

Barcelona no necessita l'Hermitage

El projecte Hermitage, en clau cultural

Quina és la singularitat cultural del projecte Hermitage? Té sentit en l'ecosistema cultura barceloní? Necessita Barcelona una franquícia d'un gran museu internacional? Què li aporta? En què pot contribuir al desenvolupament cultural de la ciutat? Aquestes són algunes de les qüestions que se'm van plantejar i que són l'objectiu d'aquest informe.

Per respondre aquestes qüestions, per avaluar el projecte Hermitage des d'un punt de vista cultural, ens hem de moure en dos plans: el projecte en si mateix i el marc cultural barceloní en el qual es pretén instal·lar. La primera tasca resulta complicada per la indefinició dels documents culturals aportats pels promotors d'Hermitage Barcelona. La segona és inevitablement subjectiva: la meua manera d'entendre la cultura barcelonina a partir de la meua experiència de molts anys, especialment els vint-i-un que vaig estar al capdavant del CCCB. I naturalment entrarà en debat amb altres posicions en un moment

en què els grans museus internacionals –no pas tots, perquè alguns s’han negat a entrar en aquest joc– han trobat en les franquícies una font de negoci i les han posat de moda i, a Barcelona, la ideologia de la meritocràcia i de l’emprenedoria i altres faules de la globalització han generat un peculiar provincianisme cosmopolita.

Aquest document, doncs, es divideix en dues parts: anàlisi del projecte Hermitage (què és pot dir del poc que en sabem) i unes reflexions sobre l’ecosistema cultural barceloní.

I. El projecte Hermitage

Cultura de satèl·lit

Per entendre el que Hermitage Barcelona es proposa disposem de tres elements: el document «Museografia» inclòs en les cinc-cents pàgines de documentació de tot tipus (econòmica, fiscal, contractual, administrativa, arquitectònica i museogràfica) que els promotors van presentar, amb data de 2018, a l’Autoritat Portuària de Barcelona; una memòria posterior descriptiva del Projecte Hermitage Barcelona, el seu abast de visió i compromís, que és en part una síntesi dels documents anteriors; i dos documents de darrera hora –rebutts a finals de 2019–, un que anuncia l’exposició estrella per a l’any 1 –«The History of Art», through the State Hermitage Collection–, acompanyada d’una llista de les possibles primeres exposicions, i un estudi dirigit per Lluçia Homs i Fèlix Riera (Hans&Gretel):

«Factores clave para el desarrollo del Museo Hermitage de Barcelona». Però, tanmateix, em sembla que el més aclaridor de tot plegat són les declaracions de Mikhaïl Piotrovski, director de l'Hermitage, a Ignacio Orovio publicades a *La Vanguardia* (1/12/2019), no només per l'autoritat que se li suposa sinó, sobretot, per la claredat i la contundència amb què s'expressa.

«Museografia» és el document més desenvolupat i més consistent i porta la marca de Jorge Wagensberg, que havia de ser el referent intel·lectual del projecte. Jorge Wagensberg, catedràtic de física (teoria dels processos irreversibles) a la UB, científic de prestigi i innovador en la museografia dels museus de la ciència durant els anys que va dirigir CosmoCaixa, era el cap del projecte cultural d'Hermitage Barcelona quan va morir el 3 de març de 2018. Sense ell el projecte ha perdut una referència intel·lectual reconeguda. La memòria de Wagensberg és fonamentava en el que ell anomenava «museografia total», a la cruïlla de l'art i la ciència, un mètode innovador aplicat, segons el seu parer, per primera vegada a CosmoCaixa: «peces originals, fenòmens reals, metàfores museogràfiques», aquesta seria la síntesi combinatòria del model. El projecte Hermitage pivotava sobre aquesta idea per conformar «un espai de trobada per al coneixement: idees, continguts, llenguatges, sempre prioritzant la relació art i ciència», encara sense anar gaire més enllà en la seva definició. Però si ens atenim a les autoritzades paraules de Mikhaïl Piotrovski, el projecte Wagensberg ja és història: «La mort de Wagensberg per a nosaltres va ser un cop dur a nivell humà, i també per al projecte, perquè havia plantejat unes línies molt interessants.

