videojoc.

Figura 12 Ocupació activitats creatives a Barcelona 2017

ÀMBITS	Barcelona
Patrimoni	3.349
Arts gràfiques	3.630
Cinema, vídeo, música	3.804
Disseny i fotografia	16.855
Edició	8.604
Esriptura, arts escèniques i visuals	7.208
Moda	2.046
Radio i tele	1.049
Videojocs i edició electrònica	40.834
Publicitat	15.605

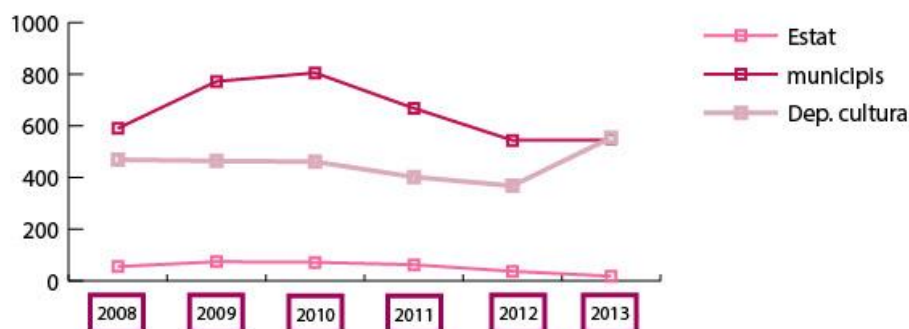
Font: Segons dades del Departament d'estudis de la Gerència de Política Econòmica i Desenvolupament Local de l'Ajuntament de Barcelona.

Seguidament, la voluntat d'aquesta recerca és detallar quins són els principals factors polítics, legals, econòmics i socials que generen condicions de treball precàries per als treballadors i les treballadores de la cultura.

4.1.1 Els factors polítics i legals que debiliten les condicions laborals del sector cultural: retallades i externalitzacions

La caiguda de les inversions econòmiques públiques en cultura arran de la crisi econòmica (vegeu la Figura 13) és un dels factors que cal tenir present a l'hora d'analitzar les expectatives laborals del sector cultural.

Figura 13: Pressupost consolidat en cultura dels organismes públics de Catalunya 2008-2014



Font: Elaboració pròpia segons dades del Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya (DCultura, 2015)

Tot i que en el present treball no podem tractar en profunditat l'impacte i els efectes de la davallada de les inversions públiques en el sector cultural, ens sembla interessant fer una petita radiografia de la situació pressupostaria dels últims anys. Segons l'informe del CONCA 2018, el total d'inversió pública en cultura a Catalunya va passar de 1.251 milions d'euros el 2010 a 822 milions el 2013. Les inversions l'any 2017, sobretot gràcies a l'esforç dels ajuntaments catalans, estan recuperant les xifres fins a arribar als 986 milions. Amb relació a això, ens sembla important destacar que l'Ajuntament de Barcelona (vegeu la Figura 14), segons dades del pressupost obert, ha incrementat progressivament els seus pressupostos anuals de cultura passant de 133 milions d'euros l'any 2014 a 147 milions l'any 2017.

Figura 14 Despesa pública consolidada en cultura de les administracions catalanes (en milions d'euros)



Font: Elaboració pròpia segons dades de l'Institut d'Estadística de Catalunya extretes de l'Informe del CONCA 2018

No obstant això, existeixen altres factors polítics al marge de les inversions públiques. Des de la crisi del 2008 el marc legal també ha afavorit a afeblir el sector facilitant que les privatitzacions es fessin efectives.

Per una banda, l'any 2012 el Govern Central promulgava les noves mesures per garantir l'estabilitat pressupostària amb el Reial decret-Llei 20/2012, amb el qual el control de la despesa en personal va provocar una reducció dràstica d'ocupació pública al sector cultural (Vozmediano, 2015). Uns llocs de treball que en molts casos es van cobrir amb personal temporal gràcies a la Llei 35/2010 de reforma laboral amb la qual desapareixien totes les limitacions existents a l'hora de firmar contractes amb ETTs des de les administracions públiques.

Treballs temporals amb unes característiques que cal remarcar: feines no consolidades, desprotegides, desarticulades d'organitzacions sindicals, sense perspectives de promoció i amb horaris molts cops a demanda (Monereo i Moreno, 2004: 46).

A la capital catalana, la contractació per ETT segueix sent una pràctica molt comuna. Sobretot arran de l'externalització de la gestió de molts equipaments des de les retallades i de la congelació de comptes de la Generalitat. Molts en mans de grans empreses com Magma Serveis Cultural, Ciut'Art Serveis Educatius o Manpower Group Solutions.

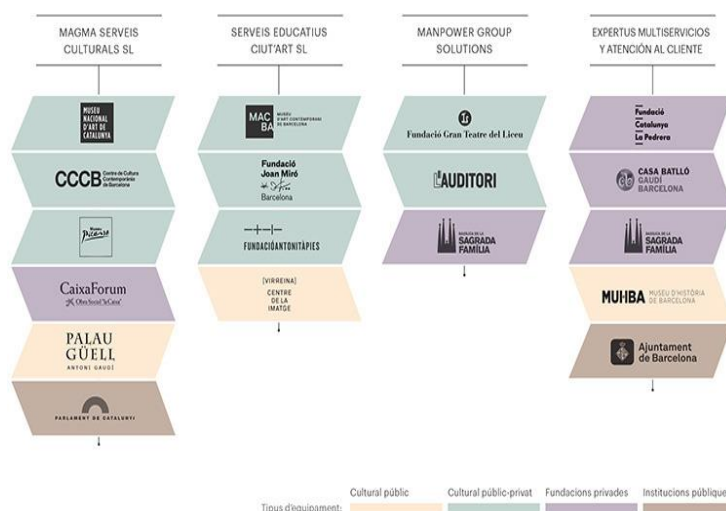
Segons una entrevista realitzada per la periodista Clàudia Rius a la revista Núvol, una treballadora subcontractada com a medidora d'una sala d'un museu cobrava l'any 2015 de sou base 525,19€ al mes per 25 hores a la setmana. Un sou que podia augmentar en funció de les visites guiades o tallers que aconseguís. Cada visita extra es pagava a 3,04€/h. "Això genera situacions de competitivitat entre treballadors precaris, que han de comparar-se constantment entre ells per tal de poder tenir un sou extra" (Rius, 2015).

Pel professor de la Universitat de València, Joaquim Rius-Ulldemolins "les condicions laborals del personal extern de molts equipaments demostra que la presència de representants públics (en els patronats) no garanteix unes mínimes condicions laborals, ja les empreses de serveis són les encarregades de negociar els convenis, els tipus de contractes i marcar els salaris" (Soler, 2015:3). És a dir, és el mateix mercat competitiu qui marca les condicions.

I no podem oblidar que el principal criteri d'adjudicació d'una licitació és l'oferta econòmica situació que promou clarament una guerra de preus que sempre tenen un efecte negatiu en els salaris dels i les treballadores.

Per entendre correctament les paraules del professor Ulldemolins cal recordar que l'Ajuntament de Barcelona forma part dels patronats (Figura 15) que gestionen molts dels equipaments i museus de Barcelona com el Gran Teatre del Liceu o l'Auditori, el CCCB, el MACBA, el Museu Picasso o el MNAC.

Figura 15 Licitacions d'equipaments públics de la cultura



Font: Anna Torner. Article de *La Directa* 389

La inestabilitat, la falta d'oportunitats i la congelació de les contractacions públiques han acabat conformant un sector cultural molt polaritzat que ha desembocat amb un tap generacional que està tenint també forces conseqüències, no només professionals sinó també en la capacitat transformadora de la cultura envellint els seus discursos i les seves pràctiques laborals. Per posar-hi un exemple, l'informe *Los profesionales de los museos. Un estudio sobre el sector en España* (Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, 2016:57) revela que l'any 2016 de mitjana els treballadors feia més de 10 anys que estaven contractats per la mateixa posició.

Aquest tap, aquest embús, és obvi que està tenint conseqüències a la regeneració de les propostes culturals de la ciutat i que a la vegada evidencien la mala redistribució de la riquesa: els projectes ja consolidats s'enduen els grans contractes i les noves propostes, generalment encapçalades pels joves, no troben la manera de finançar-se. L'anàlisi de com aquesta situació està tenint un efecte sobre la producció i el consum

cultural entre els joves no és pertinent en el present treball però seria una branca molt interessant per explorar en futures investigacions.

La precarietat no és una qüestió de no trobar feina entre els treballadors culturals: “treballar, treballem; la qüestió és que la gent sàpiga en quines condicions” (Puigtobella, 2018), comenta la dramaturga Carla Rovira l’any 2018 a una entrevista a Barcelona Metropoli.

Al tap generacional cal sumar-li també, en part com a conseqüència, un *Starsystem* català que té com a cap de llança els més d’1,5 milions d’euros d’honoraris percebuts per Lluís Pasqual al llarg dels anys que havia estat a la direcció del Teatre Lliure de Barcelona (2012 -2017). Anys, a part, que van ser molt durs a causa de la crisi econòmica i que repartint bé els 220.000 euros anuals que es cobraren a certes direccions es podrien haver fet molts projectes culturals i pagat a la vegada molts sous dignes.

4.1.2 Altres factors: la il·lusió i els pagaments immaterials

Diversos autors descriuen el sistema cultural com un sector sustentat gràcies a una multitud de persones creatives i desarticulades; becaris que treballen gratuïtament a canvi de promeses de futur, personal amb contractes temporals i discontinus, persones autònomes sense masses drets laborals, col·laboradors externs i treballadors polivalents. Una màquina insostenible amb la vida però que manté a tots els engranatges permanentment connectats i gairebé sempre en constant competició (Zafra, 2017: 39)

El més pervers de tot, però, és que el motor clau d’aquesta màquina és l’explotació de la motivació, la passió i la il·lusió de totes aquestes persones que accepten treballar a canvi de diversos intangibles: un futur esperançador, la realització de treballar “de lo teu”, visibilitat digital, etc. Totes, promeses que fan que el/la treballador/a cultural decideixi anar ajornant l’ideal de vida digna i cedeixi davant d’aquesta explotació estructural del sector.

Unes condicions que a més a més es van cronificant davant la vulnerabilitat del treballador actual que viu sota l’amenaça constant que sempre hi haurà “algú que ho acceptarà”. Un problema estructural del sistema capitalista que en el cas de l’àmbit cultural està generant un sector molt individualitzat i en constant competència.

Remedios Zafra en el seu darrer llibre *El Entusiasmo: precariedad y trabajo creativo en la era digital* fa una acurada exposició del context i la realitat laboral del sector cultural a l'actualitat i explica que:

“no sin contradicción, muchas personas preferiríamos el camino de la creación modesta pero libre a la acumulación de riqueza subordinadas a un trabajo sin pasión. Eso pensamos y eso decimos antes de descubrir que la libertad mengua cuando no hay dinero y sí expectativa, cuando el vivir se sostiene difícilmente sobre una superficie demasiado inestable que precisa unos mínimos de energía y sustento” (Zafra, 2017: 39).

4.1.3 L'emprenedoria cultural i la fi dels drets i les garanties laborals

“La figura de l'artista, del programador, del dissenyador o del músic es transmutarà en entrar a operar a les indústries creatives i amb això apareixerà la figura de l'emprenedor cultural” (Rowan, 2010: 39).

El paradigma d'economia creativa i les polítiques públiques globals que han anat envoltant tots aquests canvis, també van ser un motiu de transformació de les categories laborals que havien operat fins ara i que s'havien d'adaptar als nous mecanismes de mercat i del marc econòmic imperant.

Així doncs, si la cultura s'instrumentalitzava per a diversos motius com ara la regeneració urbana, l'artista i el treballador cultural passaven a ser un nou subjecte econòmic.

En aquest sentit, l'emprenedoria i l'ocupació autònoma va adoptar a la vegada que la cultura un paper clar en les estratègies d'activació econòmiques justificant la seva promoció des de les polítiques públiques en una futura riquesa social i a la solució als problemes d'atur i ocupació (Ojeda & Urbano, 2015). Però al mateix temps que es promouia aquest model, tant l'Estat com al sector empresarial, s'allibera progressivament de les seves obligacions i responsabilitats envers les garanties socials i drets laborals dels treballadors culturals normalitzant-ne les condicions de precarietat. (Osten, 2008: 84).

L'investigador Jaron Rowan en el text publicat a la revista *Nativa* “Sé creativo, come mierda” recull com a conclusió un enfrontament entre els dos models de política pública cultural; l'instrumental i el de la cultura entesa des del comú.

“El neoliberalisme ha contribuït a forçar la deriva privatitzadora de les administracions. És un bon moment per avaluar els resultats i ens replantegem que, efectivament, afavorir que uns pocs es muntin empreses culturals no és millor que afavorir que siguin les mateixes comunitats les qui s’apoderin i treballin de forma activa en la producció d’un context cultural ric i comú” (Rowan, 2013).

Així doncs, més enllà del discurs progressista de l’emprenedoria cultural -recolzat per unes polítiques públiques, un marc legal i reafirmat per una mistificació de la figura de l’artista-, el professional autònom cultural acaba treballant en un entorn:

- Individualitzat: El treballador autònom és el responsable, segons l’esforç que hi dediqui, del seu èxit o fracàs, de la seva estabilitat i dels seus ingressos. L’Estat es descarrega tota responsabilitat. “Descobrir el talent d’un mateix”, “tothom pot aconseguir-ho”... aquest és l’*ethos* del sistema. (Lorey, 2008: 68).
- Desarticulat: El context digital i el treball autònom promou la desarticulació.
- Autoprecaritzat: “per plaer” de fer un treball creatiu.
- Desregulat i sense protecció: contractes temporals, sense seguretat social, sense vacances, sense atur, sense control horari, sense dret a formació, etc.
- Impagat: feines voluntàries amb la finalitat d’autorealització i amb l’esperança de pagaments futurs.

