
CONFERÈNCIA POLÍTICA

Trencant els murs

Una política cultural
per a Barcelona

Jaume Collboni Cuadrado



Dilluns, 19 de setembre de 2016. 19 hores
Mercat de les Flors

Trencant els murs
Una política cultural
per a Barcelona

10 OBJECTIUS I 34 MESURES

Bona tarda, a tots i a totes, i benvinguts al Mercat de les Flors.

Com a ciutadà, i ara també com a regidor, observo la passió amb què el sector de la cultura viu, sovint, debats gremials, preocupacions i reivindicacions dels seus agents, discussions conceptuals entre creadors, productors, espectadors que, en general, es plantegen per resoldre posicionaments personals, òbviament legítims, però a vegades allunyats de les preocupacions reals dels ciutadans.

Que això succeeixi en el món de la cultura és tan correcte com inevitable. És, fins i tot, necessari tractant-se d'un àmbit de l'activitat humana que es fonamenta en la reflexió, l'acumulació del coneixement i la creació de continguts per tal de posar-los a l'abast de tothom.

La cultura és una activitat qüestionadora. “Totes les grans arts, la música, la literatura, són un acte crític”, ens recorda George Steiner. La cultura vola sola, i millor interferir-hi el mínim possible, per assegurar la seva llibertat, la seva recerca, la seva profunda capacitat per interrogar-nos sobre tot allò que ens afecta en tant que individus i comunitat.

Heidegger va assenyalar que el que converteix la ciència en avorrida és la seva capacitat per donar respostes. La cultura, en canvi, es preocupa essencialment de fer preguntes.

Si la cultura és una activitat indomesticable, crítica, interrogadora, incòmoda i arriscada, què són aleshores les polítiques culturals?

La resposta, per a mi, és evident: la voluntat igualment incòmoda i arriscada de posar a disposició de tots els ciutadans els continguts de la cultura. La política cultural és, doncs, un compromís a llarg termini amb la llibertat, amb el progrés i amb la ciutadania.

La cultura la fan els ciutadans. En primer lloc els professionals que s'hi dediquen, intel·lectuals, creadors, empresaris, artistes, intermediaris i activistes. També la fan els ciutadans a través de les múltiples expressions de la cultura popular i indirectament a partir de l'enorme quantitat d'activitats socials i polítiques que milloren la qualitat de vida i la textura democràtica dels barris de la ciutat. Cada vegada que una reivindicació de progrés puja un petit esgló en la duríssima carrera per la millora dels drets individual i col·lectius de la ciutadania la cultura hi és present i manifesta orgullosa el seu triomf.

John Maynard Keynes, economista essencial del segle xx i el pare intel·lectual de l'estat del benestar va dir que "rere l'acció de qualsevol polític es pot trobar quelcom que ja va dir un intel·lectual quinze anys abans".

La cultura no la fa només l'Ajuntament. Un Ajuntament progressista l'arbitra, la facilita, l'ajuda, la posa en valor i la defensa davant totes aquelles forces que voldrien tenir-la callada, dòcil i entretinguda, per evitar que esdevingui justament el que és; una poderosa arma de progrés.

1. Refer la confiança amb els sectors culturals

És per això que el primer objectiu que em proposo és recuperar la confiança de tots els agents i els sectors de la cultura barcelonina.

Recuperar una confiança malmesa? No. Simplement reconstruir un espai de complicitat i apoderament que no ha estat suficientment consolidat.

No es tracta únicament d'un problema sorgit en el darrer any de gestió municipal. Jo seré, sempre, el primer a fer una necessària autocrítica i reconèixer que són els mateixos ajuntaments socialistes els que converteixen l'ICUB en una poderosa màquina de producció de continguts i de gestió directa de programes culturals, deixant de banda a poc a poc, amb ingènua inconsciència potser, una cosa tan important com la posada en valor de l'activitat cultural que es produeix als barris de la ciutat i les expressions culturals i creatives de multitud de persones allunyades de la centralitat i l'aparador cultural barceloní.

Ens cal generar noves complicitats, transferir capacitat d'organització, reforçar el paper dels agents culturals, cercar amb eficiència la millor resposta a cadascun dels reptes culturals que la ciutat ens planteja.

Per fer-ho cal tenir objectius clars en cadascun dels sectors de la cultura i compartir-los amb els agents que els treballen diàriament.

I em proposo fer-ho amb la convicció que tots participen de l'enorme orgull que suposa sentir-se part d'una comunitat farcida de talent, de compromís i d'emprenedoria cultural.