Però hem detirar endavant el projecte, encara que sense Wagensberg potser és difícil continuar en aquesta línia. Hem de parlar amb els nostres socis per escollir l'estratègia més adequada». És a dir, a primers de desembre el projecte restava enlaire: «Hem de pensar alguna cosa especial per a Barcelona».

I efectivament el darrer document que Hermitage Barcelona ha fet circular en confirma la interinitat. L'única concreció és la que seria l'exposició inaugural: «La història de l'art a través de la col·lecció de l'Hermitage, acompanyada d'una llista de cinc *potential curators*: Rosa Martínez, Olga Subirós, Ashley James, Norman Rosenthal i Vincent Delieuvin. I amb una llista de *potential artworks* d'aquesta primera exposició: un exemple típic de cultura de franquícia: noms coneguts, projecte banal. Completa el document una llista de properes exposicions que van d'una Galeria de Retrats del Segle XVII a una retrospectiva de Cecil Beaton o les Joies de la Cort Russa. Això sí, encapçalades per «Intel·ligència artificial i diàleg intercultural», que té tot l'aire d'homenatge a Wagensberg i de comiat del seu projecte.

A hores d'ara, doncs, l'Hermitage no té un projecte museogràfic digne d'aquest nom. Simplement, un catàleg d'exposicions convencionals amb marca Hermitage. Piotrovski diu que caldria pensar alguna cosa diferent per a Barcelona. Ara com ara, no es veu.

I el document de Hans&Gretel no ajuda a aclarir-ho. No és un projecte museogràfic —perquè segur que no és el que els van demanar. Són unes consideracions generals sobre l'Hermitage

i la ciutat amb la intenció d'aprofundir la relació amb Barcelona i «traçar un diàleg adequat entre la ciutat, la comunitat cultural, la societat civil i les institucions públiques». És a dir, un seguit d'elements per a un debat sobre la qüestió central: què aporta una franquícia Hermitage a Barcelona? O dit d'una altra manera: necessita l'Hermitage, Barcelona?, i un intent de donar un cert suport cultural a Hermitage Barcelona, més enllà de l'estigma de negoci amb coartada cultural que porta i de l'escàs compromís demostrat en el passat amb les ciutats escollides. Res estrany si ens atenim a les declaracions de Mikhaïl Piotrovski, en les quals defineix sense equívocs la seva política: una estratègia de «museus satèl·lits». Com s'ha d'entendre aquesta estratègia? Com «un sistema molt mòbil, flexible, inconstant, que pot canviar d'òrbita com els satèl·lits». Prova: «en alguns llocs, hi hem estat set anys i hem hagut de tancar per falta de recursos».

Conclusió: avui no hi ha un projecte cultural Hermitage. I les indicacions més concretes apunten a una franquícia convencional, un seguit d'exposicions a partir de l'immens fons de l'Hermitage («donar a conèixer les nostres col·leccions», Piotrovski) sense cap proposta museística singular. Un cop decaigut el projecte Wagensberg, ara per ara no hi ha altre projecte que «esperar que es pugui construir l'edifici per aparèixer». I si no, «buscarem una altra ciutat», en paraules del director de l'Hermitage. Una franquícia d'un gran museu no és un museu; per ser-ho, cal un projecte cultural específic capaç de definir una institució singular. Una institució cultural —pública o privada— requereix molt més que

un simple contracte de préstec de l'ús d'una marca, de cessió d'obres i de tutela amb un museu estranger. Llevat que confonguem un equipament cultural amb un centre comercial i la cultura amb una estratègia de consum.