4.1.4 Els canvis laborals de la producció cultural en un context digital

La revolució digital i el canvi de paradigma que ha suposat en totes les esferes de la vida també ha incidit en les pautes de producció i consum de l’art i, per tant, ha provocat també una nova relació entre la tecnologia i tota l’esfera cultural.

Tal com hem argumentat anteriorment, l’era digital obre un nou context productiu capitalista, anomenat capitalisme cognitiu (Blondeau et al. 2004) per la seva voluntat d’explotar les capacitats creatives de la societat i apropiar-se-les de forma privada a partir de les lleis de propietat intel·lectual.

Les antigues professions queden ara en un sistema difós dins de la xarxa amb uns treballadors multidisciplinaris i emprenedors que produeixen des de casa i que no es reconeixen amb cap col·lectiu creant una massa desarticulada. Com diu Ingrid Guardiola en una entrevista a la revista Barcelona Metropolis parlant de la precarietat laboral en l'era digital “ara, en lloc de ser explotats pel patró de torn, ens acabem explotant a nosaltres mateixos”. (Puigtobella, 2018).

El filòsof sud-coreà Byung Chul-Han, teoritza en el seu llibre *La sociedad del cansancio* sobre aquesta necessitat constant de rendiment del capitalisme digital que premia i promou l'explotació a un mateix. El filòsof alertava a la conferència que va impartir el passat 2018 al Centre de Cultura Contemporània de Barcelona (CCCB), que “ja no hi ha ningú contra qui dirigir la revolució, no hi ha uns altres d'on provingui la repressió” (Geli, 2018).

Anteriorment se citava a Barbieri per explicar com la “normalització”, la “institucionalització” de la cultura a partir de la transició espanyola va suposar una pèrdua del caràcter combatiu d'aquesta al veure's incorporada i legitimada per les estructures polítiques. Una desarticulació que s'engreixa amb l'arribada de la digitalització.

Sense voler sonar ciber-apocalíptics, parafrasejant a Umberto Eco (Eco, 1968), aquesta desarticulació, aquest liberalisme encobert en el qual es basa la cultura digital, també té importants conseqüències en el sector com a punta de llança de la combinació de tots els elements analitzats com ara l'actitud bohèmia i romàntica, l'utopisme tecnològic, la desarticulació, individualisme, etc.

Un tipus d'actitud que combina bé amb l'estil de vida i les actituds polítiques de la generació dels burgesos bohemis o dels treballadors empleats en les indústries creatives i que s'expressa en el seu ethos antiinstitucional, creatiu i flexible, coherent amb les necessitats del capitalisme postfordista (Rius-Ulldemolins, 2016:9).

Les conseqüències de tot aquest context són moltes: canvis de consum, de producció, d'estratègies polítiques, d'organització urbana, etc. Tanmateix la incorporació de dinàmiques liberals en el sector cultural transformen també els patrons laborals: desprotecció legal, devaluació professional, flexibilitat, temporalitat, feines per projectes,

explotació de la creativitat, són alguns exemples de les característiques de les noves feines del sector cultural emmarcat en el capitalisme cognitiu.

4.2 Mapa conceptual de la precarietat cultural

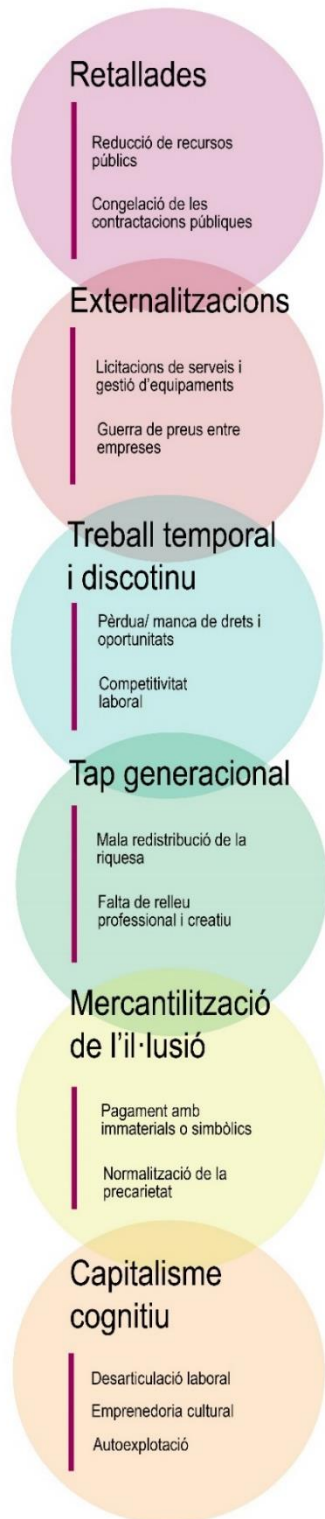


Figura 16 Mapa conceptual de la precarietat cultural

Font: Elaboració pròpia

4.3 Què entenem per condicions dignes de treball?

“Tota persona té dret al treball, a la lliure elecció del seu treball, a condicions equitatives i satisfactòries de treball i a la protecció contra la desocupació. Tota persona té dret, sense cap discriminació, a igual salari per treball igual. Tota persona que treballa té dret a una remuneració equitativa i satisfactòria, que li asseguri, així com a la seva família, una existència conforme a la dignitat humana i que serà completada, en cas necessari, per qualsevol altres mitjans de protecció social”.

Article 23 de la Declaració Universal dels Drets Humans, emesa per l'ONU el 1948

Seguint les línies que proposa l'article 23 de la Declaració Universal dels Drets Humans entorn del dret al treball, l'Organització Internacional del Treball (OIT) va desenvolupar l'any 1999, el concepte de “treball decent” que contenia quatre premisses de partida: ocupació, seguretat social, drets dels treballadors i diàleg social. L'objectiu era establir un manual amb nous indicadors a l'hora de definir la qualitat laboral.

Per la seva banda, la Comissió Econòmica de les Nacions Unides va fer un pas endavant la definició de l'OIT i va detallar set dimensions per mesurar la qualitat de l'ocupació, considerant: les condicions, retribucions, el temps, l'equilibri entre el treball i la vida, la seguretat i la protecció social, el desenvolupament de competències i la formació, així com, la motivació i les relacions laborals (UNECE, 2010:4). En aquest sentit, l'any 2013, l'OCDE va proposar un nou marc d'avaluació de la qualitat de l'ocupació a partir de tres dimensions (Cabasés et al., 2017:9):

- La qualitat dels ingressos.
- La seguretat del mercat de treball: seguretat econòmica, riscos d'atur i beneficis rebuts en cas d'atur.
- La qualitat de l'ambient de treball.

Segons l'informe *Ocupació de qualitat: resposta al fenomen dels treballadors i treballadores pobres* elaborat per la Taula d'Entitats del Tercer Sector de Catalunya, l'any 2017 l'OCDE posava de manifest la falta d'ocupació de qualitat al mercat laboral espanyol. Aquest estudi, assenyalava l'elevat percentatge de treballadors temporals, joves i empleats amb sous baixos. En definitiva, “l'OCDE situa Espanya entre els 10 països amb els pitjors indicadors de qualitat de l'ocupació, principalment pel

deteriorament dels components d'estabilitat laboral i ambient de treball" (Cabasés et al., 2017:10). A més a més, segons aquest mateix informe:

"La crisi econòmica i financera iniciada l'any 2008 i la reforma laboral de l'any 2012 i successives, han consolidat un model d'ocupació precària a Catalunya que afecta especialment a les persones joves i, com demostren les dades, es caracteritza per: dificultat d'accés al mercat de treball, temporalitat dels contractes de treball, involuntarietat en la jornada laboral a temps parcial, sobrequalificació, baixos salaris i baixa protecció social". (Cabasés et al., 2017:11)

Ens sembla rellevant també remarcar que, en el marc d'aquesta recerca, adoptem la definició de precarietat laboral feta a l'informe *Ocupació de qualitat: resposta al fenomen dels treballadors i treballadores pobres*. Així doncs, es considera precarietat laboral "quan la falta d'ocupació, la flexibilitat, la temporalitat, l'eventualitat, els baixos salaris i el control en el lloc de treball no permeten la consolidació d'un nivell d'ingressos per poder articular un futur i una vida digna. La qual cosa implica l'eclosió de formes i situacions de vulnerabilitat, incertesa i dependència". (Cabasés et al., 2017:25)

Atesa la descripció de "treball decent" i de qualitat que inicia l'OIT, la definició de treball digne va molt més enllà del fet de tenir una feina retribuïda de manera justa si no que hi influeixen altres elements com el tipus de contracte, la jornada laboral o la igualtat en les condicions salarials. Així doncs, més enllà de la seguretat laboral i les condicions salarials, amb relació a aquest treball d'investigació, ens interessa establir una definició de la dignitat laboral dins del marc de l'Economia Social i Solidària i que, per tant, posi al centre el benestar del o la treballadora i no el benefici econòmic.

Si parlem de benestar, cal fer una mirada holística dels entorns laborals considerant factors com la forquilla salarial, els horaris coherents amb el volum de feina, l'estabilitat, les prestacions o el compliment dels drets bàsics dels i les treballadores.

L'economista Arcadi Oliveres, activista social i professor emèrit d'economia mundial a la UAB, afirma en una entrevista realitzada per aquesta investigació que el model societari d'una cooperativa crea per definició pròpia llocs de treball més estables, ja que, a diferència de les empreses capitalistes, prioritza sempre la conservació del lloc de treball davant de l'obtenció de beneficis.

"La idea que tothom està en el mateix vaixell, que tots els treballadors corren la mateixa sort, no es donarà mai en una empresa capitalista". Arcadi Oliveres

Les cooperatives, segons Oliveres, haurien de néixer sempre motivades per un "esperit cooperatiu", una voluntat ideològica entre treballadors/es que decideixen apostar per un

model d'empresa amb uns valors diferents del capitalisme basats en la propietat col·lectiva i les decisions democràtiques.

Tanmateix, reconeix que això no sempre és així i que forces cops la motivació és de conservació o creació d'un lloc de treball.

“Per aquesta raó és fàcil que en èpoques de crisis econòmiques el nombre de cooperatives augmenti perquè la gent tendeix sempre a protegir el seu lloc de treball”. Arcadi Oliveres

Per tant, d'aquestes dues línies i les definicions aportades al principi del capítol, és possible deduir que l'estabilitat i la seguretat laboral són característiques bàsiques i imprescindibles de la dignitat en els espais laborals.

No obstant això, considerant que el model societari cooperatiu és un braç de l'Economia Social i Solidària, per Oliveres existeixen altres condicions socials paral·leles a tenir presents a l'hora de definir la dignitat laboral en un espai de treball. Cal, per tant, fer un apunt i assenyalar que la precarietat salarial no sempre té una relació directa amb la precarietat laboral en un sentit més ampli i que hi ha pagaments indirectes tant o més importants.

Per exemple el desgavell de sous que es donen en moltes empreses capitalistes també és un punt important a remarcar i que es contraposa amb el funcionament cooperatiu. La voluntat d'igualar les forquilles salarials entre treballadors de la mateixa empresa evita unes desigualtats internes que en cap cas queden protegides en les empreses capitalistes.

Per Oliveres les condicions dignes de treball haurien de contemplar:

- Un salari per sobre del Salari Mínim Interprofessional per evitar la supervivència i promoure una vida sostenible pels i les treballadores. És a dir, un salari que permeti planificar el present i el futur. Pam a Pam, el mapa de l'Economia Social i Solidària afegeix que consideren dignes, per la mateixa raó, “els salaris superiors al recollit al conveni de referència” (Pam a Pam, 2018).
- Promoció de feines estables i segures
- Jornades laborals que facin compatible la vida personal i la vida laboral. Horaris, distància, etc.

- Igualtat d'oportunitats i salari. Minimitzar les forquilles salarials i, com afegeix Pam a Pam, eliminar les bretxes de gènere. (Pam a Pam, 2018).
- La satisfacció personal i felicitat dels i les treballadores
- Democràcia interna del projecte
- Relacions humanes. La valoració dels treballs de cura i reproducció social dins els entorns laborals.

FLEXIBILITAT	SALARI DIGNE I IGUAL	DEMOCRÀCIA INTERNA
CURES	RESPECTE	COMPAGINAR I CONCILIAR

5. ESTUDI DE CAS

“Més enllà de la cultura precària, hi ha una cultura transformadora, elaborada i gaudida de forma col·lectiva. Una cultura que coopera, que vol una relació equitativa entre qui la fa i qui la gaudeix, oberta a la participació de tothom. Tot i això, per a la dignificació de les condicions de la seva creació, cal organitzar-se i treballar col·lectivament, i cal explorar formes jurídiques i societàries que en fomentin el caràcter emancipador”. (Coòpolis, 2018:23)

Per realitzar aquesta investigació, tal com s'ha exposat a l'apartat de metodologia, hem utilitzat un anàlisi mixt. Per establir el marc teòric i conceptual del treball hem utilitzat fonts bibliogràfiques i dues entrevistes exploratòries de context a experts del sector. Per procedir a la recerca hem utilitzat una enquesta i diverses entrevistes.

5.1 Instruments d'anàlisi

Més concretament, els instruments utilitzats pel material d'anàlisi són:

5.1.1. Recerca documental i bibliogràfica

A la primera part d'aquest treball d'investigació hem utilitzat principalment la recerca documental. A través d'articles acadèmics, articles de premsa d'actualitat i les informacions generades per entitats que treballen en el marc del cooperativisme s'ha intentat establir un marc teòric i conceptual pel nostre treball.

Hem cregut interessant fer una contextualització prèvia a la temàtica de la recerca per dissenyar el nostre propi marc d'actuació, la nostra pròpia definició de cultura i establir els valors ideològics des d'on s'ha de treballar. Així mateix, la recerca documental i bibliogràfica ha servit per preparar el guió de les entrevistes i l'enquesta general.

