



Enrique Marco

La història cultural de la ciutat al llarg del segle XX és, de fet, la crònica dels sectors culturals productors de continguts, normalment amb un alt nivell creatiu. En la major part dels àmbits, Barcelona ha estat innovadora i ha adquirit una presència internacional destacada. Aquest aspecte de la ciutat, vist com a complementari fins fa quinze anys dels processos productius manufacturadors, es reclama avui com l'element central de la nova economia de la ciutat.

Cultura i ciutat de continguts

TEXT Ferran Mascarell
Regidor de Cultura i president de
l'Institut de Cultura de Barcelona

Zush a la mostra "Tecura", que va presentar al Museu d'Art Contemporani entre els mesos de desembre i març passats.

Els teòrics que estudien els grans canvis que està introduint la nova economia –Manuel Castells, entre ells– assenyalen les característiques comunes que defineixen les ciutats capdavanteres en el terreny del coneixement. Algunes característiques que esdevenen el repertori que ha de seguir qualsevol ciutat que vulgui figurar en els mapes de la nova era de la societat de la informació són:

- Professionals i treballadors qualificats.
 - Un bon sistema educatiu, molt especialment en l'àmbit universitari.
 - Serveis públics que funcionin.
 - Una Administració pública compromesa, líder i catalitzadora de les diverses iniciatives cíviques.
 - Un estàndard alt de qualitat de vida global que interaccioni amb el talent: els creadors han de voler viure la ciutat i a la ciutat. Com diu Castells: "Cal comprendre l'efecte positiu que genera la qualitat de vida urbana i metropolitana sobre la productivitat i la creació de riquesa".
 - Una capacitat tecnològica global alta, essencialment fonamentada en una presència generalitzada d'Internet i de les tecnologies de la comunicació, que li permeti estar present en una economia que és global. Dit amb més simplicitat: una ciutat del coneixement és un espai urbà d'alta qualitat que es fonamenta en persones que han après a pensar i a fer les coses d'una manera diferent, basant-se molt especialment en una nova forma d'organització al voltant d'Internet que crea connexions a escala planetària.
- Ara bé: una ciutat de qualitat, de gent que pensa, que s'estructura a partir d'un ús intensiu d'Internet, per fer què? Per produir quins productes? Els nous productes són *continguts*, continguts que omplen les xarxes, els sistemes de comunicació, l'oci, l'ensenyament, els diferents àmbits culturals, etc.

En els últims decennis, Barcelona –que era una ciutat eminentment productora de manufactures– ha substituït aquesta producció manu-

facturera per la *producció* de serveis. Avui dia és un fet que la nova economia es fonamenta en la producció de continguts: no tant en el *hard* (els parcs tecnològics) com en el *soft* (la capacitat de producció de continguts); no tant en la fabricació de xips, ordinadors o mòbils com en el desenvolupament de software d'aplicacions i serveis. No es fonamenta tant en la capacitat de consumir béns com en la capacitat d'inventar-los, produir-los i distribuir-los.

Tot indica que es produirà a curt i mitjà termini un increment molt considerable en la demanda de continguts. Hi ha fins i tot qui parla d'un cert desbocament de la demanda de continguts que determinarà fins i tot transformacions profundes en les estructures de mercat. Com opinen molts analistes, la configuració del mercat de continguts, tant pel costat de l'oferta com pel costat de la demanda, està canviant de manera molt profunda a escala mundial. De fet, ara ja és el factor essencial per a la productivitat de les empreses capdavanteres: una empresa és més valorada com més gran és el coneixement que incorpora als seus productes i als seus béns i serveis. El coneixement ja és considerat la eina de producció més poderosa.

Fonamentar una sòlida capacitat per a la producció de continguts és, ara com ara, el principal repte de la ciutat. Produir continguts vol dir:

- Fer prevaler el talent i la creativitat.
- Assegurar alguns operadors de gran abast.
- Fer prevaler els emprenedors de petit format.



Enrique Marco

Els nous emprenedors són una peça clau en el camí cap a la centralitat de la cultura i el coneixement.
En la imatge, un concert al Tradicionàrius de Gràcia.

- Establir una xarxa àmplia d'infraestructures culturals públiques i privades que tinguin la missió de produir, a més de difondre.
- Considerar globalment el ventall amplíssim d'àmbits en els quals hi ha demanda de continguts nous (cultura, urbanisme, arquitectura, disseny urbà, etc.).

Tal com fa notar Castells, el talent és clau. Ho ha teoritzat molt bé l'americà John Brademas, que no es cansa de repetir que la riquesa de les ciutats futures és justament saber disposar del capital intel·lectual que crea continguts, que fa circular informació, que surt de la recerca i el desenvolupament, que dóna entitat al lleure. Aquest capital intel·lectual, aquest talent, es cova sobretot en la feina dels escriptors i guionistes, els dramaturgs i els compositors, els artistes plàstics o visuals, els músics, els periodistes, els dibuixants, els programadors multimèdia, els dissenyadors, els arquitectes i urbanistes, els realitzadors de cinema i televisió, els guionistes, els investigadors, els científics, els diversos productors i els molts intermediadors creatius.

També els nous emprenedors són una peça clau en aquest camí cap a la centralitat de la cultura i el coneixement. En aquest sentit, cal adoptar les mesures necessàries perquè puguin disposar dels instruments adequats per al desenvolupament dels seus projectes. La creació d'agències i programes de suport a les indústries culturals pròpies, la definició de plans estratègics sectorials, la creació de ponts entre indústria i cultura, l'aprofitament del potencial de Barcelona com a gran capital cultural, centre logístic i de distribució internacional, són algunes de les estratègies que cal desplegar en el futur immediat.

A Barcelona hi ha infinitat d'exemples d'aquesta classe d'emprenedors. La llista és molt llarga, però en podríem destacar Ovideo, Cromosoma, Gestmusic, Estudi Javier Mariscal, Konic, Sono, El Terrat, Focus, Metrònom, Hangar, La Fàbrica, Tradicionàrius, el Taller de Músics, Advanced Music, La Porta, la Fura dels Baus... Són només uns exemples. N'hi ha molts més i, sens dubte, en els anys propers no deixaran de créixer.

LES NOVES INFRAESTRUCTURES

Al seu costat tenen un paper essencial les noves infraestructures culturals, enteses, és clar, com a centres productors i no solament conservadors o difusors de béns artístics. Des d'aquesta perspectiva partim de dos tipus d'infraestructures: els edificis i els esdeveniments. Entre les primeres, s'ha fet un notable esforç per dotar la ciutat d'un conjunt de centres que corregessin les mancances que la història havia generat: el Museu d'Art Contemporani de Barcelona, el Museu d'Art de Catalunya, l'Auditori, el Teatre Nacional de Catalunya, el Centre de Cultura Contemporània de Barcelona, el nou Liceu o, amb un to diferent, els centres de treball d'artistes com Hangar, o bé la xarxa de teatres de petit format i comercials de Barcelona.

Pel que fa a la infraestructura d'esdeveniments, hi ha un dens teixit que periòdicament produeix noves activitats tant de caràcter puntual com de tipus cíclic. Cal destacar per la seva forta presència en la vida de la ciutat i pel seu prestigi internacional, a més dels cicles anuals de música, teatre, cinema i arts plàstiques, el Festival d'Estiu de Barcelona Grec, el Festival de Músiques Avançades i Art Multimèdia Sónar, el Festival de Cinema Independent de Barcelona L'Alternativa, la Setmana de Poesia de Barcelona, el Festival de Música Independent BAM, el Saló Internacional del Còmic Ficomic.

Tot plegat no sorgeix del buit. Està fonamentat en el passat. Històricament, l'àmbit cultural barceloní ha estat caracteritzat per

Sala d'edició de l'empresa Sono, un dels exemples de nous emprenedors en l'àmbit de les indústries relacionades amb el sector cultural.

ser, abans que receptor, productor de continguts culturals. De fet, aquest ha estat el principal caràcter cultural de la ciutat en termes històrics: l'habilitat per ser al capdavant dels processos d'innovació cultural.

La història cultural de la ciutat al llarg del segle XX és, de fet, la crònica dels sectors culturals productors de continguts, normalment amb un alt compromís envers la innovació. Des de finals del segle XIX fins a l'actualitat, sectors com l'editorial, la premsa escrita, la producció de *varietats* al Paral·lel, la producció i la distribució d'art sobre el modernisme i les avantguardes amb l'eclosió de les galeries modernes, la producció de ràdio a partir de 1924, la producció de música enregistrada, la producció de cinema, la producció de televisió, la producció de moda i de disseny, els grans esdeveniments (les exposicions del 1888 i del 1929 i recentment els Jocs Olímpics del 1992) han estat motor de creixement de la ciutat pel que fa a cultura, però també a creixement urbanístic, social i econòmic.

Podríem dir que, en general, la societat civil catalana al llarg dels últims segles ha fet bé el seu paper emprenedor d'iniciatives culturals innovadores. Podríem dir, així mateix, que els ajuntaments –molt especialment els democràtics– han fet un paper positiu en la dinamització d'iniciatives culturals avançades. Aquesta realitat s'ha expressat tot i la feblesa dels règims polítics democràtics –la curta durada de la República– o de la volguda actitud negativa, fins i tot desfavoridora, de les dictadures envers la ciutat, especialment la franquista. No és menys cert, però, que en la dècada dels vuitanta les polítiques del Govern català no han afavorit l'entroncament de la ciutat amb els processos de canvi (de concentració i internacionalització) que s'estaven produint en àmbits culturals com ara la producció de cinema, la producció fonogràfica i la producció de televisió.

En aquest sentit, cal considerar el determinant paper negatiu d'algunes qüestions fallides: fins fa quatre anys, l'escàs paper de productor de continguts de TV3; o les erràtiques i en general desafortunades polítiques de producció cinematogràfica i audiovisual; o la nul·la visió de futur que va comportar l'acceptació sense discussió de la centralitat de Madrid en el naixement de les televisions privades l'any 1989; o bé la incapacitat de crear una alternativa catalana a TV2-Sant Cugat com a centre de producció fort.

Malgrat aquests exemples negatius, en general, Barcelona compta, doncs, amb una llarga tradició de producció de continguts culturals.



Enrique Marco

En la major part dels àmbits, la ciutat ha estat innovadora i ha adquirit una presència internacional destacada.

Curiosament, aquest aspecte de la ciutat, vist com a complementari fins fa quinze anys dels processos productius manufacturers, es reclama avui com l'element central de la nova economia de la ciutat.

UN PLA D'ACCIÓ ANUAL

L'àmbit cultural està en condicions d'assumir el repte. El Pla Estratègic del Sector Cultural de Barcelona, presentat el 5 de maig del 1999, justament proposa com a estratègia vertebradora que la transformació de la ciutat se sustenti en el desenvolupament del fet cultural. Proposa que la cultura sigui entesa també en la seva dimensió constituent del fet de viure, un element present en les maneres de treballar, de gaudir, en el disseny del futur de la ciutat, de les vies de creació de riquesa... En definitiva, proposa que la ciutat teneixi d'opcions culturals la resta dels seus plantejaments estratègics. L'objectiu és, sense dubte, ambiciós i apassionant. Aconseguir-ho vol dir articular les accions que s'han d'emprendre en el futur més immediat, mitjançant un model de gestió que impliqui el conjunt dels agents culturals que treballen a la ciutat.

La metodologia de treball preveu un pla d'acció anual promogut i coordinat des de l'Institut de Cultura de l'Ajuntament de Barcelona, amb diverses línies de treball dirigides a l'execució de projectes con-

“Barcelona té en l'àmbit cultural unes potencialitats molt notables, fonamentades en una llarga tradició, en un pacte sòlid entre la societat civil i l'Administració pública local. Hi ha productors de continguts excel·lents en tots els sectors”.

crets; a l'anàlisi i difusió del procés; a la generació de noves idees per enriquir els continguts del Pla; a l'organització d'espais de reflexió oberts a la participació de tots els sectors mitjançant debats a Internet i a la Virreina, i, finalment, a la difusió del procés mitjançant una publicació trimestral que donarà a conèixer els avenços en relació amb el Pla i aquelles novetats que es produeixen a Barcelona relacionades amb el procés de transformació cap a una ciutat del coneixement, informació que també es difondrà mitjançant la web del Pla.

Aquesta tasca es produeix en diferents fases que passen per la selecció dels projectes que s'han d'implantar cada any; la creació de grups d'impuls adequats a cada iniciativa que n'elaborin un avantprojecte i busquin els recursos necessaris per portar-la a terme; i la convocatòria de comissions amb representants del sector cultural que tenen com a objectiu aportar noves informacions i idees que enriqueixin el procés d'implantació dels projectes.



Eva Guillamet

Un aspecte de la instal·lació aportada per la galeria René Metras, obra de Mireia Sallarés, a l'edició 2000 del New Art.

A més, tots aquests espais de trobada seran el nexa amb els agents culturals de la ciutat, que els mantindran al dia del grau d'implantació del Pla.

Hi ha previstes comissions sectorials (cinema i audiovisual, arts escèniques, lletres, música, arts visuals) i comissions transversals: Barcelona, ciutat de cultura digital; Barcelona, factoria de producció de continguts culturals; Barcelona, plataforma de promoció internacional de produccions fetes o vehiculades des de la ciutat; Barcelona, un conjunt patrimonial dinàmic i canviant; Barcelona, una ciutat que fa de la cultura un element de cohesió social.

PROJECTES EN MARXA

És una d'aquestes comissions transversals la que té per objecte enfortir Barcelona com a factoria de producció de continguts culturals. Ja s'està treballant en la creació d'un fons de risc per a projectes culturals; el projecte de la Triennal Internacional d'Art Contemporani a la ciutat del 2001 ja té un projecte definit, i s'està treballant també en l'edició del 2004. Així mateix, es treballa en la creació d'un centre internacional d'arquitectura a Barcelona, en la creació de la Casa de l'Escriptor i en programes dirigits al foment dels creadors amb encàrrecs d'obres per part de les plataformes culturals de la ciutat (almenys en totes les que reben suport municipal).

Ara com ara, en situacions sens dubte desiguals, Barcelona té en l'àmbit cultural unes potencialitats molt notables, fonamentades en una llarga tradició, en un pacte sòlid entre la societat civil i l'Administració pública local.

Hi ha productors de continguts excel·lents en el sector editorial (llibres de format paper o digital), el sector audiovisual (cinema, ficció per televisió, documentals, magazins, informatius), el sector publicitari, el sector informatiu (diaris i revistes), el sector teatral (de text, musical, dansa, circ), el sector musical (rock, música clàssica, música electrònica), el sector tradicional i festiu; en el sector del disseny urbà, arquitectònic, gràfic, de joies i de moda; en el sector de la gestió de processos urbans, culturals o de grans esdeveniments; en el sector multimèdia i de serveis on-line a la xarxa.

Els propers deu anys són decisius i Barcelona compta amb un sector cultural que té les capacitats necessàries per ser present, d'una manera central, en les transformacions de la ciutat.