II.- L'Hermitage i l'ecosistema cultural barceloní

Model i no còpia

1.-**L'aposta.** Miguel Zugaza, llavors director del Museu del Prado, en una entrevista de Teresa Sesé a *La Vanguardia* (21 de juliol de 2014), preguntat sobre l'Hermitage a Barcelona, deia: «Jo m'estalviaria una franquícia d'aquest o de qualsevol altre museu i el que faria és donar suport als museus ja existents. [...] Cal apostar pel teixit institucional i cultural que té la ciutat». I afegia: «No crec que Barcelona i Madrid necessitin aquest tipus d'operacions».

Comparteixo la idea de Zugaza i les seves reserves sobre el model de franquícies. El concepte de museu està en joc i, com diu Zugaza, hi ha operacions difícils d'entendre, com que el Louvre obri una seu a Abu Dabi. No és pas amb operacions que poden tenir una justificació financera i intencions polítiques, però no culturals, que vindrà la renovació museogràfica que actualitzi unes institucions que porten a sobre el pes de la història.

Però anem a Barcelona. Està de moda en alguns sectors la idea d'una Barcelona culturalment deprimida, un debat en què la realitat es creua amb motivacions polítiques i amb maniobres de *lobbies* d'un cert provincianisme que ho passa tot pel sedàs del turisme, del consum i de la marca. No entraré en aquest debat, amb massa cartes marcades i que requeriria prèviament fer neteja d'uns quants tòpics. És evident que Barcelona va iniciar als anys vuitanta i va culminar als noranta una espectacular operació de creació de noves institucions culturals i de transformació de les ja existents, paral·lelament amb el gran canvi de la ciutat. I que aquell cicle ha completat el cicle que llavors es va obrir. Ara s'està en la fase de transformació i renovació generacional, i en un marc de certa convulsió política i institucional pot haver-hi una certa sensació d'estancament o de transició. Però aquests judicis depenen també dels criteris amb què s'efectuen. I si la valoració es fa només segons criteris quantitativs (de turisme i consum) o comparatius (amb realitats que no tenen res a veure), difícilment s'avançarà. És ridícul lamentar que a Barcelona no es puguin fer grans exposicions com la de Leonardo del Louvre, per posar-ne un exemple recent, perquè és impossible en la mida que no tenim un museu nacional d'Estat d'aquestes dimensions i, per tant, les nostres prioritats culturals van per un altre cantó. Com també és ridícul voler convertir el Macba en un museu tradicional d'art contemporani de visita obligatòria quan no es té una col·lecció del gruix i les dimensions per ser competitiva al màxim nivell i, per tant, el que s'ha de fer és un model innovador d'aposta per la creació contemporània que es guanyi

així el caràcter referencial. La potencialitat de la ciutat és enorme en els àmbits acadèmic, creatiu, participatiu i social, i el que cal és mobilitzar tot això. I els que ho han fet ja tenen un lloc al món. Estic segur que si uns drons, qualsevol dia a partir de les set de la tarda, ens fessin una fotografia que penetrés espais públics i privats de la ciutat, ens quedariem perplexos per la quantitat de grups de persones que veuríem fent alguna activitat cultural. Aquest potencial existeix. Què falla a l'hora d'activar-lo cap a grans projectes, de fer-lo visible i de reconèixer-lo? Això també és cultura i no només els grans equipaments.

Ni esnobisme, ni marca, ni papanatisme que descobreix cada dia una cosa nova que resulta que era més vella que l'anar a peu. La cultura em sembla cabdal per al futur de Barcelona (entenent Barcelona com a cap d'una Catalunya tota ella metropolitana, cosa no gens banal) Primer: perquè la cultura és bàsica en qualsevol societat, com a complement i prolongació de l'educació i com a marc d'expressió, relació i referència. Cal fer polítiques culturals perquè afegir cultura a l'ensenyament és contribuir a igualar les oportunitats i fer créixer el desenvolupament de les persones. Segon: perquè el paper polític de les ciutats serà cada cop més important en la mesura que els estats perden pes i influència, a vegades són ineficients per massa grans, d'altres per massa petits: la sostenibilitat ambiental, la immigració, la formació bàsica i l'assistència cada cop seran més locals; la proximitat és determinant. Tercer: per fer-ne una ciutat poderosa en *softpower* (innovació, creació, divulgació). I quart, per mantenir la seva capacitat de pol

d'atracció com a ciutat de proporcions humanes i confortable en el sentit fort de la paraula. I dintre d'aquesta confortabilitat, la distància, el criteri per saber-se protegir de l'acceleració que vivim.