5.1.2. Entrevistes exploratòries semiestructurades

Les entrevistes són una altra forma de fer una aproximació a la qüestió que es vol treballar. L'objectiu d'aquestes entrevistes ha estat el de complementar la informació extreta a través de la recerca documental, plantejar com hauria de ser la pràctica

cooperativa en el marc de l'Economia Social i Solidària i explorar quina és la situació laboral actual del cooperativisme cultural a Barcelona.

Després d'aprofundir en el tema de recerca a través de fonts bibliogràfiques s'han preparat aquestes entrevistes a través d'un guió que, en tot moment, ha estat obert i flexible a noves intervencions / reflexions. Les dues entrevistes exploratòries ens han ajudat a cosir tot el cos teòric del treball.

- Entrevista exploratòria 1: Arcadi Oliveres, activista social i professor emèrit d'economia mundial a la UAB. (Vegeu l'entrevista completa a l'Annex 8.1.1)
- Entrevista exploratòria 2: L.V, responsable de comunicació de l'Ateneu Cooperatiu Coòpolis. (Vegeu l'entrevista completa a l'Annex 8.1.2)

Les dues entrevistes completes es poden veure a adjuntes en una memòria externa (vegeu l'Annex 8.1).

5.1.3 L'enquesta

Per prosseguir amb aquesta investigació i dur a terme l'estudi de cas, hem utilitzat diverses eines, entre elles, la realització d'una enquesta anònima a 19 sòcies treballadores de diferents cooperatives culturals de Barcelona. S'han realitzat, per tant, 19 enquestes. Una per empresa seleccionada. Hem escollit l'eina de l'enquesta amb la voluntat d'obtenir dades quantitatives sobre la situació laboral del sector cooperatiu cultural de Barcelona per després comparar-les amb els resultats obtinguts a partir de les entrevistes en profunditat.

De les 52 cooperatives de l'àmbit cultural detectades en el mapatge de Barcelona (vegeu punt 3.3.2), hem realitzat l'enquesta a una tercera part del total que, com hem indicat, correspon a 19 cooperatives. Igualment, comentar que totes les cooperatives escollides són de treball associat i estan constituïdes jurídicament.

L'enquesta consta de 25 preguntes dividides en 4 seccions:

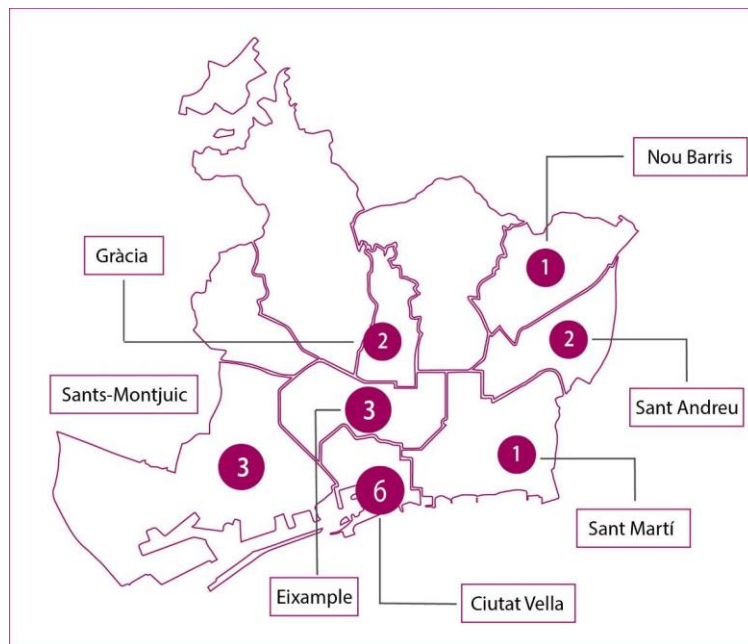
- Fitxa tècnica de la cooperativa
- Motivacions

- Situació i condicions laborals
- Aportacions i comentaris

Hem optat per fer la majoria de preguntes de resposta tancada, ja que el format enquesta tenia l'objectiu d'aconseguir dades concretes i idèntiques per a totes les empreses preguntades. No obstant això, s'ha decidit també incorporar algunes preguntes obertes amb la voluntat de deixar espais lliures de reflexió personal entorn de la temàtica. (vegeu totes les preguntes a l'Annex 8.2.1),

Les 19 cooperatives participants en aquesta fase de la recerca s'ha procurat que siguin representatives en grandària, àmbit cultural, anys d'activitat, tipologia i repartiment territorial a la ciutat amb relació a la totalitat d'empreses del mapatge que hem fet de Barcelona.

Figura 17 Distribució per districtes de Barcelona de les cooperatives culturals enquestades

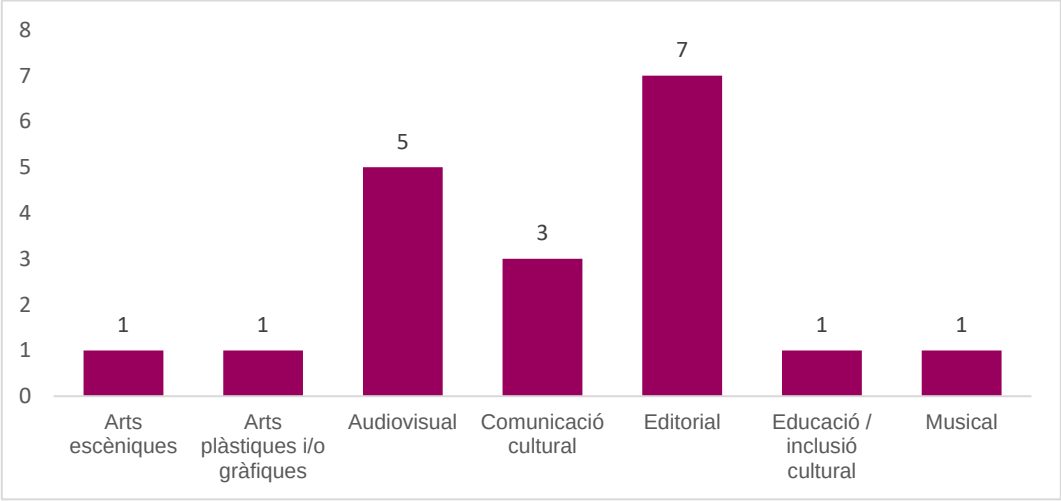


Font: Elaboració pròpia

La Figura 17 mostra el repartiment per districtes de les 19 empreses cooperatives que han participat en l'enquesta. Per altra banda, tal com s'indica a la Figura 18, hem realitzat l'enquesta a set cooperatives de l'àmbit editorial, cinc de l'àmbit Audiovisual, tres de

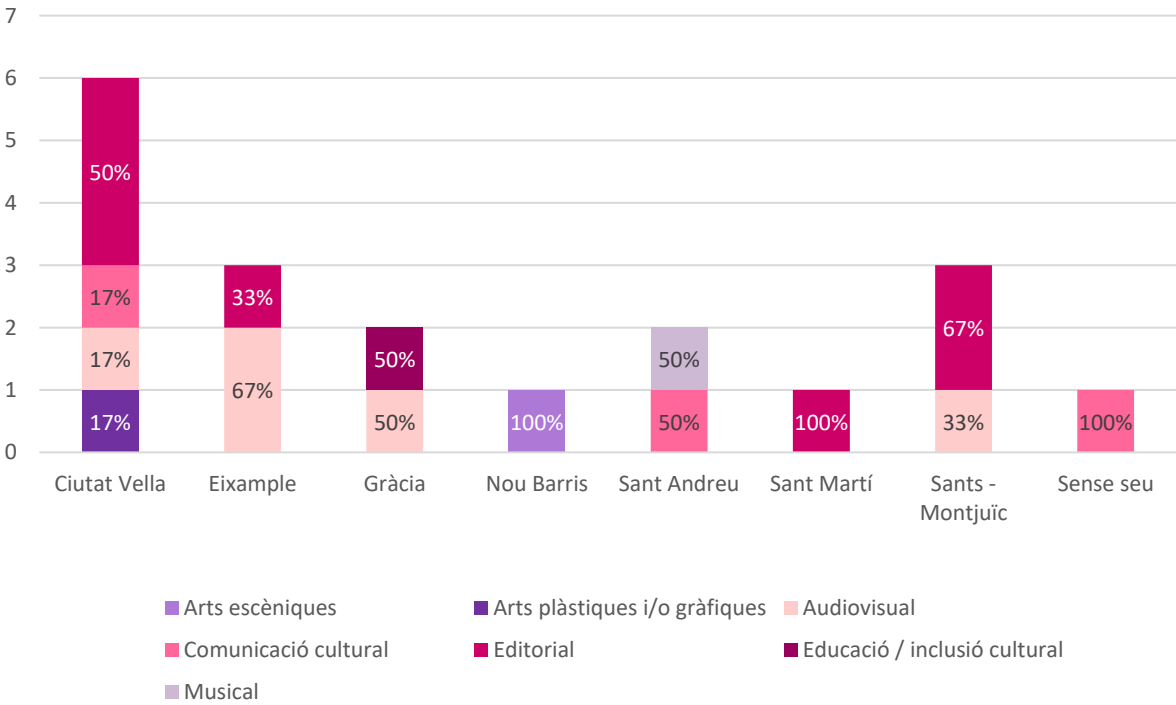
comunicació cultural i una en els àmbits de les arts plàstiques, escèniques, musicals i d'educació cultural.

Figura 18 Àmbits culturals de les cooperatives enquestades



Font: Elaboració pròpia

Figura 19 Cooperatives culturals enquestades segons àmbit cultural i distribució territorial per districtes



Font: Elaboració pròpia

Cal recordar que en aquesta proposta d'investigació no arribem a conclusions definitives, ja que tot i el mapatge i les tasques de recerca, no podem assegurar que hàgim incorporat totes les cooperatives culturals de Barcelona en el marc de treball. Afegir, també, que l'enquesta l'hem realitzat amb l'eina *Google Forms*, des d'on s'han generat una sèrie de dades que posteriorment hem treballat i analitzat amb l'Excel (vegeu tots els resultats a l'Annex 8.2.2).

5.1.4 Entrevistes de cas en profunditat: tres mirades sobre el cooperativisme cultural

A l'hora d'aproximar-nos de manera més directa a la diversitat d'experiències de la pràctica cooperativa en el sector cultural de Barcelona, s'ha optat per complementar l'estudi de cas amb tres entrevistes en profunditat d'àmbits culturals diferents. El format d'entrevista facilita la capacitat de generar escenaris propers des d'on és possible aprofundir, debatre i reflexionar.

Hem cregut interessant completar l'estudi a través de l'experiència real i l'opinió perceptiva dels implicats en la matèria perquè ofereixen un punt de vista bàsic que cal tenir present a l'hora d'interpretar aquesta realitat. A diferència que a l'enquesta, en aquest cas l'objectiu, més que extreure dades molt concretes, ha estat entrar en els matisos de l'experiència per entendre qualitativament com és l'espai, la qualitat i l'ambient laboral cooperatiu.

En aquest sentit, s'ha realitzat una entrevista individual per a cada una de les persones participants. Igual que en el cas de les entrevistes exploratòries a l'Arcadi Oliveres i a la L.V de Coòpolis, aquestes entrevistes han seguit també un guió flexible i una actitud en tot moment poc directiva.

Per obtenir un ventall ampli d'opinions, s'han escollit tres exemples cooperatius de diferents àmbits culturals; Audiovisual, Musical i Editorial. Igualment, s'han buscat exemples amb diferent representació dins del total de cooperatives culturals de Barcelona i sobretot que desenvolupessin diferents tipus de tasques creatives, tècniques i de gestió. Cal afegir que les tres persones entrevistades també formen part de cooperatives de treball associat jurídicament constituïdes. Veure entrevistes completes a l'Annex 8.3.

Cas 1: Quesoni

Quesoni és una cooperativa de producció integral d'esdeveniments culturals constituïda l'any 2016. Avui dia Quesoni és la suma d'esforços de 4 socis treballadors que ajunten coneixements en serveis tècnics (so, il·luminació i producció) amb l'organització de diverses iniciatives musicals de Barcelona – el festival Say it Loud o Rebelmadiag- amb una forta vinculació a espais i equipaments de cultura comunitària i Festes Majors Alternatives. Amb aquesta unió, la cooperativa ofereix tasques que van des de la sonorització d'espectacles i concerts, fins a la creació d'esdeveniments propis, programació i acompanyament artístic o treball cultural comunitari.

Persona entrevistada:	
Nom i cognom	Pablo Tudela
Rol dins de la cooperativa	Soci treballador i fundador
Edat	37
Fitxa de la cooperativa:	QUESONI
Any de constitució	2016
Àmbit d'activitat	Música: producció tècnica, producció i programació artística
Districte on es troben les oficines	Sant Andreu
Tipus de cooperativa	Treball associat
Règim intern	Règim d'autònoms
Nombre de cooperativistes	4
Nombre de treballadors/es contractades	6
Principal font de finançament de la cooperativa	Activitat pròpia en un 90%
Motivació principal per crear la cooperativa	Motius ideològics
Es recullen valors culturals al règim intern?	Si
Hores setmanals treballades per contracte pels socis	40h
Sou anual brut	18.000 – 21.000€

Forquilla salarial	1 a 1
Es contemplen altres formes de compensacions?	Si
Han tingut el debat de què entenen per una "condició digna de treball"?	Si

Cas 2: LA CARBONERA

La Carbonera és molt més que una llibreria de barri. Neix l'any 2017 amb l'objectiu de construir des del barri i per al barri una comunitat que cada dia estimi més i apreciï millor el valor i la importància de la literatura i la cultura. Per aquesta raó no només ven llibres sinó que també organitza moltes activitats per fer créixer la xarxa veïnal. A part, La Carbonera es presenta també com un espai físic de debat, relació i pensament dirigit a les diferents comunitats del barri. En definitiva, com diuen ells mateixos, un espai per "pensar en col·lectiu".

