



## Eix Recuperant la Cultura

### 1. La cultura com a recurs

El 1999, James D. Wolfensohn, aleshores president del Banc Mundial, va declarar a la inauguració de la cimera “La cultura compta: finançament, recursos i economies de la cultura per al desenvolupament sostenible” que la cultura podia ser un component essencial per al desenvolupament econòmic. Wolfensohn assenyalava que, a partir d’aquell moment, la cultura havia de tenir un paper destacat en la política del Banc Mundial. Això tenia una doble implicació. En primer lloc, obria la porta a l’aplicació de paràmetres econòmics neoliberals a la producció, la distribució i el consum de béns i serveis culturals. En segon lloc, situava la cultura en un rol protagonista de certs models de desenvolupament regional i urbà.

Convé tenir clar aquest punt si volem entendre el paper que han tingut les polítiques culturals a Barcelona, i agafar aquesta perspectiva per entreveure quina ha de ser la nova política de la cultura a la revolució ciutadana.

Les polítiques culturals de les últimes dues dècades no poden ser criticades només sota el prisma que ens parla de la mercantilització de la cultura que va tenir lloc durant la segona meitat del segle passat. El que ens exigeix l’exemple del Banc Mundial és entendre de quina manera la cultura ha estat funcional per a finalitats polítiques i econòmiques en les polítiques de desenvolupament per a certs territoris. **No és que es mercantilitzi la cultura, sinó que la cultura es converteix en una eina de govern i en un recurs per mercantilitzar la ciutat.**

Quan les **polítiques culturals** van començar a ser dissenyades per tenir efectes directes en processos urbans, socials i econòmics, la cultura es va convertir en una esfera d’alt voltatge polític. **En nom de la cultura s’han portat a terme projectes de planificació urbana, processos de revalorització del sòl, intents de fomentar la substitució social**

**en zones de la ciutat degradades o en declivi (expulsió de poblacions envellides o empobrides de determinats barris, substituint-les per noves classes mitjanes urbanes).** També amb l’excusa de la cultura s’han exercit pràctiques tendents a **produir una identitat que ajudés a situar les ciutats en posicions d’avantatge en un mercat global competitiu.**

**Barcelona ha estat un important laboratori reconegut internacionalment a l’hora d’emprar la cultura com a un recurs per a la remodelació urbana, i per vendre una identitat pròpia en el mercat competitiu de les ciutats globals.**

No per casualitat, exactament al mateix temps que les declaracions del president del Banc Mundial, l’Ajuntament de Barcelona llançava el seu primer **Pla Estratègic de la Cultura (1999), posterior a la creació de l’ICUB (Institut de Cultura de Barcelona, 1996).** Amb aquest pla es volia fomentar que tota una sèrie d’elements culturals tinguessin un paper central en la construcció de Barcelona com a capital global. La inversió en cultura es reforçava per adaptar la ciutat a un mercat internacional i permetre’n l’escalada en el rànquing de “capitals culturals”.

Aquests plans no es dibuixaven a l’aire. Barcelona era una ciutat molt adequada per a aquest Pla Estratègic, que se sostenia sobre el ric humus d’una metròpoli on les contracultures, l’experimentació cultural d’avantguarda i les cultures populars, molt diverses, així com unes estructures incipients d’empresariat cultural gens menyspreables, havien proliferat molt especialment des de la dècada de 1960. Dit d’una altra manera: **aquesta planificació estratègica buscava fomentar de manera controlada aquest teixit, per posar-lo al servei de la construcció d’una ciutat-empresa i una ciutat-marca competitiva en el mercat global.**

**El primer Pla Estratègic de la Cultura ja declarava una estreta relació entre cultura i**

**sector turístic, i es programava la funció que els grans esdeveniments culturals tindrien per impulsar la imatge de Barcelona.**

També, el paper del patrimoni modernista com una forma de fixar l'“atractiu” de la ciutat, la possibilitat d'incrementar públics (turistes) amb l'oferta cultural o el foment d'anys temàtics amb pretextos culturals com l'Any Gaudí el 2002, l'Any del Disseny el 2003 o el Fòrum Universal de les Cultures el 2004. Per descomptat, els Jocs Olímpics del 92 van ser el prototip d'aquest disseny estratègic, amb una governança urbana centrada en una ambigua participació, i que implicava el conjunt de la ciutat en la producció d'un imaginari tenyit de “cultura”. Tot plegat guiat pel vector dels grans interessos empresarials i financers locals i amb vistes a fomentar la inversió de capitals estrangers.

El 2006 es va llançar un **segon Pla Estratègic de la cultura a Barcelona**. Més amable en la formulació, aquest segon Pla mostrava en tot moment una tensió contradictòria entre:

- L'apel·lació a l'“excel·lència”.
- El foment de la “indústria”.
- La funció “social” de la cultura.

Es plantejava la necessitat de crear espais d'accés a la cultura per a tota la ciutadania mitjançant polítiques “descentralitzadores”. Es prometia dotar de més recursos i millors per al “teixit creatiu”, així com aconseguir una hipotètica millora de les condicions per desenvolupar-ne tot el potencial.