Refer tots els ponts amb els múltiples agents culturals de la ciutat, públics i privats, instal·lats en el terreny del mercat o de l'activisme comunitari, productors de continguts o experimentadors de risc en la recerca de nous llenguatges culturals per tal que interactuïn, es multipliquin, s'ajudin i enriqueixin conjuntament la densitat cultural de Barcelona és, insisteixo, el meu primer objectiu.

2. Posar en valor cultural els barris de la ciutat

Tenim els instruments per fer-ho. Talent humà i equipaments. **El meu segon objectiu** rau justament en aquesta evidència: volem posar en valor cultural els barris de la ciutat.

A Barcelona es parla molt dels grans equipaments nacionals o de ciutat i molt poc dels equipaments de barri; dels centres cívics, de les biblioteques, dels ateneus o de les fàbriques de creació. I òbviament de moltíssims espais privats, majoritàriament socioculturals, que fan una extraordinària funció cultural.

I els grans equipaments, sense els equipaments de barri, sense els espais públics i privats que diàriament omplen els barcelonins, resten orfes d'una certa autenticitat. Són en el seu conjunt un sistema complementari que es reforça mútuament amb un objectiu comú: socialitzar el fet cultural des de les múltiples vessants que l'afecten; des dels públics fins als artistes, des de la peça incerta fins a l'obra d'art, des de la recerca fins a la constatació del coneixement acumulat.

No posarem en qüestió l'especificitat de cada centre cultural; al contrari. De ben segur contribuirem a definir-la millor i ampliarem la seva capacitat per aportar idees i continguts a la ciutat; però ens proposem que tots plegats; des del Liceu fins a un petit centre cívic del barri del Bon Pastor, se sentin amb orgull similar i amb plena consciència de la seva responsabilitat social i cultural, part d'una única i coordinada xarxa d'equipaments culturals ideats, gestionats i dotats de recursos per oferir serveis als ciutadans de Barcelona.

Cal donar la volta a la Barcelona de les dues o tres velocitats, a la Barcelona de l'aparador i a la Barcelona de la cultura tradicional i popular, perquè tot plegat és la imatge d'una mateixa dimensió cultural que progressa junta o simplement progressa distorsionadament i esbiaixadament.

Hi ha tres mesures concretes que han d'exemplificar aquesta voluntat de reequilibri cultural a Barcelona:

① La primera és endegar un **circuit cultural** que faci arribar als barris de la ciutat les propostes dels creadors locals, convertint els centres de proximitat en espais homologats que posin en valor la nostra producció artística. A Barcelona disposem de més d'un centenar d'espais culturals ben dotats de les infraestructures necessàries per oferir i sobretot prestigiar una oferta cultural de nivell.

② La segona és crear un **pla de xoc en matèria d'ensenyaments artístics** que permeti apropar els llenguatges de l'art i la cultura als barris menys dotats de serveis culturals. El coneixement dels llenguatges artístics és una porta oberta a la sensibilitat, la participació i la millora dels hàbits cívics.

③ La tercera implica convertir els centres cívics i els equipaments de barri en autèntiques **antenes culturals, en punts de vigilància i posada en valor**, per tal d'acompanyar i contribuir a millorar els recorreguts creatius dels artistes locals, assegurant que els grans equipaments públics i privats de la ciutat siguin receptius a les millors propostes de la creació emergent.

3. La indústria creativa determinarà el futur socioeconòmic de la ciutat

En matèria cultural la producció de continguts d'excel·lència i qualitat és indefugible, especialment en un món globalitzat i progressivament digitalitzat, on la circulació dels productes i el marc de competitivitat són universals. Les grans multinacionals de la distribució de continguts culturals operen a Barcelona exactament igual que ho fan a Nova York o a Berlín, la qual cosa ens obliga a un enorme esforç estructural. Hi haurà qui vulgui defugir la paraula, però en termes reals això suposa APODERAR de manera sòlida la indústria cultural barcelonina dotant-la de més i millors oportunitats de consolidació.

La primera responsabilitat en aquest aspecte la té, inqüestionablement, el govern de la Generalitat. Però això no significa que a l'Ajuntament li correspongui un paper passiu, només d'espectador reivindicatiu. Al contrari: som, i ho hem de ser, activament còmplices d'aquest procés.

Però, cercant les funcions pròpies de cadascú, deixeu que assenyali que a la ciutat li correspon sobretot farcir aquestes xarxes de continguts locals per tal de posar en valor competitiu, a escala local i internacional, els nostres artistes i creadors i els continguts sorgits dels nostres intel·lectuals, escriptors i fins i tot les més reeixides mostres de cultura popular.

La potència i centralitat de la indústria cultural barcelonina ha de ser la garantia d'una millor distribució (o sigui, d'un major èxit cultural i social) dels creadors i productors de continguts barcelonins.