Persona entrevistada:	
Nom i cognom	Mar Rerondo
Rol dins de la cooperativa	Soci treballador i fundador
Edat	26
Fitxa de la cooperativa:	LA CARBONERA
Any de constitució	2017
Àmbit d'activitat	Editorial, llibreria, activitats culturals de proximitat
Districte on es troben les oficines	Poble-sec
Tipus de cooperativa	Treball associat
Règim intern	Règim d'autònoms
Nombre de cooperativistes	3

Nombre de treballadors/es contractades	0
Principal font de finançament de la cooperativa	Activitat pròpia
Motivació principal per crear la cooperativa	Motius ideològics
Es recullen valors culturals al règim intern?	Si
Hores setmanals treballades per contracte pels socis	40h / 20h
Sou anual brut	< 18.000€
Forquilla salarial	1 a 1
Es contemplen altres formes de compensacions?	No
Han tingut el debat de què entenen per una "condició digna de treball"?	No

Cas 3: LOOKY PRODUCCIONS

Looky Produccions es funda l'any 2014 de la mà de quatre socis que decideixen tirar endavant el projecte per dedicar-se a fer el que els agrada. L'objectiu era fer una cooperativa de producció audiovisual que posés a l'abast de tothom contingut audiovisual com animacions, motion graphics, així com la cobertura d'espectacles, concerts i esdeveniments. Per Looky Produccions tenir present la dimensió audiovisual en els projectes culturals és imprescindible. Per això treballen colze a colze amb altres projectes, generant molts cops una economia informal i basada en l'intercanvi. Els projectes propis els tenen encara en cartera.

Persona entrevistada:	
Nom i cognom	Maiol Diez
Rol dins de la cooperativa	Soci treballador
Edat	31
Fitxa de la cooperativa:	Looky Produccions
Any de constitució	2014

Àmbit d'activitat	Producció audiovisual
Districte on es troben les oficines	Eixample
Tipus de cooperativa	Treball associat
Règim intern	Règim d'autònoms
Nombre de cooperativistes	4
Nombre de treballadors/es contractades	1
Principal font de finançament de la cooperativa	Activitat pròpia
Motivació principal per crear la cooperativa	Auto-ocupació
Es recullen valors culturals al règim intern?	Si
Hores setmanals treballades per contracte pels socis	40h / 20h
Sou anual brut	22.000 – 25.000€
Forquilla salarial	1 a 1
Es contemplen altres formes de compensacions?	Si
Han tingut el debat de què entenen per una "condició digna de treball"?	No

5.2 Anàlisi de les dades obtingudes

En aquest punt s'analitzen les dades, qualitatives i quantitatives, obtingudes a partir de l'enquesta realitzada i les tres entrevistes en profunditat. Cal afegir, també s'incorporen en algun punt algunes de les reflexions aportades durant les entrevistes exploratòries.

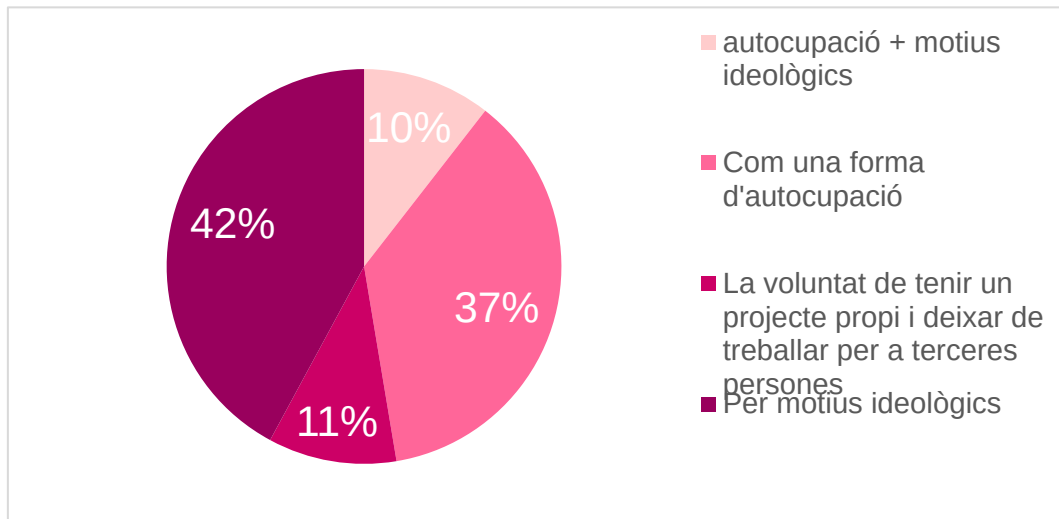
5.2.1 Les principals motivacions

La cooperativa com a model societari té per definició dues dimensions; socioempresarial i sociopolítica. Com s'ha demostrat, no només és una forma jurídica empresarial sinó que s'emmarca en un model de gestió i en una filosofia econòmica que pressuposa, en essència, una consciència política.

Tanmateix, la importància que se li dona a cada branca com a pal de paller de l'activitat empresarial varia segons el projecte.

En termes generals, la meitat de les enquestades responen una motivació en l'autoocupació. L'altra meitat, centren l'interès en els motius ideològics. Cal afegir, que en els dos casos, la mitjana de satisfacció en el fet d'haver escollit el model cooperatiu per respondre a les seves motivacions, és de 8 sobre 10 (vegeu la Figura 26).

Figura 20 Principals motivacions de les cooperatives culturals



Font: Elaboració pròpia

Segons el Maiol Diez, la motivació principal dels treballadors/es de la cooperativa Looky Produccions va ser la de crear una estructura pròpia que permetés als 4 socis aconseguir una mica d'estabilitat i seguretat, dues de les raons que més preocupen entorn de les condicions laborals.

“Hi havia un desencant molt generalitzat amb les feines que teníem i el seu funcionament sempre vertical. A part, volíem sortir de la precarietat del sector audiovisual, molt atomitzat i sempre de freelance”. Maiol Diez

Per altra banda, però, els casos de Quesoni i La Cabonera són totalment diferents. Els dos projectes neixen d'una motivació clarament i obertament política i des d'uns membres amb anys d'experiència a diferents moviments associatius de la ciutat.

“Va ser una decisió política. En definitiva, una manera de deixar de criticar tant el sistema i començar a construir”. Mar Redondo

Però sempre existeix una balança entre aconseguir un benestar laboral i construir alternatives econòmiques. Cal creure en els projectes empresos, però, també és important remarcar que no totes les feines pel volum d'hores que impliquen, es poden i s'han de fer des de l'activisme o la militància.

“És un equilibri entre la motivació de veure sostenibles els nostres projectes culturals i trobar la fórmula que aquesta professionalització es tradueixi en qualitat de vida”. Pablo Tudela

5.2.2 La trajectòria política dels i les cooperativistes

Més del 60% del total de cooperatives culturals detectades a Barcelona han estat creades després del 2014. Del total d'empreses enquestades, en són el 80%.

Aquesta dada no és aleatòria i pot ser una conseqüència tant de la trajectòria associativa dels seus i les seves membres com de la crisi econòmica capitalista del 2008 i els seus estralls en el sector laboral.

“L'auge del cooperativisme és una realitat i per mi té una relació directa amb el 15M aplicat al terreny laboral: gent que va fer un clic i va voler portar la seva vida laboral més enllà del mercat capitalista”. Pablo Tudela

La pràctica cooperativa, com explica Arcadi Oliveres, és un model en expansió durant les crisis econòmiques capitalistes, ja que tendeix a protegir els llocs de treball per sobre del benefici econòmic. Per tant, també són moments on es promou la cooperació laboral com una eina de supervivència, que no necessàriament es tradueix en una convicció política, encara que se'n comparteixin alguns valors.

“[Les cooperatives] Sempre s'haurien de crear per motius ideològics, però no sempre és així”. Arcadi Oliveres

“Hi ha molta gent que munta cooperatives pels avantatges fiscals que tenen. Però no necessàriament funcionen com a cooperatives ni tenen una dimensió política de la seva activitat”. Pablo Tudela

Però en el cas concret del repunt de cooperatives culturals del 2014 la motivació ideològica explica força bé el fenomen en molts dels casos. D'aquesta informació, també se'n pot extreure un perfil de cooperativista en el qual la qüestió generacional juga un paper important en tot aquest context.

“Som gent que passem d'un terreny d'associacionisme cultural, una militància, una tradició comunitària, d'organitzar unes festes populars, etc. a voler donar-li a això un gir professional perquè és el que ens agrada. I més quan el mercat capitalista no ofereix res millor del que ens ofería quan teníem 18 anys”. Pablo Tudel

"Nosaltres ens definim com a activistes culturals. Fem feina, que no treball. Som una esquerra en el mercat capitalista. Si no féssim el que fem, ningú ho faria, no existeix demanda als llibres que fem nosaltres". Cooperativa àmbit editorial

“Els tres socis veníem de militar en diferents espais i creïem que el cooperativisme i l'economia social i solidària era el futur, l'alternativa de l'economia”. Mar Redondo

5.2.3 El perfil del i la cooperativista cultural

“Tirar-se a la piscina”

“És un risc”

Són algunes de les frases que sonen a les entrevistes realitzades. Una situació que demostra que la decisió de començar o emprendre un projecte com aquest té una sèrie d'implícacions i exigències que també cal tenir presents. I sobretot, recuperant el factor i el paper del fet generacional, queda clar que no tots els moments vitals permeten donar-ho tot per un projecte.

La Mar té 26 anys, uns pares amb “un pis de propietat”. La seva sòcia en té 31, està casada i la seva parella té “una bona feina”. En Pablo en té 37 i en Maiol, 31. Exceptuant a la Mar, la majoria dels socis cooperativistes d'aquestes noves cooperatives culturals es troben a la dècada dels trenta.

“Si una persona no té un bon entorn fer això (cooperativa) és una bogeria. Perquè econòmicament no hi guanyes res”. Mar Redondo

La Mar Redondo parla, per tant, del privilegi que suposa la seva edat, la seva situació socioeconòmica i de la seva situació vital de no tenir, com ella anomena, “*persones a càrrec*”.

“Si les coses ens van molt malament, sabem que tenim un sostre i menjar assegurat. Sóc molt conscient que si les dues no tinguéssim aquest privilegi, no podríem haver tirat endavant el projecte”. Mar Redondo

A més a més, a aquest perfil s’hi suma que tots són persones amb estudis superiors.

“En general és gent amb carreres universitàries. Almenys la que jo conec”.
Pablo Tudela

Les inversions inicials que s’han de fer per engegar els projectes també són un punt important per a les persones entrevistades. Per exemple, La Carbonera va requerir 40.000 euros inicials en llibres i les altres dues empreses han necessitat equip tècnic per a poder tirar endavant el seu projecte. Capital propi i crèdits de la cooperativa Coop-57. La dinàmica en els tres casos ha estat aquesta. Unes condicions, però, que poden ser limitants per a moltes persones.

Si el cooperativisme cultural té com a punt de partida les necessitats i les expressions col·lectives i al mateix temps partim que les comunitats són diverses, idealment els membres cooperativistes també haurien de reflectir aquesta diversitat a l’hora de representar tots els imaginaris compartits a la ciutat.

“Cal generar estructures pròpies a llarg termini dins de l’ESS. Aquest és el xip que hem d’adoptar per no quedar-nos a remolc. I perquè ningú es quedi fora per motius econòmics”. Pablo Tudela

La voluntat d’engreixar el mercat social i fer-lo més fort davant les estructures capitalistes és una de les tasques polítiques d’aquestes empreses i que forma part de la seva pròpia lluita com a projecte. Tanmateix, cal alertar dels perills de fer bombolles, sobretot si aquestes van en detriment de la diversitat com a valor intrínsec que ha de tenir la cultura des del seu valor públic.

5.2.4 Els valors culturals

Els valors culturals que es recullen en els estatuts interns d'aquestes empreses no varien massa, tant si la motivació principal és ideològica o amb la voluntat de crear un projecte propi.

“La base sempre està en com penses la cultura i des d'on penses la cultura”.

Pablo Tudela

Dels 19 projectes enquestats (vegeu la Figura 21), només dos no contemplen cap valor cultural en els seus objectius interns. Del total de cooperatives, 13 contemplen potenciar la capacitat crítica i la transformació social. Igualment, vuit dels projectes recullen també la voluntat de treballar per una cultura accessible. Sis empreses afegixen el foment de la diversitat cultural. Finalment, destruir el capitalisme i el patriarcat, potenciar una cultura antiracista i feminista i la igualtat de gènere, són algunes de les aportacions afegides per part de tres de les cooperatives preguntades.

Figura 21 Els valors culturals de les cooperatives culturals enquestades

Valors	nº respostes
Potenciar la capacitat crítica i la transformació social	13
Treballa per una cultura accessible	8
Fomentar la diversitat cultural	6
Destruir el capitalisme i el patriarcat	1
Potenciar una cultura antiracista i feminista	1
Igualtat de gènere	1
Altres	1
No respon	1

Font: Elaboració pròpia

En aquest sentit, per tant, es destil·la una essència polititzada en el rerefons de tots els projectes i d'acord amb la cultura entesa com a valor públic, on el benefici comunitari està en el centre de la seva activitat empresarial.

