



**Universitat Autònoma
de Barcelona**

POSTGRAU EN ECONOMIA SOCIAL I SOLIDÀRIA
TREBALL FINAL

CulturESS

Mitjà de difusió i comunicació cultural

SANDRA ALCAIDE BAEZA

Curs acadèmic 2023/2024

Data de presentació de la memòria:

07/2024

TUTOR/A DEL TREBALL: Eudald Grieria Llonch

ÍNDEX

0. Resum executiu.....	3
1. Introducció.....	5
2. Context.....	6
2.1. Cultura. Què és i com l'entendem?.....	6
2.2. Història. D'on venim?.....	7
2.3. Detecció del problema.....	8
2.4. Des de l'Economia Social i Solidària.....	10
2.5. Àmbit d'actuació territorial.....	10
2.6. Metodologia d'investigació social utilitzada i conclusions.....	11
3. Desenvolupament.....	13
3.1. Exemples per emmirallar-nos.....	13
3.2. Indagació col·lectiva.....	15
3.1.1. Aproximació metodològica, presentació i anàlisi.....	16
3.3. Proposta de valor.....	19
4. CulturESS. De la teoria a la pràctica.....	20
4.1. DAFO.....	20
4.4. Model de negoci.....	21
4.1.1. Forma jurídica.....	22
4.1.2. Àmbit d'actuació.....	22
4.4.3. La proposició de valor.....	22
4.4.4. Els segments d'usuaris a qui es dirigeix la proposició de valor.....	23
4.4.5. Canals de distribució i comunicació.....	24
4.4.6. Organigrama/governança.....	26
5. Conclusions.....	28
6. Bibliografia de consulta.....	30

0. Resum executiu

El treball que es presenta a continuació titulat CulturESS proposa la creació d'un mitjà de comunicació cultural a la ciutat de Sabadell. El convencionalisme cultural que ha adoptat la societat actual no és una situació aïllada del nostre temps sinó que existeixen precedents que ens demostren que les propostes culturals que pretenen canviar aquesta grisor i monotonia, s'han fet un lloc al món.

Per donar-li context a aquest treball s'ha volgut emmirallar en l'exemple de la Colla de Sabadell, i s'ha intentat analitzar la cultura des dels seus ulls, per així entendre les externalitats positives d'un projecte com el que es proposa i quines eines tenim per incidir-hi i transformar socialment des de la cultura.

El casino dels senyors.

*A la sala havien dibuixat un drac per divisa amb la llegenda "Estem voltats de pocavergonyes"*¹

Resum executiu

El trabajo que se presenta a continuación de título CulturESS propone la creación de un medio de comunicación cultural en la ciudad de Sabadell. El convencionalismo cultural que ha adoptado la sociedad actual no es una situación aislada de nuestro tiempo sinó que existen precedentes que nos demuestran que las propuestas culturales que pretenden cambiar el gris y la monotonía se han hecho sitio en el mundo.

Para darle contexto a este trabajo se ha querido mirar los ejemplos de la Colla de Sabadell, y se ha intentado analizar la cultura desde sus ojos, para así entender las externalidades positivas de un proyecto como el que se propone, cuales son las herramientas que tenemos para incidir y transformar socialmente des de la cultura.

Executive summary

The work presented below by the title CulturESS proposes the creation of a cultural communication medium in the city of Sabadell. The cultural conventionalism adopted by the current society is not an isolated situation of our time but there are precedents that will not detract from the fact that the cultural proposals that seek to cambiar el gris y la monotonía have been hecho sitio en el mundo.

To give context to this work, we have complained to look at the epiphany of the Colla de Sabadell, and we have tried to analyze culture from its own eyes, to do so in the positive externalities of a project such as what is proposed, which are the herramientas we have to influence and transform socially from culture.

¹ La colla de Sabadell (El casino dels senyors)

1. Introducció

És possible que els projectes socials enforteixin la cultura d'una ciutat?

Quin paper juguen els mitjans de comunicació en l'àmbit cultural? I l'administració?

Per què s'aposta per una programació cultural i no per una altra a nivell mediàtic?

Coneixem el teixit cultural de la ciutat on vivim?

Aquestes i moltes altres preguntes són les que es consideraran en aquest treball de final de postgrau amb la intenció de relacionar l'economia social i solidària amb la cultura i de trobar els beneficis d'aquest enxarxament.

Aquest treball consta de tres parts, l'anàlisi del context que ens porta a desgranar quin tipus de cultura volem promoure i sostenir des del projecte, el desenvolupament o la indagació a la ciutat implicant als agents culturals, socials i usuaris culturals. I finalment la proposta materialitzada de mitjà de comunicació cultural local que compta amb la mirada de les persones del Pool cooperatiu i espai cultural Mala Peça, des del que es pretén impulsar, perquè esdevingui una realitat.

2. Context

2.1. Cultura. Què és i com l'entendem?

Quan busquem la paraula cultura al diccionari la definició que trobem és la de 'conjunt de coneixements que permet a algú desenvolupar el seu judici crític', i si aprofundim una mica més en la definició, ens diu, 'conjunt de coneixements compartits per un grup d'individus que tenen una història comú i participen en una estructura social'.

Aquesta voluntat, la de coneixements compartits i desenvolupament del judici crític és la que pretenem des de molts àmbits d'actuació de la cultura quan desenvolupem projectes, i és a la que s'apela en la construcció col·lectiva d'aquest projecte.

La cultura no és un element estàtic ni tampoc neutre sinó un element de transformació amb una càrrega política molt intensa que marca lluites com la llibertat d'expressió, l'organització popular, la llibertat creativa i el bé comú. I aquesta definició ens porta, per lògica, a comprendre que la cultura no és un producte elitista al qual només poden accedir alguns privilegiats. Per això cal treballar des de tots els àmbits culturals per trencar la idea que es tracta d'un producte de consum, al que ens aboca el sistema econòmic capitalista en què vivim.

I això ens obliga no només a definir què és cultura, sinó a definir com la fem possible perquè deixi de respondre a la dinàmica del consum i s'entengui com un bé comú, de transformació social, de divulgació d'identitat, cohesionador i crític. Quan partim de la base d'una administració pública que s'erigeix com a proveïdora cultural hem de trobar mecanismes per garantir que la participació ciutadana i el poder de decisió sigui indispensable amb l'objectiu clar de repolititzar (Ojeda H., Urbano, X., 2015) la societat per tal que allò cultural esdevingui un bé comú, al marge de l'Administració.

Per tots aquests motius, aquest projecte planteja posar el focus en la cultura comunitària com a eina radical de reapropiació del patrimoni del comú.

La cultura ens serveix per generar comunitat, o relacions sota uns valors determinats que en molts territoris comprenen moltes més activitats de les que exclusivament es consideren artístiques com poden ser la cuina, cosir, el reconeixement de l'entorn o qualsevol altra activitat que tingui el seu fonament en compartir una estona realitzant una acció creativa o de cura i que aquesta generi teixit entre les persones d'un territori. (Casacuberta, J., 2006 p.141-147)

En definitiva, la cultura es genera a partir de la relació amb altres persones i seria la materialització de les diferents maneres que tenim de viure juntes la que ens portaria a la definició de cultura comunitària.

Així doncs, és des de l'acció, amb persones com a participants actives i alhora com a espectadores del fet cultural com s'entendria un projecte de cultura comunitari com el que es vol desenvolupar aquí, i això porta a voler fer-ho des dels valors de l'economia social i solidària, com veurem més endavant.

2.2. Història. D'on venim?

Sabadell ha sigut històricament una ciutat de lluita obrera amb la perspectiva de contrapoder a l'hegemonia de les històriques classes benestant i amb l'objectiu de millorar les condicions de vida de la classe treballadora i en definitiva de les veïnes de Sabadell. Aquesta característica es materialitza i intenta canalitzar les demandes dels veïns amb les associacions de veïns, les organitzacions sindicals i les organitzacions polítiques durant la segona part del segle XIX.

Però pel que ens interessa a la introducció del projecte que ens ocupa, el context que volem estudiar es remunta a mig segle abans, la segona dècada del segle XIX quan s'introdueix el noucentisme en l'art sabadellenc mitjançant l'exposició *d'Art Nou Català* i provoca una reacció polèmica entre artistes de la ciutat que formaven part de l'Acadèmia de Belles Arts. (GENCAT VISITMUSEUM, 2024)

Aquest fou el tret de sortida d'una nova manera d'entendre la cultura que va néixer a Sabadell de la mà d'una colla de joves intel·lectuals i artistes quan es van plantejar remoure la monotonia d'una ciutat grisa i plena de fum dels tèxtils. La manera original de promoure l'activisme cultural com una eina de promoció de la cultura des de qualsevol àmbit, però sempre amb una pinzellada d'humor provocatiu va caracteritzar un dels períodes culturals amb més llum de la història de Sabadell. Període que va venir intrínsecament vinculat a l'època de les noves articulacions de lluita veïnal obrerista de les que es feia esment al principi, i que sense intencionalitat real va esdevenir un element més de transformació social de l'època.

Estem voltats de pocaverkonyes (100 anys colla Sabadell, 2017) és el lema que la Colla de Sabadell feia servir i que mostra clarament el seu tarannà d'humor crític i provocatiu que els serveix com a eina per mostrar una cultura que treballava a favor de la llibertat, la democràcia i la tolerància en temps ben convulsos.

Aquest grup sabadellenc és de l'interès d'aquest treball perquè mostrà el seu sentit de responsabilitat en un moment en què la cultura no s'havia plantejat com a eina de transformació social. Amb una gran ambició generen estructures naturals autoorganitzades a Sabadell des de la pràctica d'un humor absurd i gratuït que intenta desmitificar els valors culturals encotillats i establerts per una societat tancada i endarrerida que es revela a l'ideari de modernitat.