Cal per això que les fàbriques de creació que són, sens dubte, un dels projectes de major potencial cultural de la ciutat, esdevinguin autèntics planters de talent, la gestió del qual també impliqui la coresponsabilitat de les principals empreses del sector editorial, escènic, audiovisual i multimèdia de Barcelona. També cal que esdevinguin un focus d'atenció dels fons de capital de risc que promouen la recerca i la investigació en el terreny de la indústria creativa.

I és igualment evident, en aquest terreny, que la idea de fàbriques de creació s'ha d'ampliar a tots aquells espais i sectors de la ciutat en què es produeix de manera evident un esforç creatiu sistemàtic.

Dues mesures concretes en aquest àmbit:

④ La primera, que posarem en marxa de manera immediata: dotar les fàbriques de creació d'una major capacitat d'actuació i relacionar-les de manera estable amb els operadors culturals de la ciutat per tal que esdevinguin una peça essencial en la cadena de valor de la cultura.

⑤ La segona: introduir dins la idea de les fàbriques de creació nous àmbits d'indiscutible potencial cultural com l'espectacle de carrer, l'audiovisual multimèdia o la producció artística digital.

Les urgències culturals que reclama el segle XXI no ens obliguen únicament a ser més amatents en la gestió de les cadenes de valor del món de la cultura. Demanden nous espais de centralitat que facin evident al món una indissimulada voluntat de lideratge cultural.

La posada en marxa de la Casa de la literatura i els escriptors, per reafirmar la dimensió global del món editorial barceloní, és un bon exemple d'aquest objectiu.

Que Barcelona hagi estat nomenada ciutat literària del món reforça la idea d'endegar aquest projecte amb el sector editorial. Quatre noves mesures en aquest àmbit:

⑥ La primera: assegurar el lideratge editorial català en l'òrbita de la literatura hispanoparlant i òbviament consolidar l'emergent indústria editorial en català.

⑦ La segona, ampliar i modernitzar els programes de socialització del coneixement que desenvolupa l'excel·lent xarxa de biblioteques de la ciutat.

⑧ La tercera, consolidar el programa de festivals literaris que converteixen Barcelona en una ciutat especialment sensible al món de la creació literària.

⑨ La quarta, acollir i interpretar els llegats dels grans autors de la nostra literatura i les col·leccions privades dels editors que hi han contribuït.

Barcelona és una de les grans capitals editorials del món, un sector que afronta un important procés de transformació i que, de ben segur, exemplificarà les millors respostes als reptes del trànsit digital.

El meu **tercer objectiu** és, doncs, consolidar la indústria creativa barcelonina, no pas de qualsevol manera i en qualsevol cas sense perdre de vista una idea preeminent: posar en valor el talent creatiu i la producció de continguts barcelonins.

Que la política cultural de Barcelona formi part d'una tinència d'Alcaldia que engloba Turisme i promoció econòmica no és, en aquest sentit, un fet casual, sinó el resultat d'una evidència: la cultura és a l'actualitat un dels principal eixos de desenvolupament socioeconòmic d'una comunitat.

L'Ajuntament ha de tenir respostes per a les necessitats de cadascun dels grans sectors culturals. Ha de tenir objectius clars que indiquin el rumb a seguir a mitjà i llarg termini. En aquest àmbit, cinc noves mesures:

10 En matèria audiovisual ens proposem ampliar les facilitats per esdevenir una ciutat atractiva per als rodatges cinematogràfics i publicitaris, facilitant els necessaris enllaços amb les empreses locals per tal que esdevinguin les principals beneficiàries d'aquest esforç. També ens proposem coordinar la tasca dels múltiples festivals de cinema que acollim per tal que esdevinguin conjuntament una extraordinària mostra de la creació audiovisual mundial. I en tercer lloc ens proposem interrelacionar els sectors audiovisual, editorial i musical per tal que esdevinguin un espai de confluència en la gestió de drets de propietat intel·lectual i editorial notable a escala internacional.

11 En matèria escènica volem endegar un gran festival de dansa a la ciutat que contribueixi a generar una autèntica comunitat d'interessos entre la ciutadania i les companyies. També iniciarem les gestions necessàries per dotar la ciutat d'un espai estable – subratllo: estable! – per a la representació del circ i de les expressions escèniques transfrontereres.

12 En l'àmbit de les músiques modernes ens comprometem a consolidar les reformes iniciades en el terreny de les normatives que afecten els permisos d'actuació i a incrementar de manera significativa la densitat musical de la ciutat, estimulants la presència quotidiana de la música en directe.