“Els valors de compartir coneixement lliguen molt també amb el cooperativisme. Una cultura competitiva no és cultura, és entreteniment, és oci buit. La cultura ha d'incloure valors socials. Sobretot si parlem de cultura com a eina de transformació social”. Mar Redondo

“Els serveis tècnics sostenen més de la meitat de la facturació de l'any. Per nosaltres mai ha estat un problema que hi hagi projectes que en sostinguin d'altres. És esforç comú per fer-los créixer”. Pablo Tudel

Els valors formen part de l'ADN d'aquestes empreses i, per tant, defineixen també la seva manera de treballar i el seu compromís per enfortir un circuit cultural basat en els valors de l'ESS perquè aquest adquireixi el múscul suficient per generar un ecosistema propi al marge del mercat capitalista.

Però de totes maneres, les cooperatives culturals encara depenen de proveïdors i contractes més enllà del mercat social per sobreviure. I això implica fer equilibris entre els valors culturals interns, els valors ideològics i la sostenibilitat econòmica del projecte.

“La dificultat de trobar l'equilibri entre el preu que pots vendre els productes i el preu que hauria de ser per aconseguir una sostenibilitat econòmica i humana dignes”. Cooperativa àmbit de les Arts Escèniques

Per pal·liar aquesta situació, les cooperatives preguntades expliquen que tenen alguns mecanismes: polítiques de preus per a empreses del mercat social, intercanvis entre cooperatives, aliances i proveïdors afins.

“No treballem amb marques comercials ni patrocinis comercials. La cara B d'això és tot el temps que hem d'invertir per sol·licitar licitacions, buscar recursos, espais, subvencions... però per política interna, tots els diners que rebem de l'administració van directament a pagar *catxets* per artistes, no als nostres sous”. Pablo Tudela

Quesoni explica que aquesta és la seva manera redistribuir els diners públics i controlar que s'inverteixin en projectes i en partides que compleixin els seus valors polítics i culturals. I és que, segons la L.V. de Coòpolis, l'administració té paper important perquè "ens agradi o no la cultura per ser accessible ha de ser subvencionada".

5.2.5 El consum dins de l'Economia Social i Solidària

Les empreses entrevistades remarquen també la importància del consum conscient en totes les dimensions, ja que, en definitiva, aquest és un eix vertebrador que cal reinventar. Des de la promoció d'un consum ètic per part de l'Administració fins a la responsabilitat de les comunitats a l'hora de decidir en què i on inverteixen el seu temps i diners.

"Consumir als barris és essencial. Ha de canviar la forma d'entendre el consum en general". Mar Redondo

Els valors també es converteixen en un dels actius de les cooperatives. La seva forma de gestió, el "com" fan les coses és un element bàsic del seu producte cultural tant o més important que el "què". Un dels principals motius que els diferencia.

"Nosaltres expliquem com fem les coses, com treballem. Som conscients que nosaltres no venem verdura ecològica però el nostre funcionament intern també ens defineix". Maiol Diez

Segons L.V de Coòpolis, aquest "com" s'ha d'explicar més i millor a tot l'entorn cooperatiu cultural. Reinventar el relat per afavorir el mateix consum.

"Com el consum responsable en general és una cosa treballada, en l'àmbit cultural no s'està interpellant a les consumidores. Cal valorar aquest tema. El gust en la part artística és una cosa a tenir present però també cal sensibilitzar en com està fet. Tot el que hi ha darrere". L.V.

Tanmateix, Pablo Tudela fa un contrapunt interessant i apel·la també a la pròpia responsabilitat interna de les cooperatives culturals a l'hora de fomentar els tipus de consums que des d'aquestes es vol promocionar.

"Nosaltres fem un festival on potencialment poden venir 2000 persones i amb 800 ja pengem el sold out. Per aquí passa la nostra forma d'entendre el consum cultural també, i no veure a la gent com a "borregos". Hi ha algo

especial, bonic i polític en com la penya es gasta els diners en el seu temps d'oci. En com es consumeix la cultura”. Pablo Tudela

5.2.6 El decreixement com a model

Encara que existeixi un mercat social i una promoció activa de l'Economia Solidària, les cooperatives culturals no viuen aïllades del context econòmic i cultural capitalista, que no contempla cap retorn social, cultural ni fiscal per a la seva activitat.

“És difícil competir amb empreses que fan frau fiscal però una cooperativa ben gestionada pot ser competitiva en aquest context”. Arcadi Oliveres

Tanmateix, quan es tracta de subvencions i licitacions públiques les cooperatives queden fàcilment excloses per falta d'infraestructura i perquè no tenen la capacitat per donar resposta.

“La majoria de cooperatives culturals són empreses petites. Els és molt complicat aconseguir una licitació perquè aquestes normalment no estan pensades per serveis concrets sinó, per exemple, per sonoritzar tot un districte”. L.V.

Per la L.V. de Coòpolis és necessari incorporar mesures per afavorir la competitivitat de les cooperatives culturals a les licitacions públiques, com ara clàusules de retorn social. O, per altra banda promoure la compra pública en cooperativa.

“Els Ajuntaments són un gran client tant en aspectes tècnics com artístics. Podrien ajudar molt a fer créixer i a consolidar aquests projectes”. L.V

Maiol Diez i Pablo Tudela, tanmateix, no viuen aquesta limitació com un gran problema. Parlen dels límits que s'autoimposen entre les sòcies per no acabar en projectes insostenibles i sobredimensionats que generin malestar intern.

“No intentem competir. I menys per preu. En el nostre cas ens hem adonat que per aquí no podem lluitar. Oferim altres valors”. Maiol Diez

“Per ser competitiu amb societats limitades en el sector de la sonorització has de fer una inversió molt gran de material. Volem jugar a això? No”. Pablo Tudela

“Estem estudiant també vies de decreixement efectives”. Cooperativa àmbit editorial

Igualment, per Quesoni cal escollir bé els projectes i valorar quins beneficis o problemes poden aportar més enllà dels econòmics, ja que el que està en joc és la qualitat de vida dels mateixos cooperativistes. I valorar sempre que cap projecte condicioni l'estructura interna de la cooperativa. Per exemple, socis treballadors “hipotecats” en projectes que no aporten cap valor afegit i que només “cremen”.

“La responsabilitat de la cooperativa és mirar com sufraguem aquest problema. Com podem fer que el company pugui deixar aquest projecte que no li aporta res, només diners”. Pablo Tudela

“No som una penya que ens barallem perquè ens donin un escenari per sonoritzar al Cruïlla de Cultures. De fet, són feines que hem deixat de fer i ho convertim en hores de qualitat pels nostres projectes”. Pablo Tudela

5.2.7 Les condicions contractuals de les cooperatives

“Som autònomes. No fem una previsió. Facturem segons hores”.
Cooperativa àmbit de la comunicació cultural

És interessant recollir aquesta resposta, ja que exemplifica la realitat del treball autònom de moltes cooperatives.

“No tenim cap pla per l'atur. És un risc, de moment. Però bé, quan comences un projecte el primer que penses no és com acabarà”. Pablo Tudela

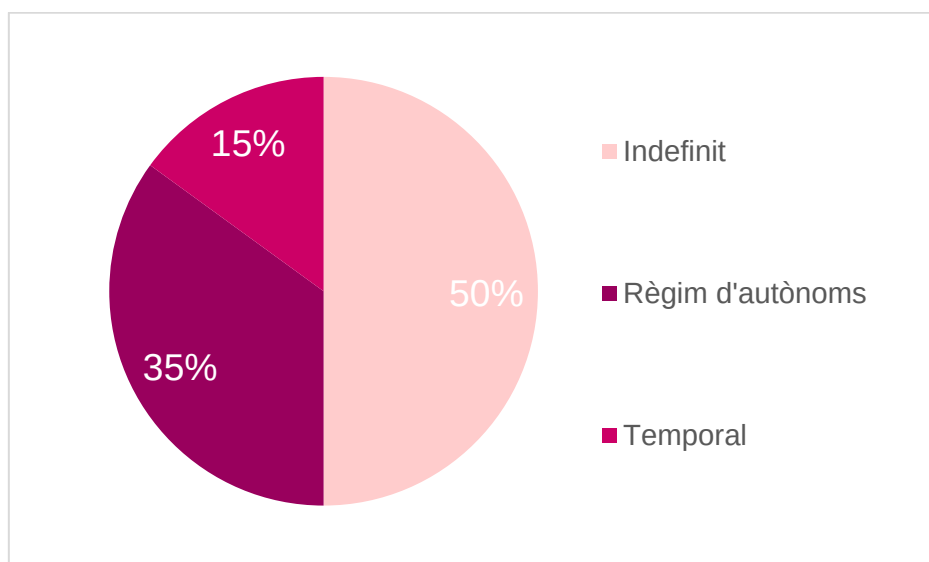
En aquest sentit, segons els resultats obtinguts per l'enquesta (vegeu la Figura 22), el 50% de les empreses preguntades té el gruix dels seus contractes (considerats més del 60% de la totalitat) dins el règim general. El 35% de les empreses estan en Règim d'Autònoms. I un 15% té un alt gruix de contractes temporals.

“Quan diem que els contractes de les persones treballadores a les cooperatives són temporals, sembla que això és un aspecte negatiu i no ho

és. L'esperit cooperatiu i l'aspiració ha de ser que qualsevol persona que entra a treballar sigui sòcia treballadora en un termini de temps establert als estatuts, que no hauria de ser massa, clar. Això entra en contradicció en fer contractes indefinits a treballadors". Cooperativa àmbit editorial

La temporalitat, per tant, té un sentit que va de la mà a la generació de llocs de feina estables. A més a més, si no es veu més reflectida en el total de les dades extretes per l'enquesta, és perquè la major part de les empreses preguntades no tenen gairebé treballadors/es que no siguin socis de la cooperativa.

Figura 22 Tipus de contractes de les cooperatives culturals



Font: Elaboració pròpia

El que creiem important remarcar és la situació de molts cooperativistes culturals en règim de treball autònom que, en tots els casos, es percep com quelcom negatiu i contrari a la seguretat i a l'estabilitat.

"A la que puguem ens passem a règim general. És un dels nostres objectius".
Maiol Diez

"Per la nova llei de cooperatives hem d'esperar 5 anys per canviar a règim intern. Aquí ens vam equivocar. Els primers mesos del projecte no sabíem si cooperativitzaríem tots els nostres projectes i el règim d'autònoms ens donava

més flexibilitat. Però ràpidament vam decidir que totes les nostres feines serien com a Quesoni”. Pablo Tudela

“Per nosaltres l'estabilitat és un *work-in-progress*. No era tant el que buscàvem. Tot i que després de tres anys sí que està en el centre del debat”. Pablo Tudela

“Som autònomes. Jo faig 23 hores i així no arribo enlloc. Ho compenso amb una altra feina”. Mar Redondo

5.2.8 Les condicions salarials

De mitjana, les cooperatives culturals enquestades destinen un 50% del seu pressupost anual a pagar salaris. Un pressupost que varia molt segons els anys d'activitat de l'empresa.

Les cooperatives anteriors al 2014 -quatre en aquesta enquesta- destinen 130.000 euros a l'any. Per altra banda, les empreses constituïdes a partir del 2014 –en aquesta enquesta són 15- destinen de mitjana 61.000 euros anuals.

Pel que fa a la forquilla salarial entre la persona que cobra més i la persona que cobra menys per les mateixes hores treballades, en cap de les respostes obtingudes és molt alta i en forces casos és inexistent.

Vuit empreses reconeixen tenir entre tots els/les treballadors/es una situació d'igualtat salarial. Per altra banda, dues empreses responen amb diferències inferiors d'entre 1 i 2. Finalment, cinc empreses responen amb forquilles salarials d'entre 1 i 2.

Amb relació al salari percebut, el 65% dels i les treballadores de les cooperatives culturals entrevistades tenen sous anuals bruts inferiors a 18.000 euros i només un 5% del total supera els 30.000 euros anuals bruts (vegeu la Figura 23).

És important remarcar que, a partir de les dades extretes per l'enquesta, no es detecta cap patró ni per àmbit ni per anys d'activitat que expliqui aquestes diferències salarials entre empreses.

El salari en aquests casos, que són la majoria, és percebut com a baix.

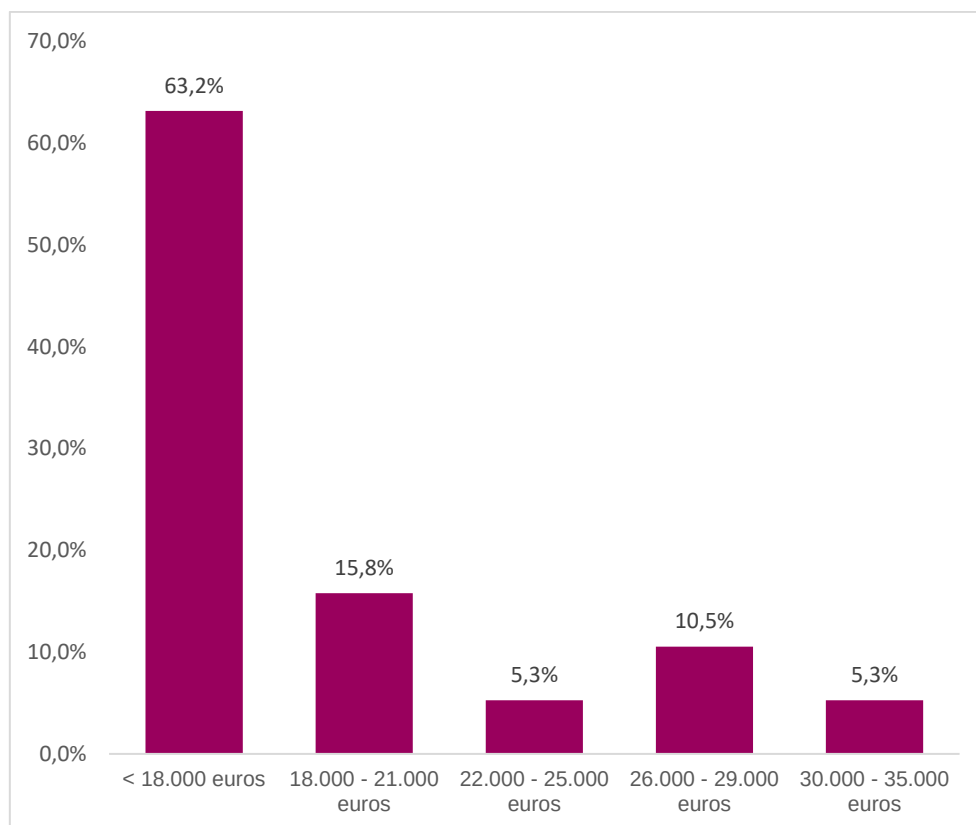
“Nosaltres tenim uns sous molt precaris”. Mar Redondo

“Els socis per 40 hores mensuals cobrem en 12 pagues 1250 euros al mes. Jo no vull treballar menys, vull cobrar millor les hores”. Pablo Tudela

“Intentem aplicar almenys els mínims del conveni del sector”. Maiol Diez

“Molt precari”. Cooperativa àmbit d'educació cultural

Figura 23 El sou brut anual de les cooperatives culturals



Font: Elaboració pròpia

5.2.9 Les condicions més enllà del salari

El 45% de les empreses enquestades (vegeu la Figura 24) reconeixen aportar altres beneficis més enllà dels salaris, majoritàriament entorn de la flexibilitat horària i a la compensació informal per les hores treballades que, segons expressen algunes de les opinions rebudes, permeten millorar la conciliació laboral i, per tant, posar al centre la vida més enllà del benefici econòmic.