2.- **Una ciutat de primer nivell.** Fins i tot en el cas que fos certa la hipòtesi de la Barcelona culturalment decaiguda, l'Hermitage no és la solució. L'autoestima no es compra, es conquereix desenvolupant les pròpies potencialitats, que a Barcelona són molt grans. Què és el que fa que una ciutat sigui culturalment de primer nivell mundial?

a.- **La voluntat de ser model i no còpia.** Barcelona és una capital sense Estat amb una potent consciència cívica. Amb la complicitat de la ciutadania ha demostrat capacitat recurrent de transformar-se i de reinventar-se. La darrera gran transformació –la que es va emprendre als anys vuitanta (i que té els Jocs Olímpics del 92 com a icona)– es va fer sobre una intuïció política: Barcelona va justa de *hardpower* –no té un gran poder econòmic, amb unes elits claudicants que han perdut pes els últims anys, ni té un gran poder polític– però té la força del *softpower*: creativitat, idees, coneixement, capacitat d'imaginar i inventar. I aquesta és la clau de la seva potència cultural. I és des d'aquesta capacitat que s'ha de pensar la cultura barcelonina. I construir un model singular, propi d'aquelles ciutats que no disposen de la tutela directa d'un gran Estat, però que fruit d'una profunda cultura civil és capaç d'inventar projectes propis, de buscar la singularitat de les

coses que fa i no buscar d'on copia, i de fer d'un estil la manera d'estar en el món. Què tenim que els altres no tinguin? En què tenim més experiència que altres ciutats? Podem ser capaços de ser un lloc de pas per on hagin de transitar els creadors i la creació?

b.- La capacitat d'implicar la ciutadania. I això vol dir fer-la sentir actora i no consumidora de la cultura. La força cultural d'una ciutat no és el nombre de turistes que hi passen (hi pernocten una mitjana de 2,3 nits), ni el nombre de visitants estrangers dels museus; és, en primer lloc, la participació de la ciutadania. I la resta es donarà amb escreix. El nombre de turistes que visiten els museus està més en el territori del consum que en el de la cultura. El consum, per definició, és una cosa que s'esgota en si mateixa. La cultura vol dir singularitat, continuïtat, creació d'un teixit potent, que és el que va fent la força de la ciutat. I aquí una franquícia estrangera hi té poc a aportar.

c.- Un patrimoni cultural potent. Barcelona el té amb molts registres i nivells, amb el pla Cerdà com a emblema —un dels grans èxits de la ciutat, que sovint s'oblida que va ser construït només en quaranta anys— d'un patrimoni urbanístic i arquitectònic singular que salta de l'època medieval al segle XIX, gairebé sense passar per l'arquitectura dels anys de les monarquies absolutes. Però una ciutat de tradició més civil que

política no té les grans col·leccions d'Estat com el Louvre o el Prado. Té el patrimoni medieval (al MNAC) i té la modernitat, amb la singular figura de Gaudí entremig. Té el Museu d'Història i la Biblioteca de Catalunya. Té els museus i les institucions de nova creació i moltes altres coses més. I aquest teixit configura la singularitat de la ciutat: més civil que polític, més Milà que Roma, i amb salts molt significatius, el darrer la gran transformació urbanística i cultural dels vuitanta, que és ja en si mateixa patrimoni i, en part, model universal. Poques ciutats tenen, a més, patrimoni de tres icones universals com Gaudí, Miró i Picasso. I són les característiques del seu patrimoni el que determina les seves institucions. I obliguen a desenvolupar estratègies en conseqüència per ser model —és a dir, partint del que tens, anar molt més enllà— i no pas còpia. Catalunya té el romànic, el gòtic i el segle XIX, em deia un exdirector d'un museu barceloní. Això en part és veritat, però també és una mica trampós. Aquesta adscripció patrimonial del projecte cultural em sembla ridícula. Potser forma part de la filosofia espontània dels directors de museus, però per mi l'error és de base. El projecte cultural no està tant en el que té una ciutat com en el que sap fer una ciutat a partir del que té. I això ho pot fer qui té col·lecció i qui no en té. Hem de partir del que sabem fer —no només a partir del que tenim— i aprendre a fer més i a connectar de veritat amb l'entorn, amb el món, potenciant aquells àmbits en els quals Barcelona excel·leix més: ara i en el passat. I anar incorporant la mirada humanística a les noves tecnologies, especialment les biotecnologies. I reforçar la relació dialèctica que ens porta als problemes

bàsics de la convivència, la condició humana i els equilibris entre natura i progrés, que hauria de marcar la renovació de les institucions culturals. Tot això sent actius en fer trama entre ciutats.

d.- **L'exigència.** Saber triar, per tant, aquelles coses en les quals som més competents i explorar-les a fons. Reforçar la relació entre educació, universitat i institucions culturals per fer i renovar les apostes en les quals es pugui ser especialment competitiu. Barcelona sempre ha estat una potència amb tot el que té a veure amb la funció «bio» (les ciències de la vida i la salut en tots els seus decantaments). La Universitat Pompeu Fabra vol esdevenir la universitat de la salut planetària i el benestar. Aquí hi ha un camp enorme per desenvolupar que pot interpel·lar moltes institucions educatives i culturals per fer de Barcelona un punt referencial mundial. Això és un exemple de la cultura de model i no còpia que la ciutat requereix i que justifica projectes i inversions amb suport públic. I és només un exemple.

e.- **Ser capaç d'estar en el mapa global de la cultura.** Per això s'ha d'aconseguir un perfil referencial amb singularitat pròpia. Estar en el mapa global no vol dir portar institucions de fora aquí, ni les d'aquí a fora; vol dir ser un nodus imprescindible a partir d'aquelles especificitats en les quals per història, per cultura, per manera de viure o per

sensibilitat es tenen més coses a dir i a aportar. I és aquí on s'ha de ser exigent amb els poders públics i amb les pròpies institucions. Des que Frédéric Edelman va utilitzar al diari *Le Monde* l'expressió «model Barcelona», aquesta ciutat ha estat referència en el món del'urbanisme i de l'arquitectura, malgrat que en els últims temps la crisi del consens social de la transició sobre el projecte de ciutat (que es va fer evident amb el desastre del Fòrum de les Cultures de 2004) ha repercutit negativament en la imatge urbanística de Barcelona. El repte del canvi d'escala –la Barcelona metropolitana– hauria de ser una oportunitat de recuperar el terreny perdut. El saber fer urbà té tradició a Catalunya. La condició de capital d'una nació sense Estat ha fet de Barcelona el que podríem dir-ne una ciutat cívicament pura, poc contaminada. De l'arquitectura medieval passem quasi sense solució de continuïtat al que podríem anomenar l'arquitectura burgesa. Barcelona, amb el seu rerefons romà i medieval, és per sobre de tot una ciutat del XIX i del XX. Ildefons Cerdà, el que va donar forma a la Barcelona moderna, és el fundador de l'urbanisme modern. I des de llavors la qüestió urbana no ha estat només un problema d'especialistes sinó que ha comptat amb la societat civil i les seves institucions intermèdies. Tot això és el que ha donat a Barcelona veu al món. Aquesta capacitat de ser universal a partir de l'experiència pròpia és el que marca el camí.

f.- Ser actor és una condició per ser receptor.

Portar exposicions de fora pot tenir sentit, però sempre amb una

implicació des d'aquí. Compartir projectes vol dir intervenir també en la seva gestació. Barcelona ha d'aspirar a ser soci, no comprador. I afortunadament ja ho és en molts casos. Però per això s'ha d'estar consolidat com a actor de primer ordre. I és una feina i una ambició que ningú no ens regalarà i que exigeix un esforç i una mobilització cultural que no es poden confondre amb la lògica del negoci banal.

3.- **La moda i el context.** Tanmateix, el debat sobre l'Hermitage es fa en un context que mereix dues consideracions:

a.- **La moda de la globalització i la cultura d'aparador.** El sector cultural és definit avui com un espai més en el sistema de producció i consum, amb una conseqüència previsible: els criteris d'avaluació (i, per tant, d'evolució) acaben sent els mateixos de qualsevol altre àmbit, els que determina el mercat, el preu i el nombre de consumidors com a mesura de totes les coses. Quan sento parlar de consum cultural se'm glaça l'espina. Malament rai quan la cultura es deixa atrapar per les idees rebudes, per les paraules que es repeteixen com veritats adquirides sense que ningú no en posi en qüestió el significat. Malament rai quan l'artista adapta el seu impuls creatiu a les exigències d'un marxant sota la promesa d'immortalitat econòmica.

Es pot consumir la cultura? A vegades, les visites al diccionari són il·lustratives. Consumir és «fer desaparèixer un producte emprant-lo com a aliment» o utilitzar-lo «per satisfer

una necessitat real o creada». I és també una afecció que «crea l'amagriment» i «minva la salut». Totes aquestes definicions corresponen perfectament a la lògica del consum sobre la qual s'estructura la legitimació de l'actual sistema econòmic. Els objectes que consumim desapareixen: o ens els mengem o els destruïm (perquè són nostres i ens han ensenyat que no hi ha límits en la disposició del que és nostre) o els oblidem ràpidament (perquè està en la lògica del consum que el desig d'un nou objecte preval sobre la relació amb l'objecte aconseguit, fent, d'aquesta manera, de l'experiència un moment inconsistent, pur trànsit d'un objecte a l'altre). La creació cultural és, alhora, obra oberta i objecte singular amb voluntat de permanència, oberta a la crítica i a la interpretació, però fita incorporada al paisatge dels signes, és a dir, a la construcció del sentit. La conducta consumista devora o llença l'objecte del desig. És una relació sense experiència. O, dit d'una altra manera, és el grau zero de l'experiència humana. Fer de la cultura un simple objecte de consum és una manera de banalitzar-la. Carn d'estadístiques, apunt comptable al compte de resultats. Si la relació cultural no té la intensitat d'una vertadera experiència és un fracàs.

b.- **L'ecosistema cultural barceloní.** Òbviament te molt camp per millorar. No disposa del finançament públic de què gaudeixen els equipaments d'Estat (i quan hi arriba és sempre limitadament). Hi ha abundància de discurs pessimista sobre la cultura barcelonina. Des d'un cert elitisme, s'insisteix que Barcelona ja no és el que era. Que en els darrers anys ha perdut projecció. Que l'hegemonia ideològica del nacionalisme l'ha fet

culturalment provinciana i mediocre. Acostuma a ser una anàlisi resultant de tres factors: un cert rebuig aristocràtic a la democratització de la cultura; una melancòlica mitificació de la vida cultural barcelonina del tardofranquisme; i una certa incomoditat per la realitat bilingüe del país (en aquest cas des de la perspectiva del castellà).

Però a una conclusió semblant de mediocritat i signes de perdició sovint també s'hi arriba des d'un altre cantó: els que veuen la cultura barcelonina massa contaminada, amenaçada no només pels poders econòmic i polític espanyols sinó també pels canvis en la composició demogràfica del país. Massa forasters, diuen alguns que viuen encara en el somni impossible de les societats homogènies. L'etern temor a la diversitat cultural real.