Aquestes estructures locals d'enxarxament, que es generen a través d'escenificacions provocadores, romanços de revolta que posaven a la venda a la plaça dins d'un paraigua obert, o més endavant la seva gran plataforma de projecció d'activitats, les publicacions al Diari de Sabadell, generen una mirada del món cultural d'altres ciutats cap a Sabadell, que provoca l'apropament de personatges culturals i polítics tan importants com Mercè Rodoreda. (Pessarrodona, M., 2005)

No deixa de ser curiós que un col·lectiu que es presenta amb l'escenificació del campament a *La font de saüc* amb voluntat de revelar el seu peculiar humor provocatiu i reivindicar-se com a col·lectiu emancipat de tuteles institucionals, no només no s'allunyi de les institucions culturals com a tal, sinó que generi institucions per transformar-les - des de la *Lliga Nacional d'Associacions de Música* repartida en divuit ciutats del país com la fundació de l'editorial *La mirada*, el 1924, passant per la creació de *La institució de les lletres catalanes*. (La Mirada, 2002)

Ens és d'interès la història d'aquesta colla, que tan bon punt arriba la guerra i l'exili van ser capaces de generar noves estructures també des de l'exili i la clandestinitat, per què marca un objectiu molt clar de les seves entremaliadures que és el de ***transformar la societat des d'una mirada cultural que aterris de la manera més natural i divertida possible***. El bibliobús n'és un exemple ben clar de com amb aquesta picaresca característica van fer arribar la cultura i l'esperança també al front republicà.

2.3. Detecció del problema

Sabadell és una ciutat de més de 217.000 habitants (IDESCAT) i en constant creixement, amb una superfície total de quasi 38 quilòmetres quadrats, que dificulta molt la descentralització de la cultura.

L'actual activitat cultural a Sabadell va créixer en paral·lel a la seva activitat financera i industrial, reforçada per la situació estratègica de la ciutat a la comarca i al principat. Això, sumat als plans públics estratègics en termes de cultura i a la societat civil amb fortes inquietuds culturals van posicionar-la en el mapa cultural durant bastant de temps, però l'evolució de les últimes dècades ha tornat a posar a Sabadell en una situació lluny de la qual agradaria descriure en aquest treball.

En un moment en què les dades ens demostren que el teixit social de la ciutat no està en els seus millors moments i que ens trobem amb una ciutat grisa, bruta, que entén com a cultura la promoció de la ciutat cap a les persones que no hi viuen amb activitats nadalenques o fires culinàries, entre d'altres, ens cal aprofundir en el nostre entorn. Així doncs, per continuar amb la consideració d'aquest projecte, ens cal analitzar quin és el model cultural a la ciutat de Sabadell, però que malauradament és extrapolable a molts nuclis urbans del principat.

Durant els últims anys a la ciutat de Sabadell, el pressupost de cultura ha significat menys d'un 5% (Pressupost municipal Sabadell, 2024) - prop de 12 milions d'euros - del total, mentre que el festival mal anomenat "cultural" de Nadal, que pretén potenciar la marca Sabadell en una lògica mercantilista de consum i turisme, que ens recorda a temps del "Compra en Sabadell"², compta amb més d'un milió d'euros anual.

No és gratuïta aquesta cita pel tema que ens pertoca, ja que entendre la cultura com un element més de l'especulació comercial, l'allunya dràsticament de l'objectiu transformador de la societat que fa un segle havia il·luminat Sabadell. Tornem a trobar-nos amb una ciutat grisa i en venda que pretén encotillar els estereotips més clàssics de la cultura elitista als espais tancats mentre que apropa

² Campanya publicitaria, 2014. <https://www.youtube.com/watch?v=Fki53Tlm-uc>

espectacles que promouen el consumisme, el sexisme i els costums religiosos a les veïnes que no es poden permetre una altra programació.

Actualment, a diferència del que va passar fa un segle, Sabadell disposa de molts espais culturals que garanteixen una bona programació, tot i que no sempre accessibles a tothom. Aquests espais, ja siguin privats com promoguts per entitats, generen la seva programació amb un suport ínfim per part de l'administració que, com dèiem abans, prioritza la mercantilització de festivitats comercials o d'actes elitistes a alternatives com la música al carrer, la promoció del teatre o la dansa i sobretot, la distribució igualitària de la cultura en l'àmbit territorial i de classe.

Aquesta situació ens porta a detectar un problema de dos caps. D'una banda, multitud de projectes culturals que programen contracultura a la ciutat i que no troben suport ni per l'administració ni per cap mitjà de difusió per tal de fer arribar aquesta programació a les veïnes. D'altra banda, la desarticulació de la xarxa del sector contracultural, que amb prou esforços poden generar contingut, com per a més a més, trobar temps per relacionar-se de manera transversal entre les diferents arts, i enfortir projectes amb la intercooperació.

El contingut contracultural del qual parlem majoritàriament és de qualitat i ben rebut pel públic i és reconegut pel món, però no sempre passa que a casa es dona valor a allò que tens, sobretot en ciutats d'una dimensió com Sabadell. Exemples d'aquestes situacions són "Impactes" i el seu treball al carrer amb l'art urbà, altament reconegut a Països com Portugal, Noruega o Dinamarca entre d'altres, o com "La Sala" que malauradament a Sabadell no omple mentre que a Suïssa o a França han de programar per duplicat perquè exhaureixen butaques.

Aquests són alguns dels molts exemples que podem detallar i que ens demostren que Sabadell és una ciutat amb uns agents culturals molt potents que garanteixen la proximitat i la qualitat en gairebé tots els vessants culturals, però que malauradament estan essent invisibilitzats sigui per acció o per omissió. La invisibilització que introduïm en l'eix del problema està relacionada amb el concepte de cultura des del consum de productes que sovint es pensen, desenvolupen i estructuren sense concebre a les persones com a participants actives a més de com a espectadors. I tant els mitjans de comunicació locals i comarcals, com l'administració pública, treballen amb aquesta visió mercantilista de la cultura i l'art, que allunya a les veïnes dels valors dels projectes i de la seva xarxa i situa la cultura com un mer producte més de consum.

Per aquest motiu cobra tant de sentit, per l'objecte d'aquest projecte i la seva definició, explicar i entendre la cultura com una eina de transformació social i comunitària amb l'exemple sempre present de la Colla de Sabadell que pretenia canviar els convencionalismes culturals que havia adoptat la societat desenvolupant una nova manera de difusió més provocadora i trencadora i que arribi a tothom.

I és aquí on s'ha de definir des d'on caldrà desenvolupar la proposta que contraresti la problemàtica detectada.

2.4. Des de l'Economia Social i Solidària

La cultura es genera a partir de la relació de diferents persones en un àmbit concret decidint què fer, però també com fer-ho, quan fer-ho i quantes persones es necessiten per fer-ho. La participació comunitària en la cultura, desborda la seva concepció inicial i reformula el paper de tots els agents implicats en fer-ho possible, ja siguin treballadores de cultura, educadores, professors, institucions, artistes, mediadores i en definitiva, de la societat que està en contacte directe.

L'estudi sobre les Arts Comunitàries a Catalunya (Artibarri, 2022) articula la pràctica cultural comunitària en 5 eixos d'intervenció:

- **Autonomia**, amb la importància de l'autogestió per a qualsevol projecte cultural.
- **Horitzontalitat**, indicant que qualsevol dels agents implicats s'han de considerar per igual.
- **Transversalitat** entre tots els productors artístics i culturals.
- **Participació**, com a eina de transformació social i personal.
- **La importància del procés** i no només del resultat.

Aquesta articulació i les dades que l'acompanyen ens demostren que, com s'afirmava anteriorment, la cultura comunitària concep a les persones com a participants amb una actitud activa i no només com a espectadores d'un 'producte' cultural, on el camí per arribar-hi resulta més interessant que no pas el resultat.

I per centrar-nos en el camí també ens és d'interès l'estudi citat anteriorment on s'explica que gairebé el 70% de les iniciatives comunitàries són articulades mitjançant estructures de l'Economia Social i Solidària (associacions i cooperatives) enfront d'un 30% format per l'administració pública, empreses o festivals i concursos.

Així doncs, en un context econòmic-polític que dificulta més que facilita la creació de cultura, l'organització col·lectiva i autogestionada és la que respon a les mateixes necessitats de les veïnes, i aquí és on, a l'objecte d'aquest projecte, cal situar-se com a eina de difusió cultural amb una forma comunitària i autogestionada. I el plantejament professional d'aquest mitjà cultural comunitari ha de néixer i constituir-se indubtablement des de la gestió de les necessitats culturals però també socials i econòmiques sorgides al territori, i això només serà possible des dels valors de l'economia social i solidària.

Per aquest motiu, abans de desgranar quina és la solució que es proposa des d'aquest treball, ens cal també estudiar l'àmbit territorial en el qual ens trobem i sobre la que volem treballar, per garantir una resolució del problema donant resposta a les necessitats reals de qui el pateix.

2.5. Àmbit d'actuació territorial

Tot i que la base d'aquest projecte pretén que el seu àmbit d'actuació i impacte sigui únicament la ciutat de Sabadell, els mateixos processos d'anàlisi dels agents culturals ens han demostrat que és

indestriable de la resta del territori proper, Barberà, Terrassa, Castellar, i que això ens ha de portar a ampliar l'àmbit territorial del projecte des de l'inici.

Així i tot, la proposta inicial és la de desenvolupar-ho amb agents locals per tal de poder garantir una intercooperació que requereixi menys esforços inicials, i anar treballant amb les sinergies que se'n vagin creant amb altres actors extramunicipals. Així doncs, consolidar la incidència del mitjà de difusió i divulgació cultural a la ciutat de Sabadell ens proporcionarà una primera mirada de la viabilitat social i política del projecte.