Figura 24 Les condicions més enllà del salari

Condicions	nº respostes
Flexibilitat horària	6
Formació	3
Compensació amb permisos retribuïts	5
Escollir com i amb qui treballar	2
Temps	1
Adaptabilitat a les circumstàncies personals	1
Obra d'artistes	1
Tiquet restaurant	1
Baixes maternals i paternals segons criteris propis	1

Font: Elaboració pròpia

“Tenim establertes compensacions per hores treballades fora de l'horari laboral, millores respecte als mínims de vacances establerts pel conveni col·lectiu i teletreball”. Cooperativa de l'àmbit de les arts escèniques

“En el nostre cas particular, estem molt satisfetes de la gestió de les necessitats personals i la compatibilitat del projecte de la llibreria amb la vida personal”. Cooperativa àmbit editorial

“Tenim un apartat de cures cada 15 dies. Suposo que ajuda que siguem només 3 i que el projecte sigui nostre. Intentem complementar les baixes condicions salarials en ser comprensives amb la vida”. Mar Redondo

“A la llarga ens plantejem fer un fons de salut comunal a partir d'un % de totes les facturacions per tenir a final d'any una sessió de massatges, anar a un balneari, etc”. Pablo Tudela

Redondo també parla de “*cobrar en espècies*” referint-se a adquirir altres beneficis obtinguts a través de l'experiència adquirida amb el projecte de La Carbonera. Uns arguments que transporten a les paraules de Remedios Zafra quan parla dels pagaments immaterials o les pràctiques laborals no remunerades.

“No ens aporta diners però sí que ho cobrem en espècies [...] Si la Carlota (la companya) hagués anat a picar la porta a una editorial just en sortir de la carrera, mai li haurien fet cas, però a partir de La Carbonera ha pogut aconseguir fer informes de lectura ben remunerats”. Mar Redondo

Més enllà d'això considerem rellevant remarcar que, en contraposició, el 55% de les cooperatives que han respost l'enquesta reconeixen que no contemplen altres tipus de compensacions més enllà dels salaris, que, com s'especifica en el punt anterior són percebuts en forces casos com a precaris.

5.2.10 Reapropiació del treball i autoexplotació

Amb l'objectiu d'analitzar l'existència activa de consciència en les decisions de la cooperativa relacionades amb la qualitat de les condicions laborals, l'enquesta realitzada finalitza el qüestionari preguntant si existeix un consens intern sobre què ha de ser una “condició digna de treball”.

Del total d'empreses preguntades, només el 35% de les respostes reconeixen tenir un debat obert en relació aquest tema i generalment entorn a la conciliació, la retribució i a la flexibilitat (vegeu la Figura 25).

Figura 25 Quines condicions consideren mínimes les cooperatives culturals enquestades?

Condicions mínimes	nº respostes
Tarifes mínimes establertes	1
Cobrar totes les hores, incloses les de gestió	1
Flexibilitat horària	4
Salari mínim de 1100 euros al mes	1
Salari suficient per viure	3
Conciliació amb la vida i les circumstàncies personals	3
Igualtat salarial	1
Respecte i tracte cordial	2
Cobrir el transport i les telecomunicacions	1
Estabilitat	1

Font: Elaboració pròpia

Una dada sorprenent és que en moltes de les respostes obtingudes a través de l'enquesta i de les entrevistes personals reconeixen que l'auto-explotació és una constant en el treball cooperatiu cultural. Però al mateix temps, moltes de les respostes normalitzen aquesta situació i ho justifiquen a través de diversos arguments; la implicació personal en el projecte, el fet que sempre hagi sigut així, que en les empreses capitalistes també passa, etc.

“A les cooperatives del nostre entorn com a la nostra es tendeix a l'auto-explotació (excés d'hores de dedicació) a causa d'una alta implicació amb el projecte”. Cooperativa àmbit editorial

“Sempre que hi ha un projecte propi, familiar, petit...existeix i ha existit l'auto-explotació”. Arcadi Oliveres.

“Els projectes de l'Economia Social i Solidària en general tendeixen a l'auto-explotació. Perquè és vocacional, és el teu projecte... Potser la diferència està en el fet que l'altra economia el que diu és que el principi pringaràs molt, treballaràs gratis per després triomfar. I en el marc de l'Economia Social i Solidària no hi ha potser aquest engany. Encara que no sigui la solució. Potser també és diferent explotar-te perquè algú altre guanyi diners que per fer viable el teu projecte”. L.V de Coòpolis

“Això, cobrant la misèria que cobrem si no fos nostre no funcionaria, ja que no li posaríem les hores que li posem”. Mar Redondo

“Tampoc es compleixen [les condicions dignes de treball] al mercat capitalista”. Pablo Tudela

Pablo Tudela reflexiona entorn de l'auto-explotació i a les condicions de treball i conclou que encara contenen, en certa manera, reflexos de les lògiques laborals capitalistes.

“Nosaltres [els cooperativistes culturals] també venim del mercat capitalista. Per això crec que hem de fer un exercici de des-aprenentatge. I també de familiarització amb aquests nous conceptes que ara travessen les nostres pràctiques laborals”. Pablo Tudela

Igualment, la Mar i el Maiol coincideixen que el temps, l'aprenentatge i l'experiència són els principals aliats per aconseguir un equilibri.

“El temps i l'experiència són bàsics però trobar maquinismes que t'ajudin a no autoexplotar-te: millorar els terminis d'entrega, els temps, els pressupostos, etc”. Maiol Diez

“L'aprenentatge i el temps ens ajuda a trobar millors subvencions, a millorar el funcionament intern i a generar una manera de treballar més sostenible”.

Mar Redondo

5.2.11 La qualitat de vida dins de l'entorn de treball

La qualitat de vida per als i les cooperativistes preguntats va molt relacionada amb les condicions laborals però també amb alguns intangibles més personals que, fan que la balança final sigui positiva.

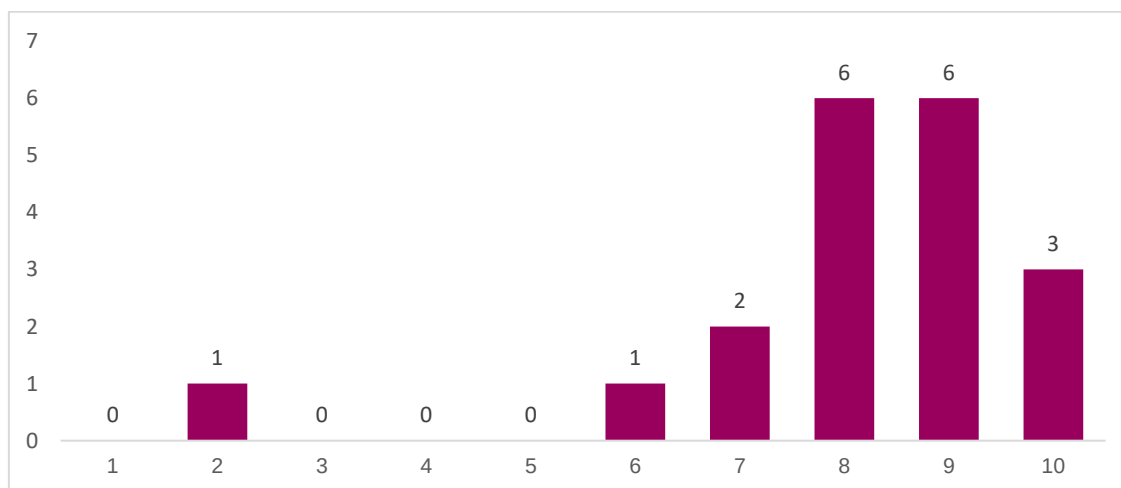
“La qualitat de vida és poder-nos parlar com a persones i mantenir l'equilibri amb les nostres necessitats vitals. Escollir per qui treballes, la flexibilitat i la cara humana són impagables”. Maiol Diez

“Dins de qualitat de vida hi ha un punt molt romàntic i molt humà que és viure del que t'agrada fer. Crec que som una generació molt desapoderada d'aquests conceptes. I més des de la precarietat intrínseca d'aquest sector”.

Pablo Tudela

Igualment a l'enquesta la resposta és generalment positiva (vegeu la Figura 26), ja que la majoria de les respostes situen entre un 8 i un 9 sobre 10 la satisfacció amb el model cooperatiu per resoldre les seves inquietuds i necessitats.

Figura 26 Grau de satisfacció amb el model cooperatiu



Font: Elaboració pròpia

“A vegades hem fet l'exercici de pensar per quants diners marxàriem a un altre lloc i estem en un punt on costa molt. Dífícilment trobarem aquestes condicions”. Maiol Diez

“Sent honestos no complim totes les condicions dignes de treball. Però a nivell vital a mi em compensa una barbaritat”. Pablo Tudela

Les millores de mínims que contempen les tres empreses són:

QUESONI	LA CARBONERA	LOOKY PRODUCCIONS
• Desestacionalitzar la facturació • Entrar al règim general • Apujar el sou Fons de salut comunal	• Oferir jornades completes • Entrar al règim general • Apujar el sou • No treballar els caps de setmana	• Apujar el sou • Entrar al règim general

5.3 Resultats obtinguts

A partir de l'anàlisi realitzat i de les estadístiques extretes a partir de les dades obtingudes, procedirem a fer una síntesi dels principals resultats.

- Els moviments socials, l'aula del cooperativisme

La motivació ideològica està a l'ADN de moltes de les cooperatives culturals de manera més o menys conscient. La trajectòria i la militància prèvia en moviments socials és el bressol de molts d'aquests projectes. La col·laboració en comissions de festes alternatives, en equipaments comunitaris, en les mobilitzacions del 15M són l'escola política de molts dels cooperativistes que, en la cerca d'una sortida professional en un

àmbit cultural capitalista molt precari, decideixen optar per fer una cooperativa. És una resposta generacional.

- **Des de la comunitat però partint d'un privilegi**

El cooperativisme cultural està format majoritàriament per persones del mateix perfil social i econòmic, un perfil que en molts casos pot ser excloent per raó de classe. Els cooperativistes culturals són joves, amb estabilitat econòmica, amb poques càrregues familiars i amb estudis universitaris. Aquesta homogeneïtat en el perfil pot ser un impediment a l'hora d'aplicar els valors de diversitat que comparteixen els models de gestió comunitària i els valors culturals.

- **Valors culturals com a base ideològica**

La cultura com a valor públic ocupa un paper central a l'ideari de les cooperatives culturals. De totes les respostes obtingudes per les enquestes i les entrevistes, només dos dels exemples no contempla cap valor cultural en els seus objectius interns (vegeu la Figura 21). L'accessibilitat, la transformació social, el foment de la capacitat crítica, la diversitat i el foment de la capacitat crítica, són alguns dels valors que mouen les línies estratègiques d'aquestes empreses. Reclamen més consciència entorn el consum cultural però es plantegen poc com generar-lo des dels seus projectes.

- **Un model per a créixer**

El creixement empresarial no és la motivació principal de les cooperatives culturals. Busquen majoritàriament un equilibri entre la sostenibilitat econòmica, els valors ideològics interns i la motivació personal. És a dir, que el valor atorgat als projectes no és només econòmic sinó que es busquen altres incentius com el temps o la realització personal.

- **Igualtat salarial precària**

Les condicions contractuals i salarials per les hores treballades són força baixes: moltes hores, poques prestacions socials i precarietat salarial. Per exemple, el 65% dels i les treballadores de les cooperatives culturals preguntades tenen sous anuals bruts inferiors a 18.000 euros i només un 5% del total supera els 30.000 euros anuals bruts (vegeu la Figura 23). A més a més, l'alt nombre de cooperatives d'autònoms (un 35% del total de

cooperatives enquestades) demostra també la falta de seguretat laboral de moltes de les sòcies treballadores. Tanmateix, la igualtat salarial és gairebé un requisit per a tots els projectes analitzats. Vuit de les cooperatives reconeixen plena igualtat salarial entre totes les treballadores. Per altra banda, les altres set cooperatives que responen, reconeixen forquilles salarials inferiors o d'entre 1 i 2. Aquest equilibri en els sous es percep com una qualitat molt positiva per la seva capacitat de generar un entorn i unes dinàmiques d'horitzontalitat.