13 En el complex món de les arts visuals ens proposem coordinar de manera efectiva la tasca de les diverses sales d'exposicions de l'ICUB (La Capella, La Virreina Centre de la Imatge i la Fabra i Coats), i signar un conveni amb els grans museus de la ciutat per assegurar recorreguts estables als joves creadors locals.

14 Des de la perspectiva de les noves tecnologies i la creació multimèdia, en els propers mesos endegarem dos projectes imprescindibles: un programa de divulgació creativa a BTV, que permeti donar a conèixer les propostes que realitzen els

emprenedors locals i una oficina estable de comunicació que faciliti la relació entre els emprenedors tecnològics i els operadors culturals barcelonins per promoure la implantació real de les seves propostes amb l'objectiu de millorar la seva tecnificació i eficiència.

Cal establir una diàleg constant entre els espais de la cultura tradicional i les noves tecnologies. I fer-ho sense por. Com va dir Samuel Beckett: “És igual. Torna-ho a provar. Fracassa de nou. Fracassa millor”.

4. Cal crear un pla d'accessibilitat cultural que apropi els ciutadans a la vida cultural

Una ciutat que posa en valor els seus intel·lectuals, artistes i els continguts que sorgeixen de la seva creativitat no pot defugir la seva socialització.

Els barcelonins han de conèixer i estar orgullosos dels seus creadors, dels seus intel·lectuals i aquests s'han de sentir propers als ciutadans. Normalment això succeeix a través d'una realitat, tan incompleta com parcial, que anomenem consum cultural.

El consum cultural té enormes llacunes. Està esbiaixat per una manca de relació estructural entre els mons de l'educació i la cultura; està sotmès a la disciplina inevitable de la rendibilitat i condicionat per un estereotipat món de tendències i modes.

El consum cultural és un indicador objectiu de progrés, però no és ni de lluny un indicador definitiu que ens permeti restar immòbils davant els reptes que ens planteja el món de la cultura i la seva funció socialitzadora.

Si em permeteu una expressió aparentment econòmica, però carregada de vocació social, cal canviar el sentit del consum cultural per convertir-lo en demanda de cultura i aconseguir que aquesta demanda sigui exigent i participativa.

En aquest sentit plantejo un quart objectiu: elaborar un pla d'accessibilitat cultural que promogui, encoratgi i estimuli la participació cultural activa dels barcelonins.

Posarem en marxa de manera immediata un programa que permeti la divulgació, el coneixement i el diàleg entre els principals artistes, intel·lectuals i creadors barcelonins i tots els ciutadans als equipaments dels barris i a la televisió de Barcelona.

15 Aquesta mesura, la quinzena que us avanço: un programa de conferències, tallers i experiències compartides que ens ha de permetre aconseguir quelcom imprescindible en el món de la cultura: que els ciutadans es reconeixin en els seus creadors i s'incrementi l'interès públic perquè les seves obres es publiquin, s'exposin o es representin als espais culturals de la ciutat.

El nostre propòsit és que el pensament i l'obra de tota mena d'artistes, intel·lectuals i creadors esdevingui "proprietat" (perdoneu-me l'eufemisme) dels nostres ciutadans per tal d'incrementar la qualitat social de la nostra vida cultural.

Sóc molt conscient que bona part dels problemes que dificulten l'increment de la demanda de cultura provenen de la limitada penetració dels continguts artístics en el món de l'ensenyament. No és una qüestió fàcil d'abordar amb èxit aquest objectiu atès que obliga a resoldre qüestions curriculars, administratives i fins i tot corporatives. Malgrat tot ens proposem perseverar en dos aspectes importants, dues noves mesures:

16 La primera, proposar al món escolar un programa pilot de residències artístiques a diverses escoles de la ciutat per tal de donar a conèixer la tasca dels creadors i establir un diàleg fundacional amb nens i joves.

17 La segona: promoure un increment sostingut de propostes artístiques adreçades a escolars als teatres i les sales de música privades de la ciutat.

Aquest objectiu no quedaria resolt si aquesta tasca de comunicació entre creadors i ciutadans no anés acompanyada d'un pla sistemàtic per afavorir i ampliar la demanda de cultura finalista. Qualitat i quantitat, sempre lluitant per no desvirtuar l'ordre d'aquests dos mots.

Encara una mesura més en aquest àmbit, la divuitena:

18 Crearem el carnet cultural de Barcelona, no pas per universalitzar descomptes ni polítiques insostenibles de gratuïtat cultural, sinó per posar a disposició de tots els ciutadans la màxima informació cultural, per establir estratègies col·laboratives amb equipaments públics i privats, per promoure la desgravació fiscal i per afavorir un apoderament ciutadà real a través de l'associacionisme participatiu.