Per aquest motiu, la detecció del problema ha desenvolupat la seva base a Sabadell, donat que el problemàtica pot ser diferent en un municipi allunyat i de característiques diferents i, conseqüentment, la resposta a aquesta problemàtica també vindrà acompanyada de mesures diferenciades de les que aquí s'explicaran.

Abans de desenvolupar l'essència del projecte, cal consultar, fer recerca d'aquest context que es detalla i finalment definir si l'anàlisi inicial que es descriu a l'apartat 2. "Context" d'aquest treball respon a la problemàtica detectada pels diferents agents implicats en el cicle cultural de la ciutat.

2.6. Metodologia d'investigació social utilitzada i conclusions

És pel que se citava al final del punt 2.5 "cal consultar, fer recerca d'aquest context", que s'ha realitzat una trobada amb diferents agents vinculats en format entrevista de la que es detalla la metodologia emprada i les conclusions.

Amb aquesta entrevista, que s'ha realitzat a un agent cultural vinculat a l'administració, un agent cultural vinculat a la programació cultural i també a una persona espectadora i usuaris dels diferents projectes culturals de la ciutat preteniem detectar si la descripció de la detecció del problema que hem determinat al punt 2.3 d'aquest treball respon a la realitat de les persones que com a mostra social han sigut entrevistades.

I s'ha fet servir l'entrevista semiestructurada com a marc de la investigació social per intentar aconseguir una comprensió més gran de l'objecte de l'estudi. A continuació es detalla l'estructura de la mateixa.

Fase inicial: inici interacció

Inicialment s'ha preparat un espai de confort i confiança on la persona entrevistada se senti còmode per poder expressar-se amb tranquil·litat, reflexionar en distensió. D'aquesta manera és més fàcil extreure reflexions de la persona entrevistada.

També se li explica a la persona entrevistada quin és l'objectiu d'aquesta entrevista i quin serà l'ús d'aquests resultats o conclusions.

1. - Recepció i presentació de la persona entrevistada i de la persona organitzadora
2. - Informar de l'objectiu, l'estructura i la durada aproximada de l'entrevista.
3. - Explicació que durant l'entrevista es gravarà i a posteriori s'extreuen els resultats i conclusions de la xerrada per tal de donar-li contingut al context cultural de la ciutat.

Fase de desenvolupament.

1. - S'inicia l'entrevista amb preguntes obertes, estil "Com definiries la cultura" i les primeres preguntes d'aquesta fase responen al mateix nivell de poca concreció, per percebre el sentit general de les seves conclusions
2. - Es finalitza la fase amb preguntes més específiques, estil "Que penses que pot fer l'administració per revertir aquesta situació que detalles"

Fase de tancament-

És aquella en què se li ofereix a la persona entrevistada la possibilitat de preguntar dubtes que tingui relacionats amb l'objecte de l'entrevista.

Com que es tracta d'una metodologia d'entrevista semiestructurada, el treball previ de preparació va residir en els resultats que es volia obtenir i les conclusions de la mateixa s'explicaran en vers a aquests resultats.

Entrevista 1

Persona entrevistada 1.

Descripció: Filòleg i lingüista, activista cultural i articulista.

Data: 18 de març de 2024

Entrevista 2

Persona entrevistada 2.

Descripció: Filòloga, correctora i treballadora del Centre de Normalització Lingüística.

Data: 18 de març de 2024

Entrevista 3

Persona entrevistada 3.

Descripció: Usuària cultural de teatres, festivals musicals i participant d'una colla de cultura popular

Data: 18 de març de 2024

Conclusions:

Tipus de cultura que existeix a Sabadell.

De les conclusions d'aquesta part de l'entrevista es detecta l'admiració de tots els entrevistats per la programació cultural i la contracultura a la ciutat. Conversen detalladament dels diferents espais de contracultura que existeixen a Sabadell i que fomenten la creació d'una programació poc convencional dirigida a uns espectadors actius: l'Alternativa Teatre, l'Espai Àgora, l'Impactes Visuals, la Quartera, la coral Els notes, la Sèpia verda i la seva glosa, i molts d'altres.

Es conclou amb unanimitat d'opinions que la cultura d'aquests agents pretén generar dinàmiques de participació directa de les persones usuàries i busca garantir el seu desenvolupament mitjançant la implicació de les veïnes.

La percepció de les veïnes de la cultura

Del recull de reflexions en aquesta fase, es determina que les persones entrevistades divideixen les persones usuàries de continguts en dos models: els que coneixen i gaudeixen de la cultura més comercial (Teatre Sant Vicenç o Principal, festival Observa...) i els que coneixen els espais menys comercialitzats i invisibilitzats per la institució i mitjans de comunicació (la Fira del llibre feminista, la xerrada de l'Ateneu Llibertari, un acte de glosa organitzat per Òmnium cultural...).

En aquestes reflexions s'entreu la idea que aquella programació que es coneix és la més comercialitzada i és la més coneguda per les veïnes de la ciutat. D'altra banda, es comença a albirar que l'intercooperació entre els diferents espais no s'està donant i que això incideix encara més en la seva invisibilització.

Problemàtiques detectades a nivell cultural a la ciutat, si és que hi ha.

En aquest punt, la conversa entre persones entrevistades ha focalitzat en la invisibilització dels projectes més transgressors i que viuen als marges de la norma tant per part de l'administració com per part dels mitjans de comunicació.

Després de repassades aquestes opinions, la conversa comuna entre tots els agents vinculats d'una manera o altra a la cultura a Sabadell es pot deduir que conclouen, com aquest treball, que a la ciutat li cal una aposta directa per la visibilització i enxarxament dels projectes de contracultura que tensioni el sistema actual i que ajudi a una potenciació social del pensament crític.

3. Desenvolupament

I és en aquest punt en què cal definir el projecte que tenim entre mans amb el que es pretén contrastar la situació actual a Sabadell per tal de reforçar el mercat social de la cultura.

Un cop detectat el doble problema, la manca de suport de l'administració ni dels mitjans de difusió per visibilitzar la seva creació i la falta d'intercooperació de la xarxa del sector contracultural, es planteja quina és la feina que es pot fer per resoldre'l.

En aquest cas, des de CulturESS, es pretén amplificar l'acció cultural dels agents transgressors i amb això reforçar el seu mercat en tant que mercat social i creatiu. Aquesta ampliació està plantejada des de l'àmbit comunicatiu, però no només. La difusió dels projectes contraculturals de la ciutat d'una banda, ajuda a enfortir l'agent cultural en qüestió, a generar més llocs de feina i a compartir més relacions socials des de la cultura, i de l'altra reforça la intercooperació entre agents culturals que d'un altre mode, no han trobat la força suficient per poder fer-ho.

Així doncs, i per tal de donar-li forma al mitjà de comunicació i difusió cultural que esdevindrà aquest projecte com a eina de suport a la programació contracultural i no mercantilitzada ni tampoc institucionalitzada ens cal buscar exemples i indagar amb els agents implicats.

Per això, en aquest punt 3 es detallaran alguns exemples en els que emmirallar-nos per donar resposta a la problemàtica detectada, s'explicarà el procés d'indagació col·lectiva realitzat a l'espai cultural Mala Peça i per últim s'explicarà la Proposta de valor amb la qual es respon en aquest treball.

3.1. Exemples per emmirallar-nos

Durant la tasca de recerca de projectes culturals en els quals aquest treball pot emmirallar-se i dels que pot prendre nota, s'han localitzat alguns mitjans a què caldria fer esment encara que no es desenvolupa la seva descripció.

La Jornada, que tot i que es tractava d'un diari d'informació general, travessava tots els eixos que s'albiren necessaris per generar una visió crítica, transgressora i no mercantilitzada ha sigut un dels exemples en els quals s'ha pensat a l'hora de fer aquest exercici de recerca.

La Directa, que com a diari català molt actual, ha esdevingut una eina de transformació mitjançant els seus reportatges d'investigació, els seus debats i l'anàlisi social que transmet. La transformació social què és evident esdevé gràcies al teixit de nuclis territorials i col·laboradors que ha anat generant durant tot aquest temps i per això també s'ha pensat en aquest projecte per tal d'emmirallar-se.

Però després d'una recerca exhaustiva, la reflexió i el focus queda posat en dos projectes que tant per la seva forma com pels seus valors, i l'àmbit d'actuació -territorial i social- han semblat els més idonis per desenvolupar.

Ordint la Trama (WEB Ordint la Trama, teixint cultura popular)

El projecte de difusió cultural Ordint la Trama va ser enterament Sabadellenquista. Tot i que ja no existeix, ens ha deixat un legat del qual tenim molt a aprendre. El projecte va complir 8 anys i va tancar l'any 2009 donant pas a altres mitjans alternatius com Ràdio Trama a Sabadell o la Directa a nivell nacional.

Es tractava d'un mitjà de comunicació crític vinculat als col·lectius socials i culturals de Sabadell escrit majoritàriament per joves de la ciutat amb un rol social molt actiu a la ciutat.

Aquesta revista en paper també comptava amb un blog, i va esdevenir una eina de difusió que va acabar repartint-se inclús a les biblioteques i centres cívics de Sabadell.

Entre les persones que hi formaven part trobem a sòcies de l'economia social i artistes culturals que en la actualitat treballen des de diferents espais per promoure i inspirar nous projectes culturals des d'una vessant cent per cent social.

L'emmirallament en aquest mitjà de difusió cultural és cabdal, sobretot des de l'espai en els quals es pretén treballar pel CulturEES, des de l'espai cultural Mala Peça situat al Pool cooperatiu de Sabadell. No és en va que cal assenyalar aquest projecte encara que ja no existeix, ja que moltes de les persones vinculades a Mala Peça han conegut de primera mà aquest mitjà, ja sigui participant activament en ell o en espais culturals interconnectats.