- **Condicions més enllà dels salaris**

Entorn del 55% de les cooperatives culturals no es plantegen condicions laborals més enllà de la retribució econòmica. Per altra banda, les empreses que sí que contempen millores ho fan entorn de la flexibilitat horària i la conciliació laboral i, per tant, posar al centre la vida més enllà del benefici econòmic. Algunes empreses també parlen del pagament “en espècies” referint-se a la possibilitat d'adquirir altres beneficis obtinguts – com ara noves feines - a través de l'experiència adquirida amb el projecte cooperatiu.

- **Molta autoexplotació i poca autocrítica.**

Encara existeixen influències heretades dels entorns de treballs capitalistes que fan adoptar dinàmiques que no són coherents ni amb els valors cooperatius ni amb els valors de l'Economia Social i Solidària. Els entorns de treball de les cooperatives culturals són exigents i reclamen molta implicació, ja sigui per la necessitat de tirar endavant els projectes, o bé per la mateixa realitat de l'àmbit cultural (nocturnitats, caps de setmana, etc.). Les condicions de sou i hores treballades es consideren precàries però només el 35% de les empreses reconeix tenir un debat obert internament al voltant de les condicions de treball. S'adopta amb excessiva normalitat l'etiqueta de l'auto-explotació.

- **La importància dels valors intangibles.**

Tot i les hores treballades, el temps de dedicació i la precarietat salarial dels projectes, la balança es decanta cap a una valoració positiva de l'experiència laboral en les cooperatives culturals. La possibilitat d'escollir companyes, conciliar, decidir projectes i treballar en un àmbit estimat es percep com una qualitat impagable. A més a més, en les valoracions comparatives entre les experiències laborals capitalistes i cooperatives,

és recurrent que es valori molt positivament tot allò que es guanya i, amb relació a la precarietat, no hi hagi sensació de perdre massa.

5.4 Limitacions de la recerca

Creiem que és important exposar algunes de les limitacions amb les quals s'ha trobat aquesta investigació.

En primer lloc, hem tingut accés a molt poca bibliografia en relació amb les aportacions reivindicades per part de l'Economia Social i Solidària en matèria de condicions de laborals. Creiem que amb una línia més clara cap a on enfocar les mesures de canvi, haguéssim pogut aprofundir més en les preguntes de la investigació.

En segon lloc, hauria estat interessant obtenir un nombre més ampli de casos d'estudi. Per una banda, per contrastar millor algunes de les conclusions i, per altra banda, perquè cada àmbit de treball té les seves particularitats pròpies i aquestes s'haurien d'analitzar de manera particular.

Fer aquesta recerca sobre tots els àmbits de la cultura ens ha ajudat a fer una fotografia general, una primera aproximació a la matèria però ara caldria desgranar cada camp considerant les necessitats concretes de cadascun d'ells.

A més a més, també hauria estat interessant obtenir opinions de cooperatives amb més de 10 anys de trajectòria, ja que tots els casos entrevistats han sigut projectes constituïts a partir del 2014.

Finalment, també hauria sigut d'interès ampliar l'estudi amb mirades externes al cooperativisme per poder comparar i entendre millor el rol real que juguen les cooperatives dins de la totalitat del sector. És a dir, fer un estudi comparatiu entre treballadors de cada àmbit en cooperativa i en empreses al marge de l'Economia Social i Solidària.

6. CONCLUSIONS

Existeixen feines dignes a les cooperatives culturals de Barcelona? Amb aquesta pregunta d'investigació començava aquest treball i ara, un cop finalitzada la recerca, ens sorgeixen noves preguntes. La resposta queda a la paleta dels grisos, entrellaçada entre la dimensió perceptiva i la sociopolítica.

Aquesta recerca, tanmateix, ha servit per complir els objectius inicials plantejats. Per una banda, s'ha pogut identificar un alt nombre de cooperatives culturals de Barcelona i, per altra banda, hem pogut analitzar i identificar els significats que es produeixen al voltant del concepte "condició digna de treball". La recerca, també ens ha permès identificar algunes tensions ideològiques entre la vessant més política de la cooperativa i la pràctica laboral quotidiana.

Arran del fort increment de cooperatives culturals a partir del 2014 a Barcelona i a través de les entrevistes realitzades podem concloure que moltes d'aquestes germinen a partir d'una motivació política. La trajectòria prèvia en moviments socials dels i les cooperativistes aporta el motor i la solidesa política. Per altra banda, el tap generacional i la precarietat generalitzada del mercat cultural capitalista, actuen com a trampolí necessari. Els cooperativistes culturals són joves, amb poques càrregues familiars, amb estudis universitaris i amb molta energia per dedicar al projecte.

Es tracta, en part, d'una resposta generacional d'un sector social hereu de la mobilització del 15M (2011), però caldrà veure amb els anys si el model serà capaç d'absorbir i sostenir totes aquestes iniciatives de nova creació.

La cultura com a valor públic ocupa un paper central en el seu ideari. L'accessibilitat, l'autonomia, la diversitat, la capacitat crítica, són alguns dels valors que mouen les línies estratègiques d'aquestes empreses. A més a més, la voluntat de reforçar el mercat social i les aliances entre entitats de l'Economia Social i Solidària també és un element que forma part de la mateixa idiosincràsia. Les cooperatives lluiten per a una cultura amb valor públic, autònoma, diversa i política però on la ideologia la marquen els propis ciutadans i ciutadanes de cada comunitat. En definitiva, treballen per a un paradigma cultural on no sigui el mercat qui legitima (vegeu la Figura 3). L'espai de gestió que ocupen les cooperatives, a cavall entre les tradicionals gestió pública i privada, ha demostrat que aquesta dicotomia (públic i privada) ha quedat caduca i que cal, per part de les administracions públiques, fer un pas més enllà i facilitar el plantejament de nous

models de gestió i governança cultural. Que la feina de les cooperatives culturals estigui ben encaminada, no vol dir que encara no mantinguin certes dinàmiques heretades del mercat i la cultura capitalistes. Davant d'aquesta realitat emergent, potser cal més suport públic, que s'enforteixi el rol social de les comunitats i que es consensuïn noves relacions entre el públic, el privat i el comunitari.

No obstant això, no podem perdre de vista el perill que suposen les bombolles si aquestes juguen en detriment de la diversitat. Ens trobem davant d'un perfil semblant de cooperativista quant a motivacions, edat, trajectòria política i nivell socioeconòmic. I si acceptem la tesi que el cooperativisme cultural té com a punt de partida les necessitats i les expressions col·lectives i, al mateix temps, partim que les comunitats són diverses, idealment els socis cooperativistes haurien de reflectir aquesta heterogeneïtat per tal de poder representar tots els imaginaris compartits a la ciutat. En biologia, es mesura la salut dels ecosistemes segons la diversitat d'espècies que s'hi poden trobar. El mateix criteri s'hauria d'aplicar en la cultura i, segons les dades obtingudes, la cultura cooperativa no destaca per la seva diversitat.

En aquest sentit, cal afegir que les cooperatives culturals també neixen des de la seguretat econòmica. La inseguretat i les inversions inicials són factors excloents per a molta gent. En aquest punt, el model cooperatiu i el model empresarial capitalista viuen la mateixa realitat: arrencar una empresa sempre és un risc només a l'abast de privilegiats. La cooperativa no resol, però tampoc empitjora.

Per altra banda, les condicions contractuals i salarials per les hores treballades són força baixes: moltes hores, poques prestacions socials, precarietat salarial. En contraposició, però, l'existència d'igualtat salarial entre totes les membres es percep com una qualitat cooperativa molt positiva, ja que no genera desigualtats i facilita les dinàmiques horitzontals del model. També la flexibilitat horària pròpia de l'auto-empleat, la proximitat personal amb la resta de companys i companyes i la satisfacció de treballar per un projecte propi.

Així doncs, existeixen feines dignes a les cooperatives culturals de Barcelona? Malgrat totes aquestes condicions objectives, la percepció dels i les cooperativistes és de qualitat de vida i, de retruc, de dignitat. I és que tendim a analitzar la realitat des d'una única òptica: l'òptica capitalista. El capitalisme ha esdevingut la mesura de les coses, i per tant, les cooperatives poden tenir certes mancances si les jutgem únicament des

d'aquest punt de vista. Cal aplicar nous barems per mesurar la cooperació en un món on la gent no està acostumada a fer-ho.

No podem negar la càrrega ideològica, que de manera més o menys conscient suposa un desafiament al capitalisme empresarial actual. El sector cultural ha esdevingut, com molts altres àmbits de la vida, un gran aparador, un supermercat preparat per al consum massiu. I en aquest paradigma, la població és tractada i molts cops auto-definida com a consumidora.

Només pensem com a consumidors, i rarament ho fem com a treballadors. Justament aquesta manera de pensar, és el que permet que floreixin i creixin empreses on la comoditat, la immediatesa i el preu passen per davant de tot. El consumidor, però, no pensa mai que abaratir la vida, suposa també precaritzar els treballadors. Per contra, el productor, tendeix a buscar un preu que considera just per la feina invertida. Si a l'hora de consumir tinguéssim més consciència o mentalitat de productors, segurament el consum de la societat seria més responsable i conscient.

És aquí on entren en joc les cooperatives que, sense renunciar a oferir béns culturals de qualitat, intenten prioritzar la visió del productor a la del consumidor. La cura i el respecte cap al treball realitzat són cabdals en les cooperatives, i és per això que a l'hora de triar proveïdors i projectes valoren més aspectes que el purament econòmic. Aquesta és una de les revolucions conceptuals més grans de la cooperativa. Un model que, més enllà de tenir en compte el "què" i el "qui", també dona valor al "com es fan les coses".

Tanmateix, tot i que no volem invalidar el valor perceptiu, ens sembla important mencionar que no es pot normalitzar la precarietat i cal vigilar de no caure en discursos propis de l'emprenedoria cultural convencional. Perquè les cooperatives culturals no són simples projectes d'emprenedoria col·lectiva sinó que neixen d'una dinàmica econòmica, política i social molt concreta que no es pot perdre de vista. Per tant, creiem que cal posar l'alerta quan es reproduïxen patrons semblants als de l'emprenedoria cultural capitalista i es justifiquen situacions en nom de la motivació personal, l'autorealització i a l'excepcionalitat de la tasca creativa (Cassian, 2015: 8). Tots aquests, arguments que han servit durant anys dins de la indústria cultural per normalitzar la manca i pèrdua de drets laborals, la inestabilitat i la precarietat salarial.

Cal afegir que moltes de les empreses enquestades han agraït via correu electrònic o a través dels comentaris del formulari de l'enquesta realitzada que es tracti o es visibilitzi

el tema de la precarietat laboral en el sector cooperatiu cultural. Fet que demostra que, tot i les respostes positives, és un tema que genera malestar.

Una inquietud que ens retorna a les paraules de Remedios Zafra que subratlla la importància de reformular les condicions de treball en l'àmbit cultural.

7. BIBLIOGRAFIA

- ALGARRA, D. (2015). *El comú català. La història dels que no surten a la història*. Vilanova del Camí: Potlach
- AJUNTAMNET DE BARCELONA (2019). *Partida de Cultura: Pressupost obert Ajuntament de Barcelona*. Recuperat de: <http://ajuntament.barcelona.cat/estrategiaifinances/pressupostobert/ca/politicas/33/cultura#view=functional&year=2019> (29 agost, 2019)
- BARBIERI, N. (2014) "Cultura, política pública y bienes comunes: hacia unas políticas de lo cultural", *Kult-Ur Revista Interdisciplinària sobre La Cultura De La Ciutat*, (1), 101-119.
- BARCELONA ACTIVA (2018). *Els sectors estratègics a Barcelona*. Ajuntament de Barcelona. Recuperat de: https://treball.barcelonactiva.cat/porta22/images/cat/INFORME%20SECTORS%20ESTRATEGICS%20A%20BARCELONA_2018_tcm9-49038.pdf (20 agost, 2019)
- BAUMAN, Z. (2011). *La cultura en el mundo de la modernidad Líquida*. Madrid : Fondo de Cultura Económica.
- BELL, D (1974). *The Coming of Postindustrial Society*. Londres: Heinemann Educational Books.
- BENJAMIN, W. (2003). *L'obra d'art a l'època de la seva reproductibilitat tècnica*. Mèxic: Itaca
- BLONDEAU, O. et al. (2004) *Capitalismo cognitivo, propiedad intelectual y creación colectiva*. Madrid: Traficantes de Sueños
- BOURDIEU, P.(1995). *Las reglas del arte: Génesis y estructura del campo literario*. Barcelona: Anagrama
- BUSTAMANTE, E. (2018). Las industrias culturales y creativas. *Periférica Internacional. Revista Para El Análisis De La Cultura Y El Territorio*, (18).