## **2. La cultura com a eina per al benefici de les elits i la precarització de la ciutat**

Avui dia, podem diagnosticar com aquests plans han produït determinades tendències:

» **La cultura ha estat emprada com a una forma de govern urbà que homogeneïtza la ciutat.** Apel·lar amb bones paraules a la integració de les diferències mitjançant la cultura ha servit per desplaçar conflictes

socials en benefici d'un imaginari urbà multicultural. S'ha promocionat tot allò “adaptable” a l'oferta de la marca Barcelona en detriment de formes de cultura dissonants. El resultat és una governança des de dalt que ha camuflat la nostra complexa realitat urbana determinada amb eslògans que poden penetrar millor en el mercat.

» **Aquesta forma de governar la cultura ha beneficiat les elits urbanes amb capacitat per controlar els espais on es podia capitalitzar la marca Barcelona.** El capital simbòlic produït socialment s'ha utilitzat per subhastar la ciutat en benefici no del teixit local, sinó dels grans inversors que treuen un rèdit d'aquest paisatge col·lectiu. Barcelona s'ha convertit així en un escenari obert a la inversió de grans lobbies turístics i immobiliaris i de les grans corporacions que hi ha al darrere, per exemple, d'estratègies com la ciutat intel·ligent (*Smart City*). Hi ha, per tant, una connexió no sempre aparent entre les polítiques culturals i la venda de parcel·les de territori a elits financeres, com en el cas del Port Vell.

» **La centralitat de la cultura en les polítiques de remodelació de la ciutat ha provocat, paradoxalment, la degradació de la ciutat, també com a espai de producció cultural.** Barcelona com a ciutat-marca ha capturat contínuament totes les qualitats del seu entorn (territorials, culturals, socials) per crear “valor diferencial”, per projectar els signes de distinció que la fessin desitjable a la inversió especulativa o al consum. Barcelona ja no sembla una ciutat construïda per una ciutadania que produeix una cultura rica, heterogènia i dinàmica. Avui dia sembla més aviat una ciutat dissenyada mitjançant un recurs cultural banalitzat i posat al servei de la fredor comercial.

Algunes anàlisis crítiques proposen una interpretació tancada de les dades anteriors. Plantegen la marca Barcelona com a un projecte totalitzador plenament reeixit, sense que amb prou feines hi hagi hagut un

fora ni un dins crític. Però nosaltres volem assenyalar tres aspectes que ens permeten parlar més aviat d'algunes ambivalències. Tenir en compte aquestes ambivalències és vital per poder plantejar-nos què cal fer a partir d'ara:

- » **La centralitat que la cultura ha adoptat en les polítiques generals fa que Barcelona sigui actualment una ciutat àmpliament dotada d'equipaments.** La gran dotació d'infraestructures culturals que té Barcelona resulta òptima per a una nova planificació cultural democràtica i d'iniciativa ciutadana.
- » **Malgrat tot, s'ha anat regenerant a la ciutat un teixit cooperatiu que produeix, difon i distribueix la cultura.** Encara que moltes vegades aquest teixit cultural cooperatiu –formal i informal– estigui condicionat per les polítiques i institucions culturals oficials, en sigui dependent o s'hi vinculi, opera des d'un enfocament totalment diferent. El fet d'estar fortament precaritzat indica que s'ha de plantejar, des d'unes noves polítiques culturals, la necessitat de donar-li suport i fomentar-lo sense supeditar-lo als interessos econòmics i polítics de les elits.
- » **La funció de la cultura com a canalitzadora o neutralitzadora de la diversitat o del conflicte social pot ser perfectament transformada en un altre model que, fent ús dels equipaments, els recursos o les polítiques preexistents, permeti una relació menys instrumental entre el teixit cultural popular de la ciutat i les polítiques urbanes oficials.** Es tracta d'invertir la relació entre “cultures populars” i “polítiques culturals institucionals”. D'una banda, les polítiques institucionals han d'atendre els conflictes que la ciutadania expressa per plantejar-ne la resolució democràtica i no la neutralització mitjançant la “cultura”. De l'altra, les “cultures populars” de la ciutat han de tornar a ser reconegudes com l'agent polític de primer ordre que han sigut històricament, i no com a una decoració de la ciutat-marca.

### 3. Canvi de rumb: de la cultura com a recurs a la cultura com a bé comú

Un canvi de rumb en les polítiques culturals de la ciutat, que permeti a la cultura articular-se amb revolució de la ciutadania, s'ha de plantejar a través un diagrama d'intervenció en tres vectors:

- a) **La gestió cooperativa de la cultura i de la producció del coneixement.** Es tracta de sostenir i fomentar les xarxes i els espais existents on té lloc la cooperació cultural mitjançant la interacció d'agents autònoms, encara que habitualment en relació flexible amb les institucions públiques. És urgent desprecuaritzar la producció cultural cooperativa de la ciutat evitant que sigui utilitzada com a pur recurs per a la ciutat-empresa, regulant les contractacions externalitzades i prioritant la col·laboració municipal amb les petites i mitjanes cooperatives culturals com a una mesura de redistribució cap a la ciutadania del capital simbòlic i econòmic que aquestes cooperatives ja produeixen.
- b) **La gestió publicocomunitària de la cultura.** Són les institucions de cultura popular (ateneus, centres cívics, centres socials), que a vegades són autogestionades i d'altres fan ús d'infraestructures o recursos que han cedit les institucions públiques. S'ha de dotar-les d'un marc regulador que les reconegui com a agents politicosocials protagonistes en la vertebració dels barris, diferents dels interessos empresarials privats i amb una rellevància superior a la mera decoració cultural de la ciutat.
- c) **La gestió pública de la cultura.** Són institucions culturals amb equipaments públics (museus o grans centres culturals com a imatge típica, però també equipaments municipals de menys envergadura). Els equipaments culturals municipals han de respondre al mateix grau d'ètica, transparència i fiscalització ciutadana que la revolució democràtica ciutadana està exigint als seus representants en la gestió pública.

Tenint com enfocament aquest triple vector, les mesures públiques per facilitar que la cultura sigui un bé comú s'han de centrar a vetllar pel dret a la cultura, garantir l'accés i les condicions per produir cultures en el conjunt del territori i fomentar un domini públic obert i accessible de recursos culturals. En aquest sentit, cal resituar les intervencions públiques en l'àmbit cultural entenent aquesta esfera de producció, creativitat i sociabilitat com a un dret de tots el barris i no com a un pretext per culminar processos polítics i econòmics que beneficien a estrats socials benestants.

### **1. Infraestructures culturals de proximitat.**

Programes públics com les Fàbriques de Creació o Barcelona Laboratori i el foment d'espais de creació experimental i de cultura popular han d'estar al servei de la diversitat cultural, la innovació ciutadana i la proximitat, articulant-se amb el teixit territorial. Cal potenciar el treball en xarxa amb plans comunitaris, ateneus, casals de barri i centres cívics. Aquests espais i xarxes culturals no poden quedar limitades a programacions culturals puntuals i s'han d'obrir a l'ús ciutadà per aprofitar els recursos invertits i les infraestructures ja existents. S'han d'optimitzar formes híbrides de gestió pública com la titularitat publicocomunitària amb marcs reguladors que garanteixin l'autonomia alhora que s'implementen processos d'avaluació i transparència.

**2. Inclusivitat per reconeixement.** Per produir una ciutat culturalment inclusiva són del tot necessàries mesures com la tarificació social, equipaments accessibles per a persones amb diversitat funcional, enfortir xarxes d'acció cultural de comunitats migrants així com optimitzar i fer efectius els acords i programes de govern dissenyats amb aquest objectiu. Però també, produir una nova línia de mesures no tant de capacitació i accés convencional, sinó de reconeixement i dotació de recursos per a les infraestructures socials activades per les mateixes comunitats.

**3. Regular els efectes sobre el territori dels esdeveniments culturals.** Tota intervenció

pública sobre el valor cultural d'un territori produeix efectes sobre el sòl i sobre la composició socioeconòmica dels barris. S'han d'implementar mesures democràtiques de contrapès als impactes socials negatius que poden produir els equipaments i els grans esdeveniments culturals com la gentrificació, l'homogeneïtzació de l'oferta cultural, la mercantilització de recursos comuns, els monopolis d'empreses de serveis o la privatització de l'espai públic.

**4. Canvi de govern dels arxius i del patrimoni.** La cobertura pública dels arxius i del patrimoni s'ha limitat a centralitzar-los i unificar-los en grans contenidors que homogeneïzen els relats de la memòria, les identitats culturals i les diverses històries de vida de Barcelona i dels seus barris. S'han d'activar mesures per fomentar i acompanyar amb recursos les infraestructures arxivístiques i patrimonials ja produïdes socialment, sense determinar-ne els continguts ni els relats que els donen sentit.

**5. Una nova economia de la cultura.** Una economia creativa centrada en l'imperatiu dels drets d'autor i les patents no és socialment ni econòmicament sostenible. Fomentarem l'ús de llicències obertes de propietat intel·lectual i de propietat industrial, apostant de manera efectiva per un domini públic obert i accessible de recursos culturals (patrimoni intangible, producció contemporània, coneixements científics) que alhora pugui revertir en l'impuls d'una economia de la cultura articulada des del teixit local i el control públic.

De forma general, les polítiques culturals d'una revolució ciutadana a Barcelona han de facilitar i optimitzar l'existència de la cultura com a un bé comú. Es tracta no només de potenciar la multiplicació del teixit social de la cultura, sinó de fer que els seus resultats siguin accessibles per a tota la ciutadania, sense distincions.

**La cultura com a una pràctica i com a un dret de la ciutadania, no com a un recurs per als interessos de les elits.**