La Traça cultural (WEB Traça Cultural)

El projecte de la Traça cultural es basa en la cooperació entre dues llibreries situades al Pirineu, la Lluerna, a Ripoll, i El Refugi a la Seu d'Urgell. Aquest projecte pretén, mitjançant la intercooperació, promoure la cultura crítica al Pirineu.

La coincidència en les inquietuds socials, polítiques i culturals d'aquests dos projectes els porten a treballar plegats per amplificar la promoció de la cultura des del Ripollès fins a la Vall d'Aran i ho comencen a fer realitat gràcies al suport social amb els que compten les dues llibreries.

De la primera fase d'aquesta intercooperació que era la d'organitzar jornades de debat al voltant de l'economia social i la cultura, acaba sortint el projecte de la Traça com a dinamitzador cultural de projectes mitjançant la cooperació i la difusió dels mateixos.

Ens podem emmirallar en aquest projecte no només per la seva forma sinó també pels seus valors: llibertat d'expressió, la defensa d'unes condicions dignes de les persones treballadores culturals i la

dinamització de la cultura del territori allunyant-se de grans macroprojectes culturals que responen a la mercantilització de la política.

D'altra banda, i com a contraposició podem trobar aquells exemples en els quals no volem emmirallar-nos i que des d'aquest projecte s'ha focalitzat en els locals de la ciutat de Sabadell: Ràdio Sabadell, Diari de Sabadell, iSabadell, Televisió del Vallès, Petit Sabadell...

L'essència del mitjà de comunicació i divulgació CulturESS en part sorgeix de l'observació de què els mitjans de comunicació locals no dediquen cap esforç a la difusió i divulgació del pensament crític en l'àmbit cultural i de què la seva agenda pública cultural es basa en la institucional o la que passa pel servei de cultura de l'Ajuntament de Sabadell. Més enllà de si aquests fets ocorren per voluntat pròpia dels mitjans o per deixadesa, el que es pot observar és que el poder social que exerceixen aquests mitjans allunyen a les veïnes del territori del coneixement del gran teixit contracultural que existeix a Sabadell.

En aquest cas, els mitjans de comunicació local, fent-li el joc al sistema econòmic actual, que Nancy Fraser descriu al llibre *Capitalismo Caníbal*, aprofiten l'ordre social que els situa com a divulgadors i, obviant que les persones a les quals s'adrecen són aquelles que els hi faciliten la seva existència subestimen de manera crònica que les receptores del seu missatge són la seva forma de riquesa. Aquesta actitud les porta a allunyar l'objectiu social, de divulgació i de crítica dels receptors si hi ha interessos econòmics, polítics o institucionals pel mig.

Tot i així, la intercooperació amb els agents socials i polítics de la ciutat no es discuteix en cap cas en aquest treball, i tampoc ho hauria de fer la cooperació puntual amb aquests espais de difusió amb l'objectiu clar de tensar la seva estratègia comunicativa cap a una de més crítica i estratègicament anticapitalista, encara que sigui només en l'àmbit cultural.

3.2. Indagació col·lectiva

L'àmbit institucional i la mateixa configuració de la ciutat allunya als usuaris culturals de la informació dels espais de creació alliberats del tàndem institució/mercat i això té una relació molt directa amb les polítiques que es duen a terme a la ciutat però també amb la coneixença d'aquests agents potenciadors culturals. I en aquest sentit, el treball d'intercooperació entre agents, que en absència de voluntat política, ha d'anar dinamitzat pels mateixos agents i persones usuàries, és indispensable per tal de garantir una bona salut cultural a la ciutat.

Un dels objectius d'aquest projecte, un mitjà de comunicació i divulgació cultural, és la de garantir una bona visibilització d'aquests agents culturals i treballar conjuntament per garantir un enxarxament estructurat per tal de potenciar la cultura transformadora a Sabadell. Per això és indispensable poder localitzar-los i ubicar-los en l'espai de proximitat i comoditat d'aquesta eina.

Per tal de definir quins són els agents culturals als que ens volem adreçar a l'hora de teixir aliances i de potenciar aquesta eina de divulgació, hem fixat l'essència en les cooperatives de l'espai d'enxarxament social Mala Peça, des d'on es pretén teixir aquestes aliances amb d'altres agents per

fer-ho possible. Per aquest motiu, s'han realitzat unes dinàmiques amb l'equip de persones de Mala Peça amb l'objectiu de recollir quina és la visió de l'espai, a quins agents es voldria adreçar per ordre de proximitat i quin format de difusió seria el més adient.

3.1.1. Aproximació metodològica, presentació i anàlisi.

Amb la idea que aquest treball begui de l'esperit de l'espai, però també de les opinions de les diferents persones que el conformen, s'articula una reunió dividida en dues parts en la que participen una desena de persones. La participació de totes les persones és dinàmica i per això tant en la primera com a la segona indagació es recull un seguit d'informació que ens ajudaran a conformar el mitjà de comunicació tal com el pensem i a veure si aquest format ens ajuda a plantejar un model de projecte que respongui a les necessitats culturals de Sabadell.

Indagació col·lectiva 1: DETECCIÓ D'AGENTS CULTURALS	
Dinàmica:	Estigmergia
Objectiu:	Recollir informació en diferents nivells de proximitat al projecte dels agents culturals amb els que podem intercooperar per tal de difondre una agenda cultural, un argumentari polític-social i opinions i estratègies culturals per a la ciutat.
Participants:	10 persones, cooperativistes i treballadores de les cooperatives que formen part del pool cooperatiu Mala Peça.

Taula 1 (pròpia)

D'altra banda, amb l'objectiu de visibilitzar aquests agents o projectes que hem detectat, sigui quina sigui la forma de cooperació que finalment es doni, ens cal dissenyar mitjançant quins canals es vol arribar a les veïnes.

Per això, a la segona part de la sessió d'indagació es planteja una dinàmica diferent per tal de situar els canals que seria factible utilitzar per aconseguir revertir la situació d'invisibilitat i tensionar al sistema cultural actual a Sabadell.

Indagació col·lectiva 2: CANALS	
Dinàmica:	Pluja d'idees
Objectiu:	Essent conscients de que no existeix un únic canal de difusió adient, es demana recollir informació en format pluja d'idees raonades per tal d'estudiar quin seria el canal més adient per arribar a agents i usuàries.
Participants:	10 persones, cooperativistes i treballadores de les cooperatives que formen part del pool cooperatiu Mala Peça.

Indagació col·lectiva 1: DETECCIÓ D'AGENTS CULTURALS

Aquest fet ens ha exportat a uns resultats que ens expliquen quins serien els primers contactes a traçar per tal de fer possible un mitjà de comunicació cultural que generi contingut propi des del suport del mercat social de la cultura existent ja a Sabadell.

	PRIMERA CORONA DE PROXIMITAT	SEGONA CORONA DE PROXIMITAT	TERCERA CORONA DE PROXIMITAT
AGENTS IMPLICATS	Casal Independentista Can Capablanca Casal Popular Tallaret Centre Social Okupat l'Obrera All Ràdio Trama Comissió de Festes Populars Moviments Feministes Mandarina	Moviments Socials de la Ciutat Universitat Autònoma de Bellaterra Espai Foc Espai Àgora Escola Illa Petites escoles d'art de la ciutat Editorials de Sabadell	Unió Excursionistes Conservatori de Música Escoles privades Observa Museu d'art Museu de Paleontologia Arlequinats Sindicats

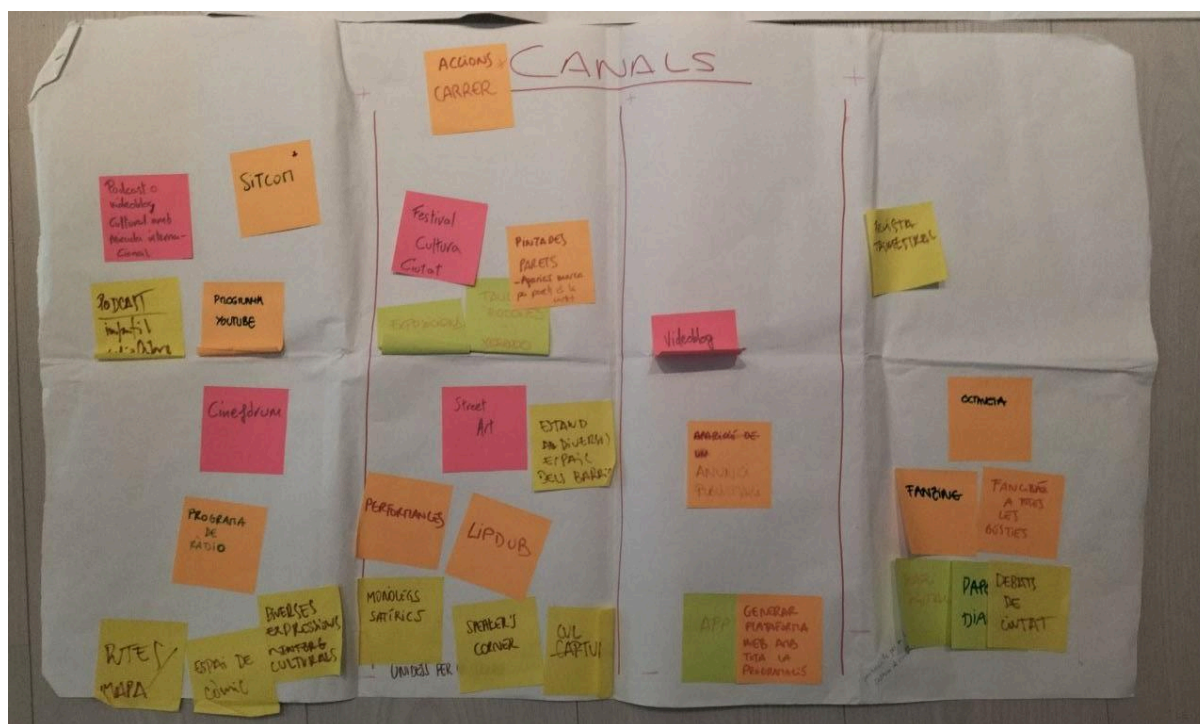
	Llibreria Mala Peça Ateneu Llibertari Impactes Teatres Independents (Academia Belles Arts Embassat Estruch La Sèpia Verda	Colles de Gegants Colles de Foc Castellers Sardanistes Bastoners	transformadors La Sala teatre Club 9 Partits Polítics Pahc Cava Urpí Fundació Bosch i Cardellach
--	---	--	---

Taula 3 (pròpia)

Indagació col·lectiva 2: CANALS

En aquesta segona sessió, i amb l'objectiu de definir el mecanisme de difusió més adient per complir amb els objectius detallats, les persones assistents a aquesta segona sessió van participar d'una primera pluja d'idees de formats i els van separar per tipologia de canal i en ordre de recursos econòmics necessaris per poder fer-ho efectiu.