Recuperat de:

<https://revistas.uca.es/index.php/periferica/article/view/4178/3859> (Juliol, 2019)

- CABASÉS, M.A. et al. (2017). "Ocupació de qualitat: resposta al fenomen dels treballadors i treballadores pobres. *Dossier Catalunya Social*, 54. Recuperat de: http://www.tercersector.cat/sites/www.tercersector.cat/files/dossier_ocupacio_de_qualitat_0.pdf (1 setembre, 2019)
- CASSIÁN, N. (2015). *Introducció: cultures de l'emprenedoria*. Barcelona: Fundació Oberta de Catalunya. Recuperat de: http://openaccess.uoc.edu/webapps/o2/bitstream/10609/80247/5/Cultures%20de%20la%20innovaci%C3%B3%20i%20l%27emprenedoria_M%C3%B2dul%201_Introducci%C3%B3%3B%20cultures%20de%20l%2BFemprenedoria.pdf (1 de setembre, 2019)
- CÓCOLA, A. (2009). "El MACBA y su función en la marca Barcelona". *Ciudad y territorio - Estudios Territoriales*, XLI (159), 101-115
- CONCA. (2015). *Estat de la Cultura i de les Arts. Repensant les polítiques culturals. Reptes i reflexions*. Recuperat de: http://conca.gencat.cat/web/.content/arxius/publicacions/informe_anual_2015/INFORME_2015_CATALA.pdf (3 juliol, 2019)
- CONCA. (2018). *Estat de la Cultura i de les Arts. Dimensió social de la cultura*. Recuperat de: http://conca.gencat.cat/web/.content/arxius/publicacions/informe_anual_2018/INFORME_2018-CAT-web.pdf (3 juliol, 2019)
- COÒPOLIS. (2019). *Cultura cooperativa a Barcelona. Guia pràctica per al cooperativisme cultural*. Recuperat de: https://bcn.coop/wp-content/uploads/2019/01/cultura_cooperativa_a_barcelona_web.pdf
- COOPERATIVES DE TREBALL DE CATALUNYA. *Ser Soci d'una cooperativa*. Ajuntament de Barcelona. Recuperat de: https://www.cooperativest treball.coop/sites/default/files/materials/eines_formacio_ser_soci_de_la_cooperativa.pdf (17 agost, 2019)
- DEBORT, G. (2005). *La Sociedad del Espectáculo*. Barcelona: Pretextos

- DELEYTO, C. (2003). *Ángeles y demonios. Representación e ideología en el cine contemporáneo de Hollywood*. Barcelona: Paidós.
- DELGADO, M. (2008). "La artistización de las políticas urbanas. El lugar de la cultura en las dinámicas de reapropiación capitalista de la Ciudad". *Scripta Nova: Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*, 12, núm. 270 <http://www.ub.edu/geocrit/sn/sn-270/sn-270-69.htm>
- ECO, U. (1988). *Apocalípticos e integrados*. Barcelona: Lumen
- ARACOOOP (2017). *Guia pràctica del procés de constitució d'una empresa cooperativa*. Recuperat de: <https://goo.gl/mZYnnc> (20 agost, 2019)
- FERNÀNDEZ, A. & MIRÓ, I. (2016). *L'economia social i solidària a Barcelona*. Barcelona: La Ciutat Invisible
- FINA, X & SUBIRATS, J. (2011). *Proximitat, cultura i tercer sector a Barcelona*. 1ed. Barcelona: Icaria.
- FLORIDA, R. L. (2002). *The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life*. Nova York: Basic Books.
- FRIEDMANN, R. & LLORENS, M. *Ciudadanización y empowerment: formas alternativas de participación ciudadana local*. Madrid, IJH. Recuperat de: [file:///C:/Users/annac/Downloads/2602-9483-1-PB%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/annac/Downloads/2602-9483-1-PB%20(1).pdf)
- GARCÉS, M. (2017). "Ciutat Retrobada. Pregó de Les Festes de La Mercè 2017". Recuperat de: https://ajuntament.barcelona.cat/digital/ca/noticia/ciutat-retrobada-de-marina-garces-prego-de-la-merce-2017_554307 (29 juny, 2019)
- GARCIA-CANCLINI, N. (1983) "Las políticas culturales en América Latina", *CHASQUI Revista Latinoamericana de Comunicación*, Nº 7 Julio-Septiembre
- GELI, C. (2018). "La comunicació digital remet només a la vista, hem perdut tots els sentits". *El País*. Recuperat de:

- https://cat.elpais.com/cat/2018/02/07/cultura/1517989873_086219.html (14 juliol, 2019)
- HOLDEN, J. (2006). *Cultural Value and the Crisis of Legitimacy*. Londres: Demos. Recuperat de: <https://www.demos.co.uk/files/Culturalvalueweb.pdf>
 - ILLA, S. (2015). "La Planificació cultural contra elefants blancs". *Revista Arxius*, 33, 71-86. Recuperat de: <https://irla.cat/wp-content/uploads/2017/06/Planificaci%C3%B3-contra-elefants-blancs.pdf> (24 agost, 2019)
 - JAMESON, F. (1991). *Ensayos sobre postmodernismo*. Buenos Aires: Ediciones Imago Mundi
 - JAMESON, F. (2002). *El posmodernismo y la sociedad de consumo*, en: *El giro cultural. Escritos seleccionados sobre el posmodernismo 1983-1998*. Buenos Aires: Manantial.
 - KELLNER, D. (1995). *Cultura mediática. Estudios culturales, identidad y política entre lo moderno y lo posmoderno*. Madrid: Editorial AKAL.
 - L'ATENEU POPULAR DE 9 BARRIS (2019). Recuperat de: <https://www.ateneu9b.net/qui-som> (26 de juliol, 2019)
 - LIPOVETSKI, G. (2006). *Los tiempos hipermodernos*. Barcelona: Anagrama.
 - LIPOVETSKI, G. & SERROY, J. (2009). *La pantalla global. Cultura mediática y cine en la era hipermoderna*. Barcelona: Anagrama.
 - Llei 9140. Diari Oficial de la Generalitat de Catalunya, núm. 6914. 16 de juliol de 2015. Recuperat de: <http://portaldogc.gencat.cat/utisEADOP/PDF/6914/1434848.pdf>
 - LOMENÀ, J. (2018). "Contra la creatividad". *HuffingtonPost*. Recuperat de: https://www.huffingtonpost.es/andres-lomena/contra-la-creatividad_a_23628172/ (1 de setembre, 2019)

- LOREY, I. (2008). *Gubernamentalidad y precarización de sí. La normalización de los productores y de las productoras culturales*. A: Transform (ed.). *Producción cultural y prácticas instituyentes. Líneas de ruptura en la crítica institucional* (pàg. 57-78). Madrid: Traficantes de Sueños.
- MARTÍNEZ, R. (2017). "Laberinto de pasiones: las condiciones materiales de la cultura". *Lahidra.net*. Recuperat de: <https://goo.gl/kA8sv5> (20 agosto, 2019)
- MINISTERIO DE EDUCACIÓN, CULTURA Y DEPORTE (2016). *Los profesionales de los museos. Un estudio sobre el sector en España*. Recuperat de: <http://www.ibermuseum.org/wp-content/uploads/2016/01/Los-profesionales-de-los-museos.pdf>
- MONEREO, J.L. & MORENO, N. (2004). "Las Empresas de Trabajo Temporal en el marco de las nuevas formas de organización empresarial". *Revista del Ministeri de Treball i assumptes socials*, 39-65. Recuperat de: http://www.mitramiss.gob.es/es/publica/pub_electronicas/destacadas/revista/numeros/48/Est02.pdf (27 de juliol, 2019)
- MOULIER, Y et al. (2004). *Capitalismo cognitivo, propiedad intelectual i creación colectiva*. Madrid: Traficantes de sueños.
- MOULD, O. (2019). *Contra la creatividad*. Madrid: Alfabeto
- OCDE (2017). *Estudios Económicos de la OCDE: España*. [arxiu PDF]. Recuperat de: <https://www.oecd.org/eco/surveys/Spain-2017-OECD-economic-survey-overview-spanish.pdf>
- OJEDA, H. & URBANO, X. (2015). "Cultura i gestió comunitària. Públic significa de la comunitat, no del govern". *LaFàbrica.cat*. Recuperat de: <https://espaifabrica.cat/cultura-i-gestio-comunitaria-publicsignifica-de-la-comunitat-no-del-govern-2/> (1 de juliol, 2019)
- OFICINA MUNICIPAL DE DADES (2019). *Els Salaris a Barcelona l'any 2017*. Ajuntament de Barcelona. Recuperat de: https://ajuntament.barcelona.cat/barcelonaeconomia/sites/default/files/Salaris_2017.pdf (20 agost, 2019)

- OSTEN, M. (2008). *Salidas incalculables*. A: Transform (ed.). *Producción cultural y prácticas instituyentes. Líneas de ruptura en la crítica institucional* (79-100). Madrid: Traficantes de Sueños
- PAM A PAM (2018). Recuperat de: <https://pamapam.org> (22 de juny, 2019)
- PEÑALVER, A. (2012). *Breu història del cooperativisme i altres iniciatives d'economia social*. En DD.AA. (Ed.) *Fer el salt: Cooperativisme i economia solidària* (26-59). Castelló: Editorial Comú.
- PUIGTOBELLA, B. (2018). "Precarietat i tap generacional a la cultura". *Barcelona Metropoli*. Recuperat de: <https://www.barcelona.cat/metropolis/ca/continguts/precarietat-i-tap-generacional-la-cultura> (15 agost, 2019)
- RIUS, C. (2019). "Treballar en un museu: utopia o realitat". *Revista Núvol*. Recuperat de: <https://www.nuvol.com/noticies/treballar-en-un-museu-utopia-i-realitat/> (17 juliol, 2019)
- RIUS-ULLDEMOLINS, J. (2016). "Cultura i estat: autonomia creativa, lluita política i instrumentalització". *Debats*, 130 (2), 6-14. Recuperat de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5820819> (5 juliol, 2019)
- RIUS-ULLDEMOLINS, J. & ILLA, S. & ZAMORANO, M. (2018). *Governança Cultural, Identitat i territori*. Recuperat de: <https://irla.cat/wp-content/uploads/2018/02/governan%C3%A7a-cultural.pdf> (1 juliol, 2019)
- RIUS-ULLDEMOLINS, J., & SNACHEZ, M. V. (2015). "Modelo Barcelona y política cultural: Usos y abusos de la cultura por parte de un modelo emprendedor de desarrollo local". *EURE*, 41(122), 101-123.
- ROSSELL, G. (2017). *Cooperativisme. Llums, càmeres i...acció?* (Màster). Universitat de Barcelona.
- ROWAN, J. (2010). *Emprendizajes en cultura. Discursos, instituciones y contradicciones de la empresarialidad cultural*. Madrid, Traficantes de Sueño

- ROWAN, J. (2013). "Sé creativo, come mierda". *Nativa*. Recuperat de: <https://nativa.cat/2013/12/se-creativo-come-mierda/> (20 agost, 2019)
- SOLER, M. (2015) "Precarietat cultural adjudicada". *Setmanari La Directa* 389. Recuperat de: <https://directa.cat/app/uploads/2019/04/directa389.pdf> (agost, 2019)
- STOREY, J. (2012) *Teoría cultural y cultura popular*. Barcelona: Octaedro.
- STRAUSS, A. & CORBIN, J. (2002). *Bases de la investigación cualitativa. Técnicas y procedimientos para desarrollar la teoría fundamentada*. Colombia: Universidad de Antioquía
- SUBIRATS, J. (2019). "Notes sobre ciutat, educació i cultura". *ÀAF* 50 (3), 30-40. Recuperat de: <http://interaccio.diba.cat/sites/interaccio.diba.cat/files/notes.pdf> (10 agost, 2019)
- TINÈNCIA D'ALCALDIA DE CULTURA, CONEIXEMENT CREATIVITAT I INNOVACIÓ (2015). *Polítiques i programes culturals a Barcelona 2011 -2015*. Ajuntament de Barcelona. Recuperat de: <http://www.bcn.cat/cultura/balanc11-15/projet/POLITQUES-I-PROGRAMES-CULTURALS-A-BARCELONA.pdf> (29 agost, 2019)
- TROSBY, D. (2001). *Economics and Culture*. Madrid: Cambridge University Press
- ULLDEMOLINS, J. & MORATÓ, A. & ILLA, S. (2012). "El sistema de la política cultural en Catalunya: un proceso inacabado de articulación y racionalización". *RIPS* 11(3), 172-203. Recuperat de: <http://www.usc.es/revistas/index.php/rips/article/view/1023/956> (15 agost, 2019)
- VV:AA. (2004). *Capitalismo Cognitivo: propiedad intelectual y creación colectiva*. Madrid: Traficantes de sueños. Recuperat de: <https://www.traficantes.net/sites/default/files/pdfs/Capitalismo%20cognitivo-TdS.pdf> (30 agost, 2019)

- VOZMEDIANO, E. (2015). "Obra y Servicio. El empleo Cultural". *El Cultural*. Recuperat de: <https://elcultural.com/obra-y-servicio-el-empleo-cultural> (15 agost, 2019)
- YPRODUCTIONS (2009). *Nuevas economías de la cultura. Parte 1: tensiones entre la economía y la cultura en las industrias creativas*. [Ebook]. Recuperat de: <https://goo.gl/uv6DvL> (5 de juliol, 2019)
- ZAFRA, R. (2017). *El Entusiasmo*. Barcelona: Anagrama
- ZAMORANO, M. M. (2017). "Governança de la política cultural, actors subestats i nacionalisme: una anàlisi comparativa a partir del cas espanyol". *Debats. Revista de cultura, poder i societat*, 131(1), 111-126.

8. ANNEXOS

Trobareu tots els annexos guardats a una memòria externa adjunta en el format imprès del treball.

8.1 Entrevistes de context

8.1.1 Entrevista exploratòria 1: Arcadi Oliveres

8.1.2 Entrevista exploratòria 2: L.V de Coòpolis

https://drive.google.com/drive/folders/1dIZwIDMzgQ-wuwxMppNzG8lON1mS08_e?usp=sharing

8.2 L'Enquesta

8.2.1 Preguntes de l'enquesta

https://drive.google.com/drive/folders/1dIZwIDMzgQ-wuwxMppNzG8lON1mS08_e?usp=sharing

8.3 Entrevistes de cas

8.3.1 Entrevista a Quesoni

8.3.2 Entrevista a La Carbonera

8.3.3 Entrevista a Looky produccions

https://drive.google.com/drive/folders/1dIZwIDMzgQ-wuwxMppNzG8lON1mS08_e?usp=sharing

8.4 Mapatge de les cooperatives culturals de Barcelona

https://drive.google.com/drive/folders/1dIZwIDMzgQ-wuwxMppNzG8lON1mS08_e?usp=sharing

a la Facultat de Comunicació Blanquerna

de la Universitat Ramon Llull

havent obtingut la qualificació:

Avaluador/a:

Avaluador/a:

Avaluador/a:
