

TREBALL D'INVESTIGACIÓ

L'oferta cultural de les festes de la Mercè representa els interessos culturals de la diversitat de públics que habiten a Barcelona?



Equip d'investigació:

Carla Jordà

Iván Jimenez

Lucía Zovich

Raúl Berninches

Màster en Gestió Cultural

Sectors i Actors Culturals

Universitat de Barcelona - IL3

Prof.: Lluís Bonet

Febrer 2021

ÍNDEX

1.	Introducció.....	Pág. 2
2.	Antecedents i contextualització de les festes de la Mercè.....	Pág. 4
3.	Metodologia.....	Pág. 6
4.	Dades i avaluació del context local i sectorial.....	Pág. 7
5.	Anàlisi de dades.....	Pág. 10
6.	Conclusions. La Mercè, en crisi?.....	Pág. 14
7.	Bibliografia.....	Pág. 15

La Mercè, vehicle de la tradició catalana a través de la seva oferta cultural, s'analitza en aquesta investigació per a indagar si respon o no als interessos de la diversitat de públics que habiten Barcelona. La tradició ha de repensar-se? Quins són els ingredients que poden fer-la entrar en crisi o sostenir el seu model? Quin lloc ocupa la participació ciutadana en la seva proposta? Trobareu aquí la nostra reflexió i respostes.

1. INTRODUCCIÓ

Les polítiques culturals de qualsevol govern estableixen diferents estratègies per a posicionar el sector cultural del seu territori. Aquestes estratègies s'haurien de definir a partir de, entre altres punts, l'anàlisi de les necessitats i demandes de la seva població. Entenent que a Espanya les polítiques han anat evolucionant cap a una democràcia cultural, la ciutadania passa a ser un agent participatiu més en la cadena de valor de qualsevol subsector cultural i, per tant, totes les polítiques públiques haurien d'estar lligades a l'interès social.

En els últims anys, la majoria de localitats espanyoles ha vist créixer la seva població en diversitat i multiculturalitat. Veïns i veïnes de diferents ètnies, religions, orígens, costums o cultures conviuen en la mateixa ciutat o poble i accedeixen a la mateixa oferta cultural pública. No obstant això, pot ser que no tots els nivells de govern estiguin donant cabuda a aquesta nova societat diversa dins de la seva democràcia cultural.

En el marc d'aquesta hipòtesi ens centrem en la ciutat de Barcelona, un punt en comú entre tots els integrants d'aquest grup de treball. La capital catalana és una de les localitats més multiculturals del país i un epicentre cultural. L'Ajuntament de Barcelona és el nivell de govern que més despesa pública cultural inverteix en el municipi i canalitza la gestió a través del Institut de Cultura de Barcelona (ICUB). Al 2019 i des d'aquesta mateixa institució, es va elaborar el pla d'accions "Cap a una política pública de cultura i educació" on s'estableix l'objectiu de reduir les desigualtats existents en el dret de participació en la vida cultural de la ciutat.

El ICUB dona suport i subvenciona centenars d'activitats a Barcelona creant un gran teixit cultural, però també organitza els seus propis esdeveniments públics, entre els quals destaca les festes de la Mercè. Es tracta de les festes patronals de la localitat catalana i un dels majors esdeveniments públics de l'any amb activitats de totes les disciplines culturals que reuneix fins a un milió i mig d'assistents.

Seguint aquesta línia, l'objecte que ha guiat aquesta investigació es qüestiona si l'oferta cultural de les festes de la Mercè representa els interessos culturals de la diversitat de públics que habiten a Barcelona.

Ens preguntem si en el seu “festival de festivals”, com anomenen a les festes de la Mercè, es té en compte aquest valor estratègic de govern i si s'apliquen les mesures del seu pla d'acció.

Per a intentar respondre a aquesta pregunta, els objectius que ens hem proposat tenen a veure amb: indagar la correlació existent entre l'oferta cultural de les festes i la diversitat de públics que existeix a Barcelona; explorar la percepció d'alguns responsables que han treballat o treballen en l'esdeveniment respecte a la seva oferta cultural; i analitzar el tipus de participació ciutadana que contemplen els realitzadors per a la creació del programa.

D'aquesta manera, el nostre interès se centra en com es representa la diversitat social i cultural de la ciutat en les seves festes patronals i si és possible fer-ho des de la participació ciutadana. La investigació s'obre sota la hipòtesi que els nivells de govern implicats en la política pública de la ciutat tendeixen a la teorització de la democràcia cultural i la igualtat social però les seves pròpies institucions topen amb les dificultats d'una gestió cultural per i per a tots. A més, com a usuaris d'aquestes festes, detectem una tendència cap a l'homogeneïtzació cultural catalana sense reparar que vivim en un context multicultural i divers.

Tenint en compte els antecedents de les festes i esdeveniments culturals de Barcelona i totes les dades possibles sobre les polítiques aplicades en aquest sector, respondrem a la pregunta: estan tots els interessos culturals de la ciutadania representats en l'oferta cultural de la Mercè?

2. ANTECEDENTS I CONTEXTUALITZACIÓ DE LES FESTES DE LA MERCÈ

2.1. Sobre els seus orígens religiosos i el seu salt a Festa Major

Diu la llegenda que la nit del 24 de setembre de 1218, la Mare de Déu de la Mercè s'aparegué simultàniament al rei Jaume I, a Sant Pere Nolasc i Sant Ramon de Penyafort i els encomanà que constituïssin un ordre religiós per rescatar els cristians ostatges a terres sarraïnes. Eren temps de guerra religiosa.

Segles més tard, al 1687, Barcelona va patir una plaga terrible de llagostes i el poble invocà la protecció a la Mare de Déu de la Mercè. Acabada la plaga, el Consell de la Ciutat la va proclamar patrona de la diòcesi, tot i que aquesta decisió no es va ratificar de manera oficial pel Papa fins dos segles més tard, al 1868.

Després que el Papa Pius IX declarés la Mare de Déu de la Mercè patrona de la ciutat, Barcelona va començar a celebrar les festes al setembre. La Mercè va prendre volada l'any 1902, quan sota l'impuls de Francesc Cambó, es va celebrar una Festa Major que es convertí en model de les que encara avui tenen lloc a tot Catalunya. De totes maneres, la història de la Mercè patiria molts alts i baixos que s'estengueren després de la guerra civil i durant els anys del franquisme.

La Mercè és la festa major de la ciutat de Barcelona, la qual es celebra al voltant del 24 de setembre, festivitat de la Mare de Déu de la Mercè. Dura prop d'una setmana i té lloc a diferents espais públics de la ciutat. Tenen una forta presència els cercaviles de tot tipus, un dels actes tradicionals més antics de la ciutat, emparentats amb les processons de Corpus que ja trobem documentades als segles XV i XVI.

Les festes de la Mercè així com les coneixem avui neixen amb la transició espanyola, quan l'Ajuntament de Barcelona decideix de transformar totalment la festa major de la ciutat en una celebració en què les mostres de cultura popular i la ciutadania prenguessin el carrer de manera lúdica. Per això va encomanar la tasca de dissenyar la festa a un grup reduït d'activistes culturals, que prengué com a model les celebracions tradicionals de viles veïnes que encara es mantenen, sobretot del Garraf i el Penedès. Els barcelonins acceptaren amb entusiasme aquest model festiu, que s'ha anat consolidant durant els darrers trenta anys.

Paral·lelament a aquesta maniobra de recuperació de la festa, han anat sorgint a la ciutat col·lectius de geganters, bestiari, bastoners, castellers, diables, formacions de música tradicional, etc. A poc a poc, s'han anat recuperant danses, rituals i figures que avui ja són imprescindibles de la festa.

Amb l'arribada de la democràcia, la Mercè va assolir el caràcter de festa autènticament popular, gràcies a la col·laboració d'entitats de tota la ciutat. Avui, la Mercè és una festa que ocupa festivament un gran nombre d'espais públics amb una programació centrada en la cultura mediterrània. En menys d'una setmana, Barcelona aplega una programació ingent que ens obligarà a triar entre arts de carrer, desfilades, concerts, balls tradicionals i pirotècnia, entre d'altres.

2.2. Impregnada de tradició catalana

Les activitats més tradicionals de la Mercè són, en realitat, un compendi de la cultura popular de tota Catalunya. Hi apareix la sardana gironina, els castellers i els diables del cap de Tarragona, les danses que encara avui es mantenen vives per tota la geografia catalana. La gran especialitat barcelonina són els cercaviles, emparentades amb les lluides processons que fa segles es celebraven amb motiu dels Corpus. Del passat al futur, les tradicions conformen un dels pilars de la Festa Major de Barcelona, La Mercè, una celebració amb més de dos-cents anys d'història.

Actualment, la Festa Major reuneix anualment entre 1,5 i 2 milions de persones de totes les condicions al voltant de diferents activitats culturals, turístiques i festives, sent la festa més multitudinària de totes les que es celebren a Barcelona. Propostes de carrer i aconteixements de gran format, entre dansa, circ, teatre i música, formen el conglomerat d'activitats d'un aconteixement de grans dimensions.

Actualment la Festa Major de Barcelona pretén ser també el mirall de la personalitat de la ciutat que a la vegada es renova i és integradora, incorporant nous elements que van teixint la seva pròpia identitat mitjançant la combinació de tradició i innovació, localitat i contemporaneïtat. Així doncs, la Mercè, amb aquest discurs integrador, busca apropar els mateixos barcelonins i barcelonines a les diverses expressions amb les qual conviuen.

3. METODOLOGIA

La metodologia que hem dut a terme ha sigut qualitativa i quantitativa.

L'entrevista, per un costat, ha tingut un paper fonamental. En primer lloc, vam dur a terme una entrevista a Daniel Gelabert Muntané. Daniel té una gran responsabilitat dins de les festes de la Mercè: és el cap del departament de Festes, Tradicions i Festivals. S'encarrega d'una direcció executiva i té tres anys d'experiència en aquest càrrec.

En segon lloc, vam fer una entrevista a Konstanze Müller, representant del departament de Comunicació de la Mercè. Ambdues persones, des del nostre punt de vista, són clau dins de l'organització i per això considerem que era una bona iniciativa entrevistar-los. Finalment vam complementar aquest cicle d'entrevistes amb Esteve León, Vicepresident de Tradicionaris i membre del comitè que va realitzar la primera festa de la Mercè.

Ambdues persones ens van permetre conèixer com funciona a nivell intern aquest festival i quins són els seus objectius, necessitats i la situació actual. Considerem que l'entrevista aporta un punt de vista molt útil i crític per la investigació perquè ningú coneix millor la institució que qui forma part d'aquesta. L'objectiu consisteix en conèixer a través d'ells en profunditat la situació de les festes de la Mercè. Més concretament, ens hem centrat en els punts de comunicació, xarxes socials, oferta cultural, públics i el plantejament de les passades edicions. El motiu d'aquest enfocament es basa en que creiem que aquests temes en concret tenen una major rellevància de cara al treball, d'acord amb els objectius establerts.

Per altra banda, el qüestionari també ha sigut un pilar fonamental en aquest treball. En un principi vam considerar la idea de realitzar nosaltres mateixos el qüestionari i analitzar les respostes de persones properes a nosaltres, del nostre entorn. Però, després de contactar amb el CERC (Centre d'Estudis i Recursos Culturals) aquesta idea principal va canviar. A través d'aquest organisme ens va ser molt fàcil accedir a molta informació útil per nosaltres, per exemple un qüestionari sobre les festes de la Mercè. Els temes per tractar eren diversos, principalment entorn a l'oferta cultural. Ens va semblar molt més interessant analitzar aquests qüestionaris de qualitat ja existents que dur a terme un qüestionari més simple al nostre entorn. Els qüestionaris ens van aportar informació molt interessant ja que tracten temes d'oferta cultural, públics i participació. A través d'aquests vam observar l'opinió sincera de la població davant els diversos temes de les festes de la Mercè.

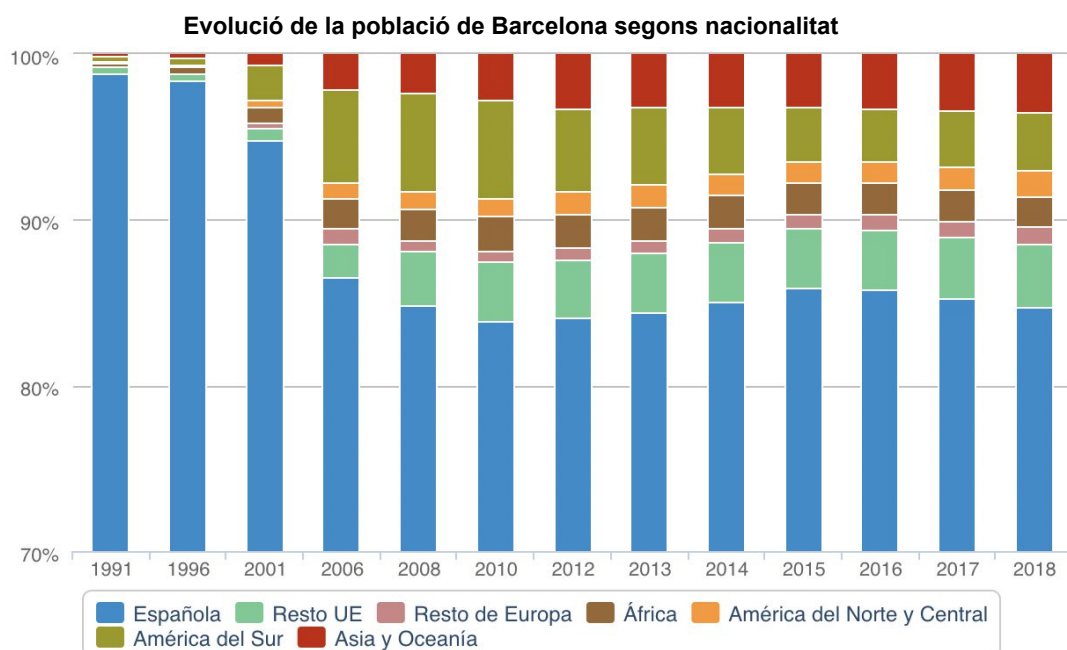
Per acabar, hem realitzat un doble anàlisi. En primer lloc, un anàlisi comparatiu dels programes. En segon lloc, un anàlisi de les xarxes socials. Els dos anàlisis ens han servit per, a través de la nostra metodologia, estudiar aquests dos pilars fonamentals de la festa de la Mercè i extreure diferents resultats per la investigació.

En definitiva, amb aquesta metodologia hem tingut com objectiu analitzar d'una manera crítica la situació del festival i si es satisfan les necessitats del públic. Considerem que tant les entrevistes com el qüestionari ens han aportat els medis necessaris per poder dur a terme la nostra investigació.

4. DADES I AVALUACIÓ DEL CONTEXT LOCAL I SECTORIAL

4.1. Barcelona, ciutat diversa

La ciutat de Barcelona compta amb una població de 1.664.162 habitants al 2020, sent la segona localitat més poblada d'Espanya i la desena de l'Unió Europea. Capital de Catalunya i seu de milers de congressos i activitats de tots els sectors estratègics, el seu ajuntament la defineix com "una ciutat plural en la qual hi conviuen persones d'orígens cultures i creences religioses diverses". L'objectiu de les polítiques públiques de l'actual consistori tenen com a objectiu la promoció i el foment d'un model de ciutat diversa, intercultural i polièdrica. Apostant per la cohesió social i cultural de la ciutadania, l'administració local desenvolupa estratègies per impulsar la interculturalitat, el feminisme i els drets LGTBI, el diàleg interreligiós, els drets socials i la protecció del medi ambient.



Fuente: Idescat

4.2. Dades quantitatives d'interès

Al 2017 l'Observatori de Dades Culturals de Barcelona va publicar l'informe anual, al qual es desgranaven dades, indicadors i informacions sobre la realitat cultural de la ciutat.

D'aquesta manera, constatem que la Mercè és la festa més multitudinària de la ciutat i que al 2016 va reunir 1.263.005 persones. Si entrem en detalls, l'apartat que va tenir més públic fou el musical (271.382), amb 56.950 assistents al festival Barcelona Acció Musical i 214.432 a la resta de concerts de tots els estils que per festa major omplen la ciutat.

Pel que fa a l'apartat de tradicions, els actes de cultura popular atrauen un total de 250.348 persones. Les activitats més concorregudes son la cavalcada de la Mercè i el correfoc, cadascun amb uns 80.000 assistents aproximadament.

Els segueixen les dues actuacions castelleres que tenen lloc a la Plaça Sant Jaume amb 34.450 assistents. La resta d'actes de cultura popular es reuneixen sota el títol genèric anomenat itineràncies tradicionals, a les quals hi van assistir unes 55.898 persones.

Després d'aquests apartats, el següent que va congrega més públic va ser el festival Mercè Arts de Carrer (228.946), que té lloc en diferents espais de la ciutat i que programa diferents propostes de circ, teatre de petit format, espectacles infantils i dansa. El segueixen activitats molt típiques de la Mercè, com per exemple el piromusical (90.000), l'exhibició pirotècnica (30.400) i els mappings i projeccions de gran format (50.640).

4.3. Participació en xifres

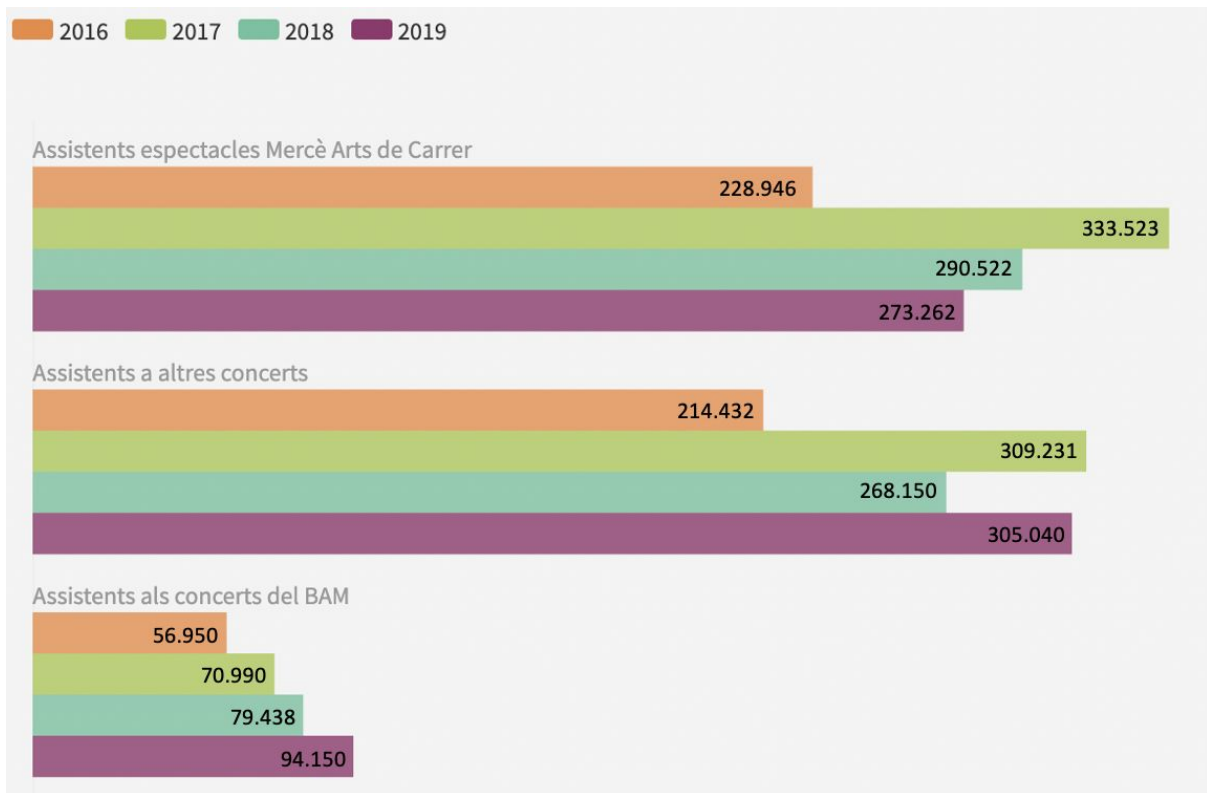
Per a l'elaboració d'aquest treball hem analitzat les dades obtingudes en diferents estudis, les quals ens han permès veure l'evolució, els públics i la participació als diferents actes que integren el conglomerat de les "Festes de la Mercè".

Número assistents a les festes de la Mercè 1

	2010	2015	2016	2017	2018	2019
Festa La Mercè	1.418.292	1.808.304	1.263.005	1.491.846	1.393.067	1.371.757
Piromusical	150.000	106.000	90.000	95.000	90.000	90.000
Correfoc	80.000	80.000	80.000	90.000	90.000	78.000
Exhibició pirotècnica	42.000	35.800	30.400	42.000	30.000	22.500
Cavalcada de la Mercè	110.000	90.000	80.000	80.000	65.000	70.000
MAC. Mercè Arts de Carrer	153.084	484.805	228.946	333.523	290.522	273.262
BAM. Barcelona Acció Musical	167.920	76.750	56.950	70.990	79.438	94.150
Altres concerts	257.646	223.348	214.432	309.231	268.150	305.040
Mappings i projeccions de gran format	33.350	69.600	50.640	61.078	85.369	88.275
Portes obertes museus i altres centres	145.469	178.103	167.192	155.975	132.745	120.243
Resta d'espais i altres activitats	155.673	396.148	208.547	193.799	187.443	162.387
Itineràncies tradicionals	123.150	67.750	55.898	60.250	74.400	67.900
Altres festes						
Cavalcada de Reis	350.000	600.000	600.000	600.000	600.000	750.000
Festa de la Ciència	14.000	15.000	11.000	15.000	20.000	15.000
Nit dels Museus	93.403	137.363	179.066	159.209	180.899	170.000

Fuente: Ajuntament de Barcelona. Institut de Cultura. Observatori de Dades Culturals

Número assistents a les festes de la Mercè 2



Fuente: Observatori de Dades Culturals de Barcelona

Les fonts que s'han utilitzat han estat el CERC (Centre d'Estudis i Recursos Culturals), així com el document *Cultura i desigualtat a Barcelona*, Indicadors i reflexions per al debat i la investigació sobre la participació cultural, elaborat pel grup de treball sobre cultura i desigualtat a Barcelona al gener de 2019.

Una altra font d'informació l'hem trobat a les enquestes de participació cultural de l'Ajuntament de Barcelona, així com al "Observatori de Dades Culturals de Barcelona" i el Centre de Documentació de l'Ajuntament de Barcelona.

També s'han dut a terme entrevistes a diferents agents que participen o han participat en l'organització de les Festes, les quals ens han permès obtenir informació des de diferents perspectives, per poder dur a terme el posterior anàlisi en relació a l'evolució que s'ha produït als públics de les diverses edicions, en funció de la programació.

5. ANÀLISI DE DADES

5.1. Pensar la Mercè en temps i espais globalitzats

“El temps elimina i crea tradicions”, comenta Esteve León, vicepresident del Centre Artesà Tradicionàrius i un dels integrants de la comissió que va pensar la primera festa de la Mercè al 1979. El que es buscava en aquell moment era materialitzar la tradició i “la recuperació del carrer a nivell simbòlic després de la dictadura”.

Més de 40 anys després, la disputa entre el sentit global, el local i l'heterogeneïtat de públics que habiten avui la cosmopolita Barcelona, es posen sobre la taula a l'hora de qüestionar-nos sobre com adaptar i/o innovar una festa que pretén interpel·lar al públic general que habita la ciutat.

Sobre aquest tema, Daniel Gelabert Muntané, Cap del Departament de Festes, Tradicions i Festivals des de fa més de tres anys, ens comenta que avui, l'objectiu d'aquesta celebració és “mantenir, activar i promoure els actes culturals de la ciutat a l'entorn de les festes, tant del teixit social associatiu cultural com del teixit artístic de les arts en viu. L'objectiu és promoure una vivència a la ciutadania que creï vincles amb la ciutat”.

Clarament la tradició, a través de la proposta cultural que implica la Mercè, juga un paper fonamental a l'hora de generar vincles de pertinença amb el territori.

5.1.1. L'oferta cultural: feta per o per a tots?

Analitzant el contingut de l'oferta cultural de la Mercè en els últims anys, observem similituds que apelen a l'arrel de les tradicions catalanes i pròpies d'aquesta festa, com és el cas dels pregons, les sardanes, el repic de campanes i les actuacions de bandes municipals. Per part seva, l'estructura bàsica també es sosté, dividint els esdeveniments en tres àrees: MAC, BAM i Cultura Popular, a més del famós piromusical.

Així mateix, el pas del temps ha anat incorporant artistes de caràcter més *mainstream* a aquest esdeveniment que s'ha tornat cada vegada més multitudinari, encara que a diferència d'edicions anteriors, la versió 2020 ha sumat talents musicals emergents per al sector juvenil, activitats esportives i presència de nous artistes catalans a la ràdio oficial de les festes.

Com a exemples de música emergent en la festa de l'any passat es poden destacar a la jove cantant Suu o grups com Tribade o The New Raemon, entre altres. Suu, és una cantant catalana que, a través de les xarxes socials, ha anat arribant cada vegada a més joves i ha aconseguit aparèixer en grans esdeveniments.

La programació del 2019, va oferir en canvi una escena molt més *mainstream*: Carlos Sadness, la Casa Azul, Dorian. Tots són artistes consagrats de la música indie i referents en el seu gènere. La Casa Azul, per exemple, porta vint anys de festival en

festival. El mateix succeeix amb el grup Dorian. Carlos Sadness, per part seva, és una figura molt present en festivals de gènere indie o pop. La realitat és que observant aquestes característiques és un fet l'absència de grups més petits i independents. En definitiva, en les edicions anteriors a 2020 s'aprecia menys artistes emergents.

Els criteris de selecció de les bandes, artistes o tallers són determinats pels especialistes responsables per cadascun dels tres blocs del festival, els quals prèviament van establir en un paraigua general la diversitat de públics com “un dels paràmetres essencials de la programació de la Mercè”, en paraules de Gelabert.

“La programació ha de ser el més eclèctica possible, dins de la línia que s'hagi determinat i abastar a tots els segments de la ciutadania que s'ha de sentir representada. És una festa popular i oberta al públic de diferents edats, gèneres, procedències i cultures”, comenta per la seva part Sònia Almeda Ibañez, Cap de RRPP de l'Institut de Cultura de Barcelona entre 2002 i 2007 i involucrada en l'esdeveniment de la Mercè durant aquests anys. Precisament “és des de la direcció artística i de programació”, ens comenta Konstanze Müller, actual responsable de comunicació de la Mercè, “que decideixen algunes estratègies inclusives i multiculturals” com la ciutat internacional convidada de cada edició, les persones encarregades del pregó o artistes convidats.

Per part seva, la producció de l'esdeveniment, segons ens comenta Àngels Perea González, Responsable de l'Espai i Regidora de l'esdeveniment entre 2009 i 2018, inclou també la tècnica i coordinació de diferents equips: funcionaris administratius i jurídics, artistes, responsables dels equips que acullen les diferents activitats i dels espais de programació, regidors, tècnics de muntatge, llum i so, audiovisuals; logística, servei d'àpats, seguretat, transport, premsa, protocol, policia, neteja, entre altres.

Pel que sembla, aquests equips es troben a la disposició dels creadors conceptuals com a servei complementari i no integral de l'esdeveniment, és a dir, com a agents dins de la cadena de valor que fan possible la realització del mateix però no contribueixen al moment de pensar-lo conceptualment o com a perfils habilitats per a donar el seu feedback respecte al contingut i posada en marxa en el qual treballen any rere any.

Per cert, si bé fins aquí el que hem trobat són propostes que es van actualitzant en funció d'una intenció clara per intentar captar a diferents audiències, la realitat és que existeix molt poca claredat sobre el que “públics diversos” significa.

En preguntar-li a les persones entrevistades a qui va dirigit aquest esdeveniment i com segmenten a aquests grups, s'estableix un ideal de “públic divers de la ciutat de Barcelona” que esvaeix paràmetres necessaris a l'hora de dissenyar i seleccionar les propostes artístiques, al mateix temps que torna molt difícil realitzar una avaluació posterior sobre els nivells de participació ciutadana en l'esdeveniment, convertint els resultats en mers percentatges d'assistència a cadascuna de les activitats.

Aquest treball fragmentat ocasiona, per exemple, que el departament de comunicació no formi part d'algunes reunions clau com la definició i claredat del públic objectiu o el posicionament de cada edició, per la qual cosa l'estratègia de comunicació queda diluïda en un pla d'accions merament informatiu que acata ordres de direcció.

Complementàriament i com a contrast, cal destacar l'important paper que tenen moltes associacions culturals de la ciutat en el programa paral·lel de les festes. Cada any se celebra en el marc de la Mercè l'Associat a la Festa on més de dues-centes setanta-cinc entitats de tots els barris s'uneixen per a organitzar activitats amb l'objectiu de "contribuir en el creixement dels projectes associatius, i donar visibilitat a la important tasca d'aquests ecosistemes comunitaris". Un teixit cultural clau per a fomentar la participació de públics diversos i crear espais més inclusius i multiculturalment dins de les festes més enllà de la pròpia organització.

Aquest projecte ja porta quatre edicions i es coprodueix des de la Direcció de Serveis d'Acció Comunitària de l'Ajuntament de Barcelona, juntament amb totes les entitats participants, que són les que autogestionen les activitats del programa de l'Associat; també col·labora l'Institut de Cultura de Barcelona (ICUB) i altres departaments municipals.

Per exemple, en l'edició de 2019, aquestes associacions van organitzar dinàmiques sota les temàtiques de drets humans, interculturalitat, gènere i diversitat sexual i justícia climàtica.

5.2. La participació "numérica" ciutadana de les Festes

Encara que la Mercè està pensada per la ciutadania de Barcelona i centra les seves campanyes de promoció i comunicació dins dels límits de la capital, la realitat és que fa ja alguns anys que no solament és motiu turístic sinó que també inclou a tota la regió metropolitana i confrontant de la ciutat.

Segons un informe de resultats de *L'òmnibus* de GESOP, el nivell d'assistents entre 2016 i 2017 va caure de 870 mil a 675 mil, és a dir, quasi 100.000 persones van perdre l'interès en l'esdeveniment en solament un any.

Complementàriament, l'Observatori de Dades Culturals de Barcelona ens mostra com de 2016 a 2019, ha anat disminuint l'interès a la part d'Arts de Carrer, en contraposició a la part de concerts i del BAM, arribant a 305.040 i 94.150 assistents respectivament. Finalment la taula comparativa d'assistència entre 2010 i 2019¹ reflexa un decreixement de participació a la majoria de les activitats de la Festa, inclòs l'atractiu final pirotècnic.

Per la seva part, i prestant atenció al context de pandèmia, les dades del 2020 que va proporcionar Premsa de l'Institut de Cultura de Barcelona van ser de un total de 66 mil assistents als esdeveniments presencials programats baix el protocol COVID-19 i 570 mil seguidors de les festes a través de la TV i RRSS.

Els nivells de participació entre els tres sectors de la Mercè, guarden una estreta relació amb la quantitat de localitats oferides per temàtica, representant un 46% per espectacles familiars, un 49% per musicals i un 5% per actuacions de cultura popular.

¹ Veure apartat 4.3 Participació en xifres: Taula *Número assistents a les Festes de la Mercè 1*.

Ara bé, aquí la participació ciutadana es redueix a l'assistència concreta a aquestes Festes. Ni a la lectura dels resultats ni a la menció dels entrevistats o incloent als mitjans de comunicació l'esdeveniment, es mostra un espai obert a les propostes de millora dels ciutadans exceptuan per l'*Associa't a la festa* que funciona com un bloc apart.

L'espai de decisió i debat queda de manera privada dins de l'organització i els ciutadans segueixen sent receptors d'una oferta cultural prou general per agradar i representar a tots.

Tal com es menciona al treball de Cultura i Desigualtat a Barcelona: "Per entendre les desigualtats a l'àmbit cultura, s'ha que conèixer qui pot formar part dels processos i espais de les decisions sobre l'activitat cultural promoguda per l'administració" (BARBIERI:2019;4).

En aquest sentit, l'estratègia de descentralització de les festes pels diferents barris i les propostes de les associacions civils són les que aporten una programació distintiva i més territorial però a la vegada, però d'aquesta poc es mesura o es reprèn per alimentar o repensar els blocs més importants d'aquest esdeveniment. De fet, no és una cosa que es mencioni dins de les entrevistes realitzades als realitzadors.

Tot i això, val la pena remarcar que la filosofia de l'*Associa't a la festa* és ser un espai de dinamització i enfortiment del treball comunitari i teixit associatiu de Barcelona i que particularment per les Festes de la Mercè realitza una programació particular feta per i pels veïns, desenvolupant-se principalment a Plaça Catalunya. A més a més, encara que té canals de comunicació disponibles com les xarxes socials de Barcelona Cultura (coordinades pel ICUB) per mesurar el pols dels principals assistents, és a dir joves estudiants d'entre 16 i 29 anys, "l'objectiu principal és que la ciutadania de Barcelona conegui el programa i descobreixi coses noves a cada edició de la Mercè", aclara Müller, on va remarcar també que la interacció queda relegada.

En canvi, també al·lega la decisió política de que aquesta Festa no compti amb les seves pròpies xarxes socials és una qüestió que pot difuminar el públic objectiu de les festes a cada canal i relega la comunicació específica a una estratègia general del departament de Cultura de la ciutat. Tot i així, els perfils de "Barcelona Cultura" gaudeixen de gran popularitat a Internet amb més de 250.000 seguidors a Facebook i Twitter i fins 150.000 a Instagram.

Tot i això, a l'edició de 2020 i durant el mes de setembre, es van fer seixanta quatre publicacions amb imatges o vídeos sobre el programa de les festes, artistes participants, retransmissions en directe i qüestionaris interactius; amb una mitja de 1.500 likes. Una xifra molt allunyada del número d'assistents que tenen les festes de la Mercè i un reflexe de la desconexió comunicativa amb el públic més jove i participatiu.

6. CONCLUSIONS: LA MERCÈ EN CRISI?

Ha arribat el moment de pensar en el futur de la tradició en conjunt amb els seus protagonistes: la ciutadania. L'oferta cultural d'aquest esdeveniment multitudinari ha entrat en un procés d'inèrcia que s'actualitza molt lentament i gairebé com resposta automàtica als nivells d'assistència que té cada any.

La pregunta per l'interès de la gent no existeix, la intenció de fer-ho tampoc. Conceptualitzar i produir, a base de prova i error, sense entendre en profunditat a qui volem arribar, qui concorre realment i a qui estem deixant completament a banda, són respostes necessàries que necessiten buscar si el que realment volem és generar vincles genuïns i sentit de pertinença, a través de la tradició amb el territori.

Aquesta reflexió ens fa entendre que actualment l'oferta cultural de les Festes no reflexa els interessos de la diversitat de públics que existeixen avui a la ciutat sino que la seva oferta s'actualitza o es repeteix segons com es tradueixen els números de taquilla.

Els canvis generacionals no solament viuen fora sinó dins de la producció de l'esdeveniment. Els administratius funcionals d'aquest i molts més festivals ja entren a la recta final de les seves intervencions, on esperen que ara els joves adquireixin un major protagonisme i obrin el joc a la resta de ciutadans. Cada vegada la societat és més diversa i dinàmica i això s'ha de reflectir a l'oferta cultural de la Mercè.

Si solament ens reduïm a nivells de participació, la crisi de participació ciutadana a la Mercè és una realitat. És necessari innovar donant pas a les noves generacions, a les noves identitats culturals i disciplines artístiques, també a noves formes de gestió. Avui no es pot concebre la innovació a cultura sense una democràcia cultural que inclogui a la taula de decisions la programació, les veus diverses dels habitants de Barcelona.

De moment, la inclusió de les associacions culturals locals és el punt de partida inicial que la Mercè pot reforçar per començar a incloure els seus coneixements i mètriques quan arriba el moment d'organitzar la programació completa de l'esdeveniment. Amb cada edició, aquestes entitats afegeixen al seus espais activitats que donen força a una cohesió cultural i interculturalitat genuïna que defineix tant a la ciutat de Barcelona.

Al mateix temps, l'ICUB ha de donar suport i potenciar el teixit associatiu de la ciutat però, a més a més, ha d'assegurar que convergeixin associacions de tots els barris, cultures, ètnies, disciplines i edats a la vegada que deu anar democratitzant cada vegada més la seva pròpia proposta pública per cada edició amb una base sòlida d'informes de participació que indagui els nivells de participació ciutadana quan arribi el moment de pensar i realitzar l'esdeveniment, així com una valoració pormenoritzada dels diferents segments que participen a cada edició. Aquest treball permetrà també abordar la comunicació de l'esdeveniment de manera estratègica i de principi a fi, on la identificació clara d'aquests segments es tradueixi des d'una oferta acord fins una campanya de difusió i interacció eficaç.

Aquests exercicis sumats a una reflexió profunda sobre les tradicions poden ajudar a què la Mercè no entri en una crisi total. Qüestions del context extern com la pandèmia també l'han ajudat de manera forçada a replantejar-se, donant resultats interessants com "la Mercè als barris", descentralitzant la proposta i retornant part del seu esperit original a la seva gent.

7. BIBLIOGRAFIA

L'ÒMNIBUS DE GESOP (2017), Informe de Resultats, Festes de la Mercè 2017.

ANUARI ESTADÍSTIC DE LA CIUTAT DE BARCELONA (2020), publicació de l'Ajuntament de Barcelona. Oficina Municipal de Dades. Departament d'Estadística i Difusió de Dades.

MESURA DE GOVERN I PLA D'ACCIONS: CAP A UNA POLÍTICA PÚBLICA DE CULTURA I EDUCACIÓ (2019), publicació de l'Ajuntament de Barcelona.

GRUP DE TREBALL SOBRE CULTURA I DESIGUALTAT A BARCELONA (2019), Cultura i desigualtat a Barcelona.

DIARI ARA (2020), "Una Mercè atípica amb un absentisme del 33%". Pàgina 15.

DIARI EL PUNT AVUI (2020), "La Mercè clou l'edició més atípica sense incidents". Pàgina 10.

PREMSA INSTITUT DE CULTURA DE BARCELONA - ICUB (2020), "La Mercè 2020, tres dies de compromís amb la ciutat i la cultura".

7.1. Webs consultades:

OBSERVATORI DADES CULTURALS BARCELONA (2019), Ajuntament de Barcelona. Recuperat de <https://barcelonadadescultura.bcn.cat/festes/dades/?lang=es>

HISTÒRIA DE LA MERCÈ. Ajuntament de Barcelona. (2019). Recuperat de <https://www.barcelona.cat/lamerce/ca/historia>

PLA D'ACCIÓ, BARCELONA CIUTAT DIVERSA (2019), Ajuntament de Barcelona. Recuperat de <https://ajuntament.barcelona.cat/dretsidiversitat/es/barcelona-ciudad-diversa>

L'ÀREA METROPOLITANA. DADES ESTADÍSTIQUES. DEMOGRAFIA. ESTRUCTURA DE LA POBLACIÓ (2020), AMB (Àrea Metropolitana de Barcelona). Recuperat de <https://www.amb.cat/s/es/web/area-metropolitana/dades-estadistiques/demografia/estructura-de-la-poblacio.html>

[LA MERCÈ. L'ACTE DE CULTURA POPULAR MÉS MULTITUDINÀRIA DE LA CIUTAT](#) (2017). Cultura Popular, Ajuntament de Barcelona. Recuperat de https://www.barcelona.cat/culturapopular/ca/noticia/infobarcelonacala-Mercè-lacte-de-cultura-popular-mes-multitudinaria-de-la-ciutat_531047

PROGRAMA FESTES DE LA MERCÈ (2020, 2019 y 2018). Institut de Cultura Barcelona. Ajuntament de Barcelona. Recuperat de <https://www.barcelona.cat/lamerce/es/programa>

LA FESTA DE L'ASSOCIA'T (2020). Acció comunitària. Ajuntament de Barcelona. Recuperat de <https://ajuntament.barcelona.cat/acciocomunitaria/ca/la-festa>