5. Cal que Barcelona generi noves centralitats culturals

La paraula “descentralització” ha estat present en el debat cultural barceloní dels darrers mesos. Pressuposa una raonable crítica als efectes d'una ciutat que ha evolucionat en una doble direcció. D'una banda, la que es manifesta al voltant dels seus èxits temàtics: el turisme, el seu atractiu empresarial i la seva oferta cultural central. De l'altra, la que es viu als barris, amb problemes reals de tota mena sovint fora dels focus mediàtics.

En termes culturals es tracta d'una realitat que ens obliga a reflexionar profundament sobre la funció real d'una política cultural municipal. Però no és una qüestió que s'hagi d'abordar precipitadament ni caient en dictàmens inversos que poguessin malbaratar el millor del que la ciutat ha aconseguit en els darrers anys.

La cultura és inevitablement discrecional. Triem constantment entre diversos escriptors, entre diferents compositors, entre diverses obres de teatre i aquesta tria quan és intel·ligent, es fa amb criteris de qualitat. Un festival, una activitat que concentra el millor talent artístic i especialment quan és pública, ha de respectar aquests criteris per aconseguir que generi un espai de centralitat cultural.

Descentralitzar certes activitats pot esdevenir un contrasentit cultural si posa en perill la seva coherència. Canviar per canviar no és una bona estratègia. Cal, per tant, debatre en la seva justa mesura, una nova manera d'abordar la disposició territorial dels principals esdeveniments culturals barcelonins. Aquest és el meu cinquè objectiu: crear noves centralitats culturals a Barcelona.

El Grec, alguns dels programes incorporats a les festes de la Mercè, el Festival de Poesia i alguns dels festivals privats que (amb major o menor suport públic) se celebren a Barcelona, han de ser objecte d'aquest debat. De la mateixa manera, cal posar en marxa altres propostes per promoure (d'una vegada per totes) el potencial artístic local en alguns casos menystingut per manca de visibilitat.

Reubicar suposa proposar i crear noves centralitats, no pas diluir les existents. Tenim al respecte deutes pendents en àmbits importants de la cultura que cal resoldre: la ciutat mereix un bon festival de dansa, la ciutat no ha fet justícia a l'enorme potencial del teatre de carrer i òbviament no hem aconseguit que el circ i la producció escènica que utilitza i barreja el potencial multilingüatge tingui una presència estable als circuits de la ciutat. Tot això s'ha de fer i ha de ser analitzat en el context d'una voluntat inequívoca de generar noves centralitats culturals.

Voldria assenyalar igualment que descentralitzar suposa quelcom més que moure les peces en un tauler territorial. Implica analitzar amb similar cura la procedència de cada una de les peces.

19 En aquest sentit, la dinovena mesura: em proposo elaborar un pla de contractes-programa amb els principals festivals públics i en la mesura del possible privats per tal d'acompanyar, i seguir a mitjà termini, els més destacats creadors emergents de la ciutat per tal que esdevinguin els principals protagonistes de les seves programacions en els propers anys.

6. Cal promoure la imatge-marca internacional de Barcelona a escala cultural

Barcelona és una marca internacional. I en aquesta construcció poderosa que genera atractiu i riquesa la cultura encara no és suficientment determinant.

Caldrà, amb tota seguretat, canviar alguns dels paràmetres que han sorgit com a conseqüència d'aquesta història d'èxit internacional. La gestió de les rendes del turisme, la taxa, el pla d'hotels, etc.

Però crec estar en disposició d'afirmar que no hi ha canvi possible en el model turístic de la ciutat si la cultura no hi té res a dir. Parlo de la cultura en el seu sentit més ampli: una ampliació dels canons patrimonials de la ciutat (basats gairebé de manera exclusiva en Gaudí, Picasso i potser Miró), una posada en valor de l'espectacle en viu (gairebé inexistent als efectes dels nostres visitants, bé siguin d'oci o de negoci) i sobretot la implementació d'una política seriosa de promoció de la nostra indústria creativa i de serveis altament descentralitzada (la qual cosa hauria de contribuir decisivament a diversificar els centres d'interès turístic de la ciutat).

La indústria creativa (plenament inserida en el magma de la nova economia) abraça al voltant d'una idea matriu àmbits tan diversos com l'arquitectura, el disseny, l'artesania, la creació informàtica, etc. Els serveis culturals d'abast internacional abracen per la seva banda aspectes tan amplis com la Barcelona Film Comission (BCN Plató), la capacitat d'esdevenir espai de residència per a músics, dissenyadors, programadors, i tota mena de creatius.

Atraure'ls i vincular-los a la ciutat, afavorir que s'interrelacionin amb els nostres artistes, que apostin pels nostres productors i distribuïdors és essencial per variar, en allò que sigui necessari, la nostra imatge de marca internacional vinculant-la més sòlidament al món de la cultura i la creativitat. Barcelona ha estat i ha de seguir sent una ciutat amfitriona.

Un sisè objectiu, promoure la imatge-marca internacional de Barcelona a escala cultural, que es concreta en tres mesures immediates que han de concentrar els nostres esforços:

20 La primera implica recuperar per a la ciutat, i en bona part per al sector cultural, la taxa turística que s'aplica a les pernoctacions hoteleres. Aquest fons haurà de permetre endegar un conjunt de programes que donin a la cultura el protagonisme que mereix en l'evolució del turisme a Barcelona. Obrir l'amfiteatre el mes d'agost amb una oferta internacional, contribuir al finançament de nous festivals a espais diversos de la ciutat i crear nous equipaments destinats a consolidar la indústria creativa són les conseqüències lògiques d'aquesta mesura.

21 La segona mesura implica repensar els acords amb les ciutats convidades al Grec i a la Mercè, per tal de convertir aquests acords en autèntics programes d'intercanvi de creadors, artistes i productors culturals que assegurin una millor internacionalització de la nostra cultura.

22 La tercera mesura: aprofundir en la vocació internacional dels grans equipaments de la ciutat en la mesura que es tracta d'un objectiu complementari a les seves funcions nacionals. Justament és aquest un concepte clau: nacional perquè ens acull a tots i nacional perquè ens projecta al món a tots. Liceu, Palau, Auditori, MACBA, MNAC, Lliure, entre d'altres, han d'esdevenir centres de referència a partir de les seves produccions i programacions.

El meu sisè objectiu passa per aportar a la imatge internacional de Barcelona una major solidesa cultural i em proposo a tals efectes una decidida interacció amb Turisme i amb els principals congressos ubicats a la ciutat. Una mesura més, la vint-i-tresena:

23 Convocarem una trobada de grans municipis europeus l'any 2018 per debatre el paper de les polítiques culturals municipals en la consolidació d'una Europa dels ciutadans i en el context d'un turisme creixent.

7. Incrementar l'assistència local als museus municipals

El pòsit històric ha deixat a Barcelona elements d'incalculable valor simbòlic. De la ciutat romana a la Barcelona moderna, la ciutat disposa d'importants jaciments que permeten conèixer i interpretar la seva història. Alguns tenen una escala local, altres ens ofereixen l'oportunitat de connectar la ciutat a un entorn europeu que, sens dubte, contribueix a explicar la nostra història en el context escaient. No menys importants són les col·leccions sobre les quals gravita el patrimoni material acumulat, sigui públic o privat.

André Malraux va dir, en una evocació patrimonial de la cultura, que "la cultura és el que, en la mort, continua essent la vida".

La funció d'una política de patrimoni rau en l'equilibri d'aquestes dues variables: conservar i interpretar. Tot plegat ha de tenir una direccionalitat objectiva que posi a disposició dels historiadors i dels ciutadans la màxima capacitat per comprendre el nostre passat.

La xarxa de museus de Barcelona actualment està doblement direccionada: per un costat, els que treballen al voltant de col·leccions concretes, sovint de caràcter artístic i per l'altre, els que analitzen i treballen sobre la memòria històrica de la ciutat. Ambdues dinàmiques estan profundament connectades fins al punt que una és l'inevitable conseqüència de l'altra.

Per resoldre adequadament aquesta doble funció cal millorar la capacitat interpretadora de cada museu, que no s'expressa únicament a partir de les seves col·leccions sinó de la producció d'exposicions i treballs de recerca específica. El valor real d'una col·lecció rau en la seva potencialitat evocadora la qual cosa comporta un treball constant d'ampliació de fons i una tasca d'investigació i divulgació permanent.

Barcelona té grans reptes en matèria patrimonial. Potser el que més espai ocupa als mitjans de comunicació fa referència al Born com a espai estratègic en el coneixement del segle XVIII. Però hi ha altres àmbits que cal definir amb major ambició, entre els quals destaca el tractament de les arts pròpies del segle XX.

Modernitzar els museus municipals, definint amb major concreció els seus objectius per tal d'aconseguir incrementar l'assistència del públic local és el meu setè objectiu.

Per fer-lo possible ens proposem endegar tres mesures de gran importància:

24 La primera: definir el marc competencial del DHUB Barcelona i les seves funcions al voltant del disseny, l'arquitectura i les arts decoratives convertint-lo en un referent per al coneixement i la interpretació de la ciutat, l'urbanisme i la seva influència en l'evolució de les estètiques individuals i col·lectives.

25 La segona, incorporar Barcelona als circuits de les grans

exposicions internacionals i, en la mesura del possible, produir-ne per participar-hi de manera activa. És, en aquest sentit, que podrem realitzar una tasca efectiva en el terreny de la divulgació de les arts i les ciències amb una autèntica repercussió social.

26 La tercera, redefinir el mapa del finançament dels grans museus municipals i de manera especial d'aquells que adquireixen, per la seva col·lecció o importància estratègica, el rol d'equipaments nacionals. Les prerrogatives de la Carta de grans ciutats ens permeten redefinir l'actual marc de relacions amb l'Estat i la Generalitat.

8. Modernitzar el sector cultural en clau d'innovació i tecnologia digital

La revolució digital que s'inicià a mitjan anys noranta ha canviat radicalment la cadena de valor de molts sectors culturals. Música, audiovisual, multimèdia i, en creixent mesura, el món editorial han vist com es transformen els eixos tradicionals del seu sector alterant els engranatges que l'havien configurat al llarg del segle xx. Aquesta revolució tecnològica també ha donat lloc a tota mena de noves expressions culturals fruit del mestissatge i la transfronteralitat fins al punt de posar en qüestió la vigència tradicional de les polítiques sectorials. L'epicentre d'aquesta transformació se situa al voltant de la distribució i de les tecnologies aplicades d'accessibilitat. Tot plegat configura un espai econòmic immens que es manifesta al voltant dels drets i les noves tecnologies. També és l'espai natural on conflueixen les arts i les ciències.

Es tracta d'un espai econòmic determinant que Barcelona ha de saber aprofitar per esdevenir un espai de centralitat en la nova economia.

Saber-ho fer no suposa únicament aprofitar el potencial de la ciutat per atraure talent i capital internacional, a més a més del propi, sinó assegurar una sortida per als nostres creadors, artistes i productors de continguts.

El meu vuitè objectiu és posar a disposició del sector cultural i creatiu tot el potencial de les polítiques d'innovació, promoció

econòmica, recerca i capital de risc que té endegades l'Ajuntament. Ens hi ajudarà aquesta mesura, la vint-i-setena:

27 Crearem una línia estable de contractes-programa amb les universitats catalanes per tal de convertir la recerca aplicada en el terreny de les indústries creatives en objectiu prioritari i proposarem als principals fòrums de debat i intercanvi tecnològic, com el Mobile Congrés, l'establiment d'acords que ho consolidin.

El programa de fàbriques de creació té un paper fonamental en aquest objectiu, en la mesura que són (i cal perseverar en aquesta direcció) el planter essencial de noves idees en el terreny de les indústries de la creació.

A Barcelona treballen al sector cultural més de 25.000 persones. Un objectiu ineludible és que a curt termini aquestes persones i les que progressivament s'incorporin al sector cultural se sentin part d'un dels principals àmbits de l'economia municipal, amb la màxima confiança en el seu futur col·lectiu i la certesa del suport absolut de les polítiques econòmiques locals.

9. Exercir amb responsabilitat la capitalitat de Catalunya i liderar un ampli espai cultural Metropolità

Barcelona és la capital de Catalunya i el centre neuràlgic d'una gran conurbació metropolitana de ciutats. Li correspon exercir ambdues realitats amb igual responsabilitat.

D'una banda som l'espai natural que concentra una part important dels equipaments culturals nacionals, la qual cosa ens obliga a exercir una evident coresponsabilitat, i de l'altra ens pertoca liderar un ampli espai de mobilitat metropolitana ciutadana que permeti integrar tots els serveis culturals en una dinàmica d'interrelació i confluència. Compartim amb les ciutats que ens envolten un mateix espai social i una única demografia cultural. No som compartiments estancs ni responem a demandes particulars que se suplementen les unes amb les altres. Som complementaris i en termes simbòlics exercim un paper de centralitat que articula els mercats i la creació de valor afegit.

28 En aquesta direcció, la vint-i-vuitena mesura: iniciar un procés de coordinació metropolitana que tingui com a principal objectiu l'elaboració d'un espai cultural comú solidari i interrelacionat. Volem per tant crear una taula estable de polítiques culturals urbanes en el marc de l'Àrea Metropolitana de Barcelona.

Els grans equipaments nacionals demanden la participació activa de l'Ajuntament. Aquesta participació no pot limitar-se al finançament sinó que ha d'exigir a cadascun una tasca activa com a caps d'una xarxa de serveis que ha de contribuir a ampliar el potencial dels sectors que representen. Liceu, CCCB, Mercat de les Flors, MACBA, MNAC, Teatre Lliure, entre d'altres, són equipaments que tenen afegida una responsabilitat de lideratge en els àmbits que representen i que han d'exercir exemplificant i donant suport a la tasca que realitzen equipaments de menor importància quantitativa però de rellevant valor estratègic als barris de la ciutat, a l'Àrea Metropolitana i al país en general.

29 En aquest sentit, la vint-i-novena mesura: farem amb cadascun un pla director que especifiqui amb claredat aquestes responsabilitats i les avalui puntualment.

Cal igualment determinar quins altres equipaments actualment comandats per l'Ajuntament representen similar paper nacional i exigir en justa contrapartida la mateixa coresponsabilitat al Govern.

10. Gestionar la cultura conforme a les exigències del segle XXI

Tot el que hem assenyalat no es pot gestionar des de l'autocomplaença estant subjectes als mecanismes rígids d'una gestió essencialment pública. La cultura es produeix fora de les parets de l'Ajuntament i els seus escenaris són diversos i, sovint, complexos.

És per això que ens proposem realitzar un esforç radical per millorar els instruments de gestió i complicitat amb els agents culturals de la ciutat. Ho farem a partir de cinc noves mesures:

30 La primera: crearem, en la mesura del possible d'acord amb la

Generalitat i la Diputació de Barcelona, l'observatori cultural de Barcelona, per tal de disposar de les dades imprescindibles per avaluar el funcionament i els resultats dels programes culturals que es realitzen a la ciutat. Un sector que no disposa d'un mapa estadístic complet i actualitzat i d'un quadre d'indicadors que permetin seguir la seva evolució és un sector debilitat i amb escassa credibilitat davant del conjunt dels opinadors socials.

31 La segona, ampliarem els sistemes de finançament de la cultura realitzant un esforç reeixit en matèria de patrocini i mecenatge. La Fundació Barcelona Cultura ha d'esdevenir una eina de concertació de projectes entre el món empresarial i els agents culturals locals.

32 La tercera, revisarem l'actual model de concursos públics per a la gestió externalitzada de serveis culturals per tal de garantir unes condicions de treball adequades a la naturalesa de la tasca encomanada i un seguiment curós del seu funcionament. La millora d'uns serveis que han estat subjectes a la degradació inevitable de la baixada de preus és imprescindible per mantenir la qualitat cultural de la ciutat.

33 La quarta, incrementarem l'aposta ja iniciada en els darrers anys per digitalitzar els processos de comunicació cultural de la ciutat, tant pel que fa als objectius de màrqueting i comunicació pública (sistema de venda d'entrades, publicitat i web), com pel que fa a l'aportació d'opinions crítiques, reportatges i processos participatius (Canal Cultura).

34 I la cinquena: ampliarem el marc normatiu vigent en matèria de subvencions als agents del sector amb la creació d'un fons de capital de risc que ens permeti respondre de manera adequada a les demandes d'aquelles iniciatives culturals privades que plantegin la seva tasca en el terreny de l'emprenedoria empresarial i de manera especial en el terreny de les noves tecnologies i els entorns digitals.

La imprescindible tecnificació dels processos culturals ha de permetre un major equilibri entre cadascuna de les seves fases i una major eficiència a l'hora d'aconseguir els objectius que perseguim, però en cap cas ha de fer-nos perdre de vista el caràcter prescriptiu de l'art i el coneixement.

La cultura té la inequívoca vocació artesanal que sorgeix de la creació individual o col·lectiva, per bé que s'expressi amb sofisticats mecanismes tecnològics. “És estèril i perillós”, ens assegura Sigmund Bauman, “pensar que un domina el món sencer gràcies a Internet quan no es té la cultura suficient per filtrar la informació bona de la dolenta”.

10 objectius i 34 mesures. Són les dues xifres que sintetitzen el projecte polític per a aquest mandat que espero haver estat capaç de saber-vos haver dibuixat. És cert, haurem de fer en tres anys el que en condicions normals s'hauria de fer en quatre. No ens espanta el calendari: ens hi esforçarem i treballarem de valent perquè el repte és engrescador.

Moltes gràcies

Edició: Ajuntament de Barcelona. Institut de Cultura de Barcelona.

Il·lustració: Santiago Restrepo

© del text, Jaume Collboni Cuadrado

© de l'edició, Ajuntament de Barcelona. Institut de Cultura de Barcelona.

Dipòsit legal: B.xxxx-2016



**Ajuntament
de Barcelona**