Durant aquesta segona sessió van aparèixer dubtes sobre si tots els agents culturals als que ens havíem proposat arribar, amb la voluntat d'enxarxament d'una cultura comunitària, podrien accedir a alguns d'aquests canals i si existia una única opció o canal per arribar a les veïnes.



Imatge 2 (pròpia): Resultat de la indagació 2

Finalment, es van poder extreure algunes línies de treball diferenciades i es va decidir dividir en 4 eixos d'actuació. També es va valorar que moltes d'elles no eren excloents de les altres.

CANALS	DIGITALS	PRESENCIALS	PAPER	ALTRES
	Podscat/Videoblog	Accions carrer	Revista Trimestral	Anunci publicitari
	Sitcom	Festival Cultural	Octaveta	Agenda xarxes
	Programa Youtube	Pintades Paret	Fanzine	
	Cineforum	Taules Rodones	Diari mensual	
	Programa de Ràdio	Exposicions		
	Diari Digital	Lipdub		
	APP	Performances		
		Monòlegs satírics		
		Street Art		
		Estand espai públic		
		Debats de ciutat		
		Pintades parets		

Taula 4 (pròpia)

L'anàlisi d'aquesta indagació ens porta a l'afirmació de què més enllà del format que pugui tenir aquest mitjà de comunicació cultural existeix una necessitat detectada pel global dels participants d'aterrar aquesta activitat crítica cultural al territori de manera digital, però sobretot, presencial.

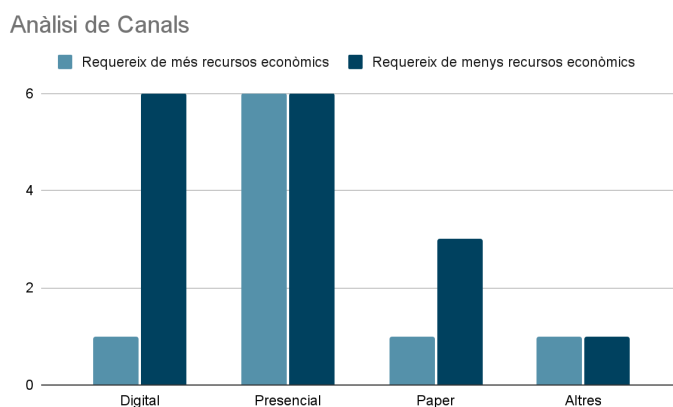


Figura 1. Anàlisi de Canals

3.3. Proposta de valor

Després de posar context i història a l'àmbit territorial d'actuació, de detectar el problema i de definir des de quins valors volem treballar per tal de revertir la situació actual, s'han de definir quins són els recursos que des de CulturESS ens aportaran una proposta de valor adient.

La proposta de valor és la de **crear una eina de comunicació per tal d'amplificar la incidència dels projectes culturals que ara mateix es troben desarticulats entre ells, amb poca capacitat de mediació i amb un públic sectoritzat**. Amb aquesta eina es pretén d'una banda multiplicar usuàries culturals gràcies a la visibilitat de l'amplia gama de programació contracultural que trobem a la ciutat, i d'altra banda que els agents culturals intercooperin per tal d'assolir l'objectiu de transformació social que resideix a la definició de cultura.

Analitzant els dos objectius detallats, i vinculant-ho als agents culturals que s'han vist a l'apartat 3.1.1., es pot afirmar que existeix un tercer objectiu o més aviat una conseqüència d'aquests altres dos: la generació de nous projectes.

Aquesta afirmació beu de la base de que qualsevol espai cultural que projecti, a les usuàries i a la resta de projectes incipients, la solidesa de creixement i enxarxament amb la resta del sector, pot esdevenir inspirador per a la generació de nous projectes i pel creixement de projectes ja existents.

Per aquest motiu, una de les solucions proposades és l'exposada en aquest treball de final de postgrau mitjançant el plantejament d'un mitjà de comunicació i divulgació cultural que incideixi d'alguna manera en les veïnes de Sabadell per tal d'aconseguir enfortir el teixit cultural i transformar l'espai cultural de la ciutat donant-li més força.

I amb l'objectiu de donar-li forma a aquesta proposta a la següent fase cal estudiar la millor manera de fer-ho, respectant tots aquells valors que s'han anat desglossant durant aquest treball: de manera comunitària, amb els agents contraculturals de Sabadell, des de l'economia social i solidària i per tant que impacti directament a la societat transformant la visió mercantilista del sector.

4. CulturESS. De la teoria a la pràctica.

CulturESS és la proposta d'un mitjà de comunicació i difusió cultural que té com a objectiu repolititzar la societat per tal que la cultura esdevingui un bé comú i participi del procés de transformació social imprescindible per garantir el creixement i desenvolupament d'una ciutat anticapitalista.

Amb l'objectiu d'estudiar com posar en pràctica la teorització que hem desenvolupat s'ha de començar a concretar formats concrets i per això es desenvoluparà una anàlisi de les fortaleses i dificultats del projecte mitjançant un DAFO i arribat aquest moment es definirà el model de negoci que pretén ser CulturESS.

4.1. DAFO

Per tal de dissenyar les línies d'actuació de l'entitat, és important fer prèviament un anàlisi de la situació per poder detectar les necessitats i mancances, però també tot allò que ens farà més potents amb les oportunitats i reptes que es presenten.

Així doncs, s'ha desenvolupat aquesta anàlisi de factors interns i externs que impacten directament a la viabilitat social i econòmica de la proposta.

Intentant una anàlisi precisa que eviti creences preconcebudes o àrees grises s'han detectat realitzat les següents preguntes i d'aquí ha sorgit la Figura 1 on es detallen els factors localitzats.

- Fortaleses
 - Quines coses s'estan fent bé o es poden fer bé?
 - Quin és el nostre principal actiu?
- Oportunitats
 - Que hem de tenir en compte del mercat social cultural actual?
 - Quin gruix de població no estem tenint en compte?
- Febleses
 - Quins són els nostres pitjors enemics?
 - Quines línies de la proposta són més complicades de desenvolupar?
- Amenaces
 - Quin és l'abast dels teus competidors?
 - Quines situacions poden desequilibrar el projecte?

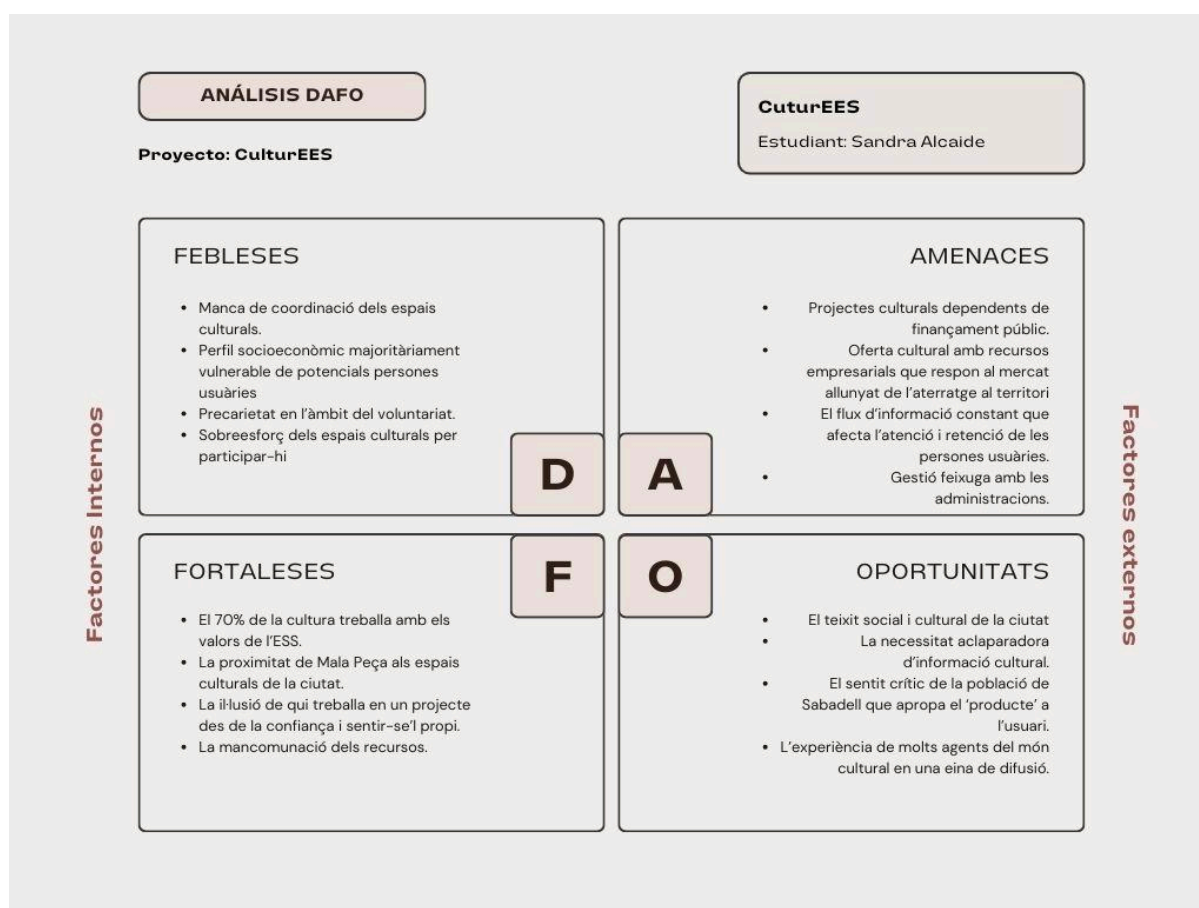


Figura 2. (pròpia) Anàlisi DAFO

4.4. Model de negoci

Per tal de donar-li forma al model de negoci després de totes les anàlisi realitzats es dividirà aquesta secció en diferents parts que aniran aprofundint en la base que caldrà per fer possible CulturESS.

4.1.1. Forma jurídica

La forma jurídica escollida per aquest projecte, com s'ha explicat anteriorment, és la de cooperativa perquè és aquella forma jurídica que encaixa amb l'essència i els valors del projecte: intercooperació entre diferents agents culturals per dur a terme una activitat de difusió i divulgació de la cultura comunitària des d'un vessant de mercat social cultural.

4.1.2. Àmbit d'actuació

El propòsit d'aquest projecte és el d'encabir i/o enxarxar tots aquells projectes o iniciatives culturals que tenen una vocació de transformació social clara que supera les lògiques del mercat i aposta per les pràctiques col·laboratives amb les que sorgeixen comunitats involucrades.

Posant el focus en el dret a la universalització de la cultura i amb l'objectiu que qualsevol persona pugui conèixer l'oferta cultural i decidir sobre el tipus de cultura que vol i pot consumir, es pretén desenvolupar aquest TFP posant la mirada en el procés de construcció d'un horitzó col·lectiu que posi en valor la idea del bé comú.

Sabadell és el nucli urbà en el qual se situa la fase inicial d'aquest projecte de difusió i creació de contingut cultural, però des del primer moment de la seva creació hem de ser conscients que la cultura enxarxa no només dins del mateix municipi, sinó arreu del territori, i que de la mateixa manera que existeixen persones usuàries de Sabadell que gaudeixen i formen part de projectes culturals a ciutats properes, Castellar del Vallès, Sentmenat, Barberà del Vallès, Terrassa, existeixen projectes en aquestes i d'altres ciutats properes que poden transcendir del seu nucli urbà i traslladar una part de la seva programació a Sabadell en qualsevol moment.

Així doncs, assenyalant com a primer ordre Sabadell, més amb motiu de que esdevingui una delimitació emmarcat amb algun criteri territorial que no pas per sentiment de pertinença, i sempre tenint en compte que la mateixa tendència d'intercooperació ens portarà a saltar-nos aquests límits probablement.

4.4.3. La proposició de valor

El que ofereix aquest projecte son dos aspectes importants. Per una banda, enxarxament amb un seguit d'empreses, entitats, col·lectius i espais que es dediquen a la creació i difusió de contracultura. Enxarxament que es materialitza en una agenda compartida, en un procés de intercooperació que pot derivar a compartir recursos materials o d'experiència i en el coneixement per part de totes les entitats de la cultura al territori.

D'altra banda, s'ofereix a les persones usuàries una serie d'informació relacionada amb les entitats anteriorment citades, ja sigui el coneixement i difusió de l'agenda com l'expansió i publicació de la història de les diferents empreses o entitats i les seves opinions i relats en diversos temes culturals.

Com ja hem dit, aquests dos objectius vesteixen un de tercer que és el d'amplificació de la incidència dels projectes que influeix i tensiona al mercat cultural de manera directa.

Per tal d'analitzar quina és la avantatge competitiva en el sector cultural cal definir la cadena de valors del projecte que vincula les activitats de l'organització amb el valor que aporten i amb els resultats socials que fonamenten les seves activitats. I això passarà per dissenyar les fases productives i distributives de CulturESS, com s'ha fet a la següent figura (Figura 3).

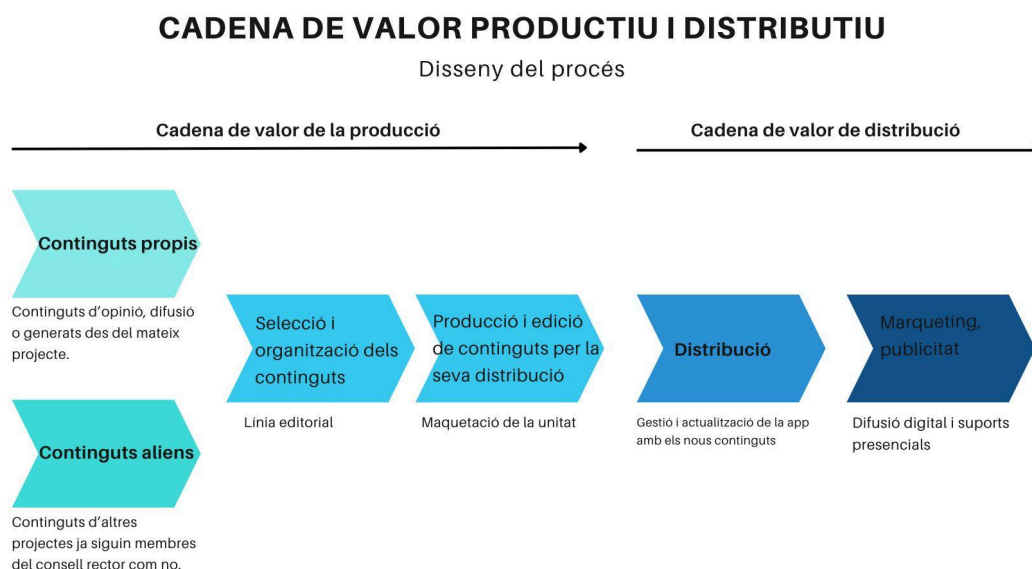


Figura 3. (pròpia): Cadena de valor productiu i distributiu

4.4.4. Els segments d'usuaris a qui es dirigeix la proposició de valor.

Donat que hem descrit la cultura comunitària com aquella que reformula el paper de tots els agents implicats per a fer-ho possible, el segments de clients no deixen de ser les persones usuàries del mitjà de difusió.

Podem trobar persones usuàries culturals de la ciutat de Sabadell i rodalies amb l'amplitud que el concepte usuari cultural té, que pertanyin al nucli de socis de la cooperativa i d'altres que no ho siguin. Però l'essència del projecte social és incidir en el que es denomina mercat social de la cultura i això ens fa entendre que els dos perfils de participació són necessaris i que a aquests se sumen alguns més, que poden passar per agents culturals, sòcies o no del projecte, o qualsevol de les administracions locals existents. Aquests últims, amb la clara proposta de tracció cap a la contracultura de l'administració pública.

Alhora, el concepte usuari cultural en un projecte d'enxarxament d'espais culturals on habiten agents culturals, usuaris culturals, col·lectius, entitats i empreses ens porta a haver de diferència en certa manera entre els perfils que esdevenen usuaris d'un projecte així per poder analitzar, més endavant, les relacions de governança democràtica entre ells.

Així doncs, podem distingir entre tres tipus de perfils:

- Persones usuàries del mitjà de comunicació que en fan ús per estar al dia de les novetats, agenda, opinions i debats culturals a la ciutat. En general, tot aquell públic cultural de Sabadell que vulgui relacionar-se amb un espai de pensament crític, diferent, alternatiu i en clau anticapitalista, ja que es pretén trencar amb les dinàmiques a les que el mercat ens aboca també en el món cultural.
- Entitats, col·lectius o empreses que en fan ús per fer difusió de la seva creació i programació cultural no només amb l'agenda sinó des dels espais assignats per a elles al web (opinió, novetats...)
- I per últim, aquelles que vulguin ser creadors i generadors d'opinió i que participen de la línia editorial del mitjà de comunicació amb una clara voluntat social.

Però aquesta diferenciació que és clara entre els perfils no té una afectació directa a l'hora de participar en els diferents espais de treball editorial que a continuació detallarem, i la seva implicació en qualsevol secció resideix en la voluntat de fer-ho, no en la que obligui el seu perfil.

Si que cal, abans de passar al següent punt, definir les potencialitats i limitacions que tindrem, segons l'àmbit comunicatiu en el que vulguem actuar. Per exemple, en una eina web o una aplicació digital hi ha un segment de la població que pateix la bretxa digital que es veurà exclosa de formar part de qualsevol d'aquests espais, tot i que puguem identificar-los clarament entre els perfils detallats. Un altre exemple seria la del públic jove, que per contra, si no s'utilitzen eines digitals potents com els videoblogs o similars seran un sector de públic que també quedarà fora del nostre abast.

Com a consideració, cal treballar en un àmbit concret com a eina però no descartar la resta d'àmbits per tal de fer-ho accessible al màxim de població, tenint en compte que sempre quedarà exclosa una part.

4.4.5. Canals de distribució i comunicació.

L'opció més secundada a les entrevistes realitzades, i també la que més s'adapta a les necessitats del projecte comunicatiu avui en dia és la d'una aplicació pròpia en la que existeixi l'esquema necessari per fer arribar tot el que es pretén difondre des del mateix, i per donar veu a aquells projectes que formen part, ja sigui com a impulsors o com a col·laboradors.

Tot i així, CulturESS pretén ampliar la base a la que arribar, així que més enllà de la part digital, es planteja una publicació en paper periòdicament i l'ús d'alguns formats com el podcast o l'entrevista personal pública. La intenció és no encorsetar el mitjà i llavors els recursos de difusió en un mitjà que no és accessible a tothom ni garanteix una comoditat per a segons quins continguts que són més adaptables en un altre format.

Durant l'elaboració d'aquest projecte s'han anat seleccionant les seccions que responen a les necessitats detectades tant en l'àmbit cultural, com en l'àmbit relacional i també en l'àmbit polític del projecte. Les seccions que hauria de comprendre l'estructura d'aquesta app són:

L'agenda

Per tal de garantir que les sinergies entre els projectes culturals a Sabadell es donen, cal tenir una agenda compartida que garanteixi la visibilitat de tots els agents i que en un moment determinat pugui enxarxar projectes. A més a més també assegura que les usuàries puguin conèixer la programació cultural en un mateix format.

Per fer-ho possible la eina ha de poder ser accessible a tots els agents culturals que participin per evitar que passi com actualment a l'ajuntament de Sabadell amb la seva difusió de l'agenda cultural, que amb un procés massa burocratitzat, allunya a molts agents de fer ús d'aquesta eina de difusió.

La solució passa per garantir un sistema de governança que faciliti aquesta comunicació interna entre projectes i que arribi al màxim de persones usuàries.

Opinió

Amb l'objectiu que també s'ha anat repetint durant l'anàlisi prèvia de generar contingut crític propi, aquest mitjà de comunicació ha de poder transversalitzar el contingut de totes les seccions i de la programació conjunta que s'elabori.

Cal parar un moment en aquesta part, que a més de tenir una funció clara de difusió del pensament crítica a la ciutat amb el suport i la col·laboració dels agents implicats, garanteix la cooperació entre usuàries i agents culturals i també entre els diferents agents culturals.

La intercooperació per tal de compartir les reflexions que es donen en el món de la contracultura i que no arriben habitualment a l'usuari ens porten, per una banda, a generar el teixit que volem, per altra a visibilitzar els diferents espais que hi participen i per últim a enfortir la base cultural de la ciutat amb aquest enxarxament que consisteix en l'elaboració de debats previs per garantir un sentit comú.

Quan s'apel·la a la transversalitat en aquest punt, s'elabora la reflexió d'intentar treballar des de tots els àmbits culturals i artístics una veu comuna, amb debats de situació que de segur afecten a tots els sectors. Aquestes reflexions, exposades de forma individual li treuen força a l'argument pel fet de ser minoritari però també pel fet d'arribar només a un sector de població que té interès. En canvi, si les reflexions són compartides entre els diferents espais contraculturals de la ciutat, la dimensió i l'abast de la feina s'amplifica potencialment.

Coneix a

Que allò col·lectiu ens reforci sense que haguem de perdre l'essència és el valor d'aquesta secció en la que es pretén treballar la visibilització dels projectes contraculturals de que podem gaudir a la ciutat des d'una vessant més descriptiva i divulgativa.

L'agenda és un dels elements de divulgació, però amb aquesta secció s'intenta descobrir l'essència de cadascun dels projectes des del seu interior explicant la història i valors i introduint a les lectores un agent cultural que potser en molts casos no coneixen.

El teu món

L'aplicació de CulturESS ha de contenir un espai limitat per a cadascuna de les vessants culturals treballades, des de cultura popular, passant per música, teatre, dansa, literatura... per donar-li el seu espai a cada modalitat.

De la mateixa manera que abans es parlava de la necessitat de preservar el caràcter de cada projecte i que la intercooperació servís per reforçar aquesta essència i fer-la visible, en aquest cas es planteja amplificar la visió dels diferents àmbits culturals que treballem.

Aquesta feina passa per explicar una vessant concreta des de la seva construcció més realista amb la cooperació dels agents implicats. Per exemple, per parlar de la història de la glossa podríem aplegar a en Carles Belda per una banda, i a la Sèpia Verda per una altra com a refundadors de la glosa per a

joves i que la secció que s'expliqui el món de la glosa es planteja un treball conjuntament amb aquests agents contraculturals tan significatius a Sabadell en aquest àmbit.

Coopera

Amb un projecte de cooperació i enxarxament com pretén ser CulturESS és imprescindible donar veu a les persones usuàries de la app per tal de que puguin tenir un paper significatiu, fent propostes, crítiques constructives, observacions... al voltant de l'oferta cultural de la ciutat i dels mecanismes per tal de garantir-la.

Altres elements de suport a l'aplicació.

- **Podcast/Entrevista:** per tal de donar veu a aquelles que tenen una opinió crítica i que poden aportar una mirada comunitària, desmercantilitzada i de gestió col·lectiva de la cultura.
- **Impressió en paper:** per respondre a la necessitat d'un gruix de la societat que viu en un món analògic i que, per qüestions socioeconòmiques, d'edat o de voluntat viuen en la bretxa digital profunda, és necessari plantejar una impressió periòdica en paper que respongui a les limitacions ecològiques del món actual.

4.4.6. Organigrama/governança

Les relacions establertes al voltant de l'assemblea del projecte es detallen en la figura 4. on s'ha volgut mostrar, segons la naturalesa del projecte ja descrit, el nivell de participació de diferents espais i la forma de governança del projecte indicant clarament el pes que té cadascun dels espais formals del projecte.

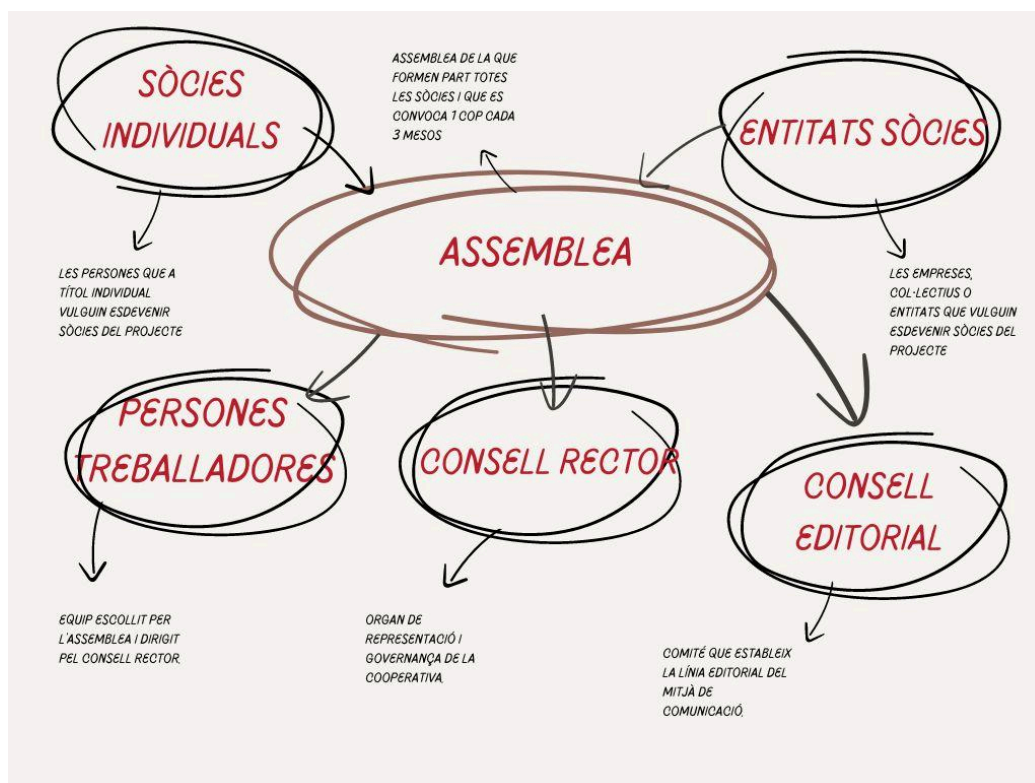


Figura 4. Organigrama inicial de CulturEES

- **Assemblea:** agrupa totes les persones individuals i el que hem definit com entitats sòcies. És l'òrgan màxim de decisió de la cooperativa. El pes d'aquest òrgan està dividit de manera equitativa, així doncs, les entitats sòcies tenen 1 vot de la mateixa manera que les persones sòcies individuals tenen un vot i d'aquesta manera es pretén promoure una gestió democràtica adient al projecte i que el projecte no es vegi afectat per les pressions de col·lectius, entitats o empreses i esdevingui una eina de difusió al servei d'unes poques perdent l'essència justa i comunitària.
És un òrgan de decisió que es convocarà cada tres mesos per part del Consell Rector o a petició de dos terços de l'assemblea.
- **Consell Rector:** És l'òrgan de representació i governança que gestiona el dia a dia i que executa el control de l'editor i l'equip de treballadores. És aquell òrgan que establirà les directrius d'actuació aprovades per l'assemblea general.
- **Consell Editorial:** És el comitè que s'encarrega d'establir quina ha de ser la línia editorial del mitjà, amb les següents tasques descrites a desenvolupar:
 - Definir el sumari de cada edició
 - Fixar les seccions
 - Assistir l'editor.
 - Estar pendent del compliment de les normes ètiques de la publicació
 - Revisió, control i correcció d'aspectes d'estil i metodològics.
- **Treballadores:** l'equip de treballadores ha d'anar vinculat a les tasques necessàries a realitzar en el dia a dia de la gestió del mitjà i venen definides per:
 - Editor
 - Redacció
 - Programació i seguiment
 - Comunicació

Aquest organigrama respon a la necessitat d'una forma de governança que busca incloure a tots els agents implicats d'una manera equitativa.

Una bona governança és imprescindible per la salut democràtica de les relacions entre agents culturals però també amb les persones a títol individual que participen al projecte, i que d'una manera o altre, han de sentir que el seu vot té el mateix pes que el de qualsevol altre persona sòcia.

Per aquest motiu, tot i que des d'aquest treball s'ha treballat en una proposta concreta d'organigrama, s'ha intentat no aprofundir molt en ell perquè serà amb la visió col·lectiva de tots els agents implicats en el procés de creació d'aquest projecte que esdevindrà la millor proposta.

D'altra banda és necessària la implicació de les sòcies col·laboratives, de les que es vol tenir l'opinió i que formin part dels processos de desenvolupament i creació fent-se'l propi. És una de les capacitats potencials del projecte per que sigui participatiu i comunitari.

Per garantir que la participació sigui comunitària és imprescindible també sumar-hi la implicació de les persones usuàries que vulguin participar, i per això a l'organigrama de la figura 4 se li ha de sumar una ASSEMBLEA oberta a les usuàries del projecte que no han esdevingut sòcies del mateix. Aquesta assemblea pot aportar una visió de les diferents estratègies que el Consell Rector ha de dur a terme per tal de garantir la implicació activa de les usuàries que vulguin participar (enquestes recurrents, secció opinió lector, valoracions del mitjà o de les activitats culturals destacades...)

5. Conclusions

En aquest treball he volgut realitzar una exploració de la situació cultural a la meua ciutat, Sabadell, i indagar de manera col·lectiva en el que podria esdevenir una millora social per a les veïnes en l'àmbit cultural.

Des de fa anys, i de manera totalment informal, en molts espais vinculats a la cultura popular i també a la cultura alternativa o contracultura, es parla de la decadència cultural de Sabadell. Tenint a prop ciutats com Terrassa o una mica més lluny Barcelona on la proposta cultural és molt amplia, des de Sabadell el sentir popular de moltes persones és que no es promou la cultura desmercantilitzada i això la fa desaparèixer.

Amb aquest treball he volgut explorar què hi ha de cert en les reflexions de que no existeix contracultura a Sabadell i quina és la problemàtica real que fa arribar a les veïnes, ansiades de programació cultural, a aquestes conclusions.

Totes les reflexions han acabat portant-me a la reflexió que he volgut explicar a l'apartat 2.3 de detecció del problema, en el que deixa clar que el gruix d'agents cultural a la ciutat de Sabadell res ha d'envejar a d'altres ciutats properes, perquè la problemàtica no resideix en si existeixen generadors culturals a Sabadell, sino en si els coneixem.

Un cop analitzat el context, i detectat el problema que he volgut definir com un 'problema de dos caps' (la manca de suport i visibilització per una banda i la desarticulació de la xarxa contracultural per l'altra) ha tocat treballar en les possibles solucions per enfortir el mercat social de la cultura.

Donat que la motivació d'aquest treball és un neguit compartit de totes aquelles persones de la ciutat a les que ens agrada gaudir de la cultura en diferents vessants, la idea de realitzar l'anàlisi de la situació i el desenvolupament de manera col·lectiva era una prioritat.

La intercooperació és la base d'aquest projecte que pretén articular un model que enforteixi, des d'una vessant social, l'ecosistema que sí que existeix, encara que està essent invisibilitzat constantment tant pels mitjans de comunicació com per l'administració local. Per aquest motiu he volgut treballar la meua recerca des d'una visió col·lectiva vinculada a l'espai cultural situat al pool cooperatiu Mala Peça, un espai que està en la fase incipient del seu projecte cultural, la llibreria Mala Peça, del que sóc particip des del moment de les primeres trobades d'ideació.

Arribat a aquest punt podem concloure que CulturESS és un projecte que, amb l'enxarxament adient, pot respondre a les necessitats culturals de Sabadell.

El potencial d'una eina de difusió d'aquestes característiques, crítica, intercooperativa, accessible i sobretot que els espais culturals se la senten pròpia, ens permet respondre a la problemàtica de la següent manera:

- Fent més visibles totes aquelles propostes culturals que intenten treballar de manera desmercantilitzada.
- Amplificant la incidència del mercat social cultural
- Promovent la contracultura com a eina de transformació social
- Enxarxant l'ecosistema contracultural a Sabadell
- Enfortint el teixit cultural ja existent mitjançant el suport mutu.
- Generant nous projectes culturals inspirant-se en l'enfortiment dels ja existents.

- Tensionant els espais culturals amb models mercantilistes perquè canviïn els seus valors
- Tensionant a l'administració pública perquè aposti pel gran ventall de projectes contraculturals a la ciutat.

El desenvolupament d'aquesta idea ha donat peu al l'estudi de la creació inicial d'aquest projecte que es planteja des de la forma jurídica de la cooperativa no només perquè sorgeixi del treball plantejat des d'un pool cooperatiu, sino perquè els valors assignats a aquest projecte ens aboquen a aquest format jurídic. Multiplicar l'activitat econòmica des de la desmercantilització i un model no lucratiu és un dels exemples de valors que m'han portat a plantejar el projecte en aquest àmbit de l'economia social i solidària.

El potencial social d'aquest projecte, d'enxarxament, de suport mutu, de transformació de la realitat actual amb una mirada no lucrativa, és el que li dóna força. Però això no vol dir que no estigui plantejant un projecte que s'ha de sostenir econòmicament i també generar llocs de feina per revertir socialment també en aquest àmbit de l'ocupació.

És necessari que en aquestes conclusions deixi espai per a la explicacions de dos qüestions significatives:

- La primera, el motiu pel que l'organigrama, que defineix el model de governança intern, l'he definit com a proposta inicial i no com a proposta tancada. I el cas és que es tracta d'un projecte que no pot venir predefinit a l'hora de plantejar-lo i presentar la proposta als agents culturals de la ciutat, perquè la construcció col·lectiva és la base del bon funcionament. Així doncs, partir d'una primera base, en la que es posa el focus en un model de governança democràtic, sense plantejar grans floritures, ajuda primera a una bona recepció, i segon a destinar menys recursos i temps a una organització massa complexa.
- La segona, la viabilitat del projecte. En la fase incipient d'aquest projecte he fet algunes reflexions sobre la forma de sostenibilitat econòmica de projecte, però desenvolupar-la sense conèixer el nivell d'implicació dels agents tantejats m'ha semblat totalment irreal.

I per últim, m'agradaria finalitzar destacant els beneficis socials que aquest mitjà de difusió pot aportar a la ciutat de Sabadell. Tothom coneix el concepte del poder curatiu de les arts, i jo ho vull destacar ja que gràcies a plantejaments com el projecte CulturESS apropem més la cultura a les persones i això provoca un benestar que no es pot comptabilitzar econòmicament però sí socialment. D'altra banda, la restauració de la salut cultural és un eix prioritari per garantir la part social d'una societat

Tenint en compte el concepte de cultura comunitaria voldria acabar aquest apartat afirmant que tenim un gran repte com a societat per impulsar i garantir una cultura crítica i transformadora i això passa per establir aliances entre el món de la cultura i el de l'economia social i solidària per tal de poder avançar i assolir un mapa complet contracultural a la ciutat pel que treballar.

6. Bibliografia de consulta

Casacuberta, J. (2006) «Desenvolupament cultural comunitari, presentació en societat». *Quaderns d'Educació Social* núm 8. p. 141-147,
Recuperat Juny 6, 2024 de:
<https://raco.cat/index.php/QuadernsEducacioSocial/article/view/347946/439133>

Fraser, N. (2023) *Capitalisme Canibal*
Recuperat Juny 6, 2024

Pessarrodona, M.(2005) *Mercè Rodoreda i el seu temps*
Recuperat Juny 6, 2024

Ojeda H., Urbano, X. (2015) - *Cultura i gestió comunitària. Públic significa "de la comunitat", no "del govern"*.
Recuperat Juny 6, 2024 de:
<https://interaccio.diba.cat/CIDOC/blogs/2015/cultura-gestio-comunitaria-public-significa-comunitat-no-del-govern>

La Mirada (2002) *La colla de Sabadell entre el Noucentisme i l'avantguarda*.
Recuperat Juny 6, 2024

Estudis citats

2022, Artibarrí. Enfortim les arts comunitàries
Recuperat Juny 6, 2024 de:
https://artibarrí.cat/wp-content/uploads/2022/03/enfortim_les_arts_comunitaries-1-1.pdf

Webs consultades

100 anys de la colla de Sabadell (2017)
Recuperat Juny 6, 2024 de:
<https://viewer.joomag.com/colla-de-sabadell-opuscle-100-anys-opuscle-colla-sabadell/0703840001554899505?short>

GENCAT VISITMUSEUM (2024) "Cartell de l'exposició 'Art Nou català', Feliu Elias (1910)"
Recuperat Juny 6, 2024 de:
<https://visitmuseum.gencat.cat/ca/museu/museu-d-art-de-sabadell/objecte/cartell-de-l-exposicio-art-no-u-catala-feliu-elias-1910>

LA TRAÇA CULTURAL
Recuperat Juny 6, 2024 de:
<https://xn--latraacultural-kjb.cat/>

ORDINT LA TRAMA
Recuperat Juny 6, 2024 de:
<https://ordintlagrama2punt0.blogspot.com/>

IDESCAT
Recuperat Juny 6, 2024 de:
<https://www.idescat.cat/emex/?id=081878>

2024, Pressupost ajuntament de Sabadell
Recuperat Juny 6, 2024 de:
https://web.sabadell.cat/images/Infoseu/Pressupost/2024/DadesPressupost2024/Aplicacions_de_despeses_ordenades_per_organic.pdf