La por a la democratització de la cultura i la por a la pèrdua dels privilegis dels de casa, aquest és el rerefons d'aquestes dues crítiques. Ni l'una ni l'altra ajuden a posar Barcelona al món. Ni l'una ni l'altra fan justícia a la realitat de la cultura barcelonina, quan precisament una pluralitat creixent és una de les característiques principals de la cultura barcelonina. Deixar enrere el discurs multiculturalista i avançar cap a la ciutat pluricultural és una de les claus de Barcelona.

Barcelona té un important teixit cultural creatiu. És, això sí, dispers, irregular quant als nivells de qualitat, i no sempre capaç de trencar les barreres que els separa dels mitjans de comunicació que donen notorietat i existència.

Tanmateix, molts d'aquests grups de creació i producció cultural continuen sent invisibles, només afloren de tant en tant. Però formen una massa crítica que cada cop dona emergència a més mostres de talent. Sempre està latent el risc que Kundera descriu com a propi de les cultures petites: que a còpia de fer entrar molta gent a la foto, per fer massa crítica, aquesta ens resulti tan apaisada que els caps dels que sobresurten quedin tallats.

El teixit és complex: institucions culturals públiques, grans institucions privades d'enorme potencial, com la Fundació La Caixa (CosmoCaixa, CaixaForum, Palau Macaya) o la Fundació Vila Casas, el sistema acadèmic i educacional i una munió d'iniciatives ciutadanes. La solidesa del teixit institucional estructura. I iniciatives amb vocació de saltar fronteres culturals i socials, com la Biennial de Pensament Ciutat Oberta, hi ajuden poderosament.

Cal evitar els riscos de l'endogàmia. La tendència a parlar per a i sobre nosaltres mateixos és un risc que corren totes les cultures. I encara ho és més en una cultura que ha de defensar una llengua contra tot tipus d'obstacles. Però per figurar en el món s'ha d'estar en el món. I això vol dir problemes, tendències i canals. Problemes: saber interpretar les qüestions que interessin el món i tractar de dir-hi la nostra. Tendències: buscar formes d'empatia amb les diverses sensibilitats culturals i artístiques i buscar la mútua inseminació en una cultura universal cada cop més mestissa, menys ètnica. Canals: construir els instruments necessaris,

públics i privats, per vehicular la producció cultural barcelonina al món i per connectar amb els llocs de producció i distribució mundial. Sempre com a actors, mai com a simples receptors.

En aquest sentit, és molt important la claredat d'idees en la relació entre cultura i indústria. Certament, la cultura només s'expandeix a partir d'una indústria cultural forta. Però la cultura no pot caure en la trampa del seguidisme de la indústria cultural. És la millor manera que acabi perdent potència creativa. Per això, és imprescindible optimitzar la relació entre les institucions públiques i les institucions privades que comparteixen un interès cultural més enllà de l'estricta interès de negoci. De la mateixa manera que ha de ser fluida la relació cultura-indústria, sabem que forçosament tindrà sempre punts de conflicte. I les noves tecnologies ofereixen vies òptimes per consolidar aquesta relació.

L'optimització de la pluralitat cultural de Barcelona és essencial. Barcelona és port d'entrada a Europa. A mesura que la immigració es consolida comença a emergir la creativitat cultural d'aquests milers de nous barcelonins. Tot això s'ha de capitalitzar. No s'ha de veure com una amenaça sinó com un reforç. Les indústries culturals han de mimar aquest capital. I les institucions polítiques també. El gran error de la cultura catalana seria blindar-se, no fer-se permeable a tot el que circula per aquí i no intentar contaminar-ho. Aquestes actituds defensives estan condemnades al fracàs. La millor manera de fer-la nostra és implicar-se amb els altres i deixar-se implicar per

ells. El reconeixement mutu com a base de tota realitat pluricultural.

Naturalment, el nivell creatiu d'un país té molt a veure amb l'educació. Per això cal combatre la tendència a unes polítiques educatives cada cop més pensades en termes de relació amb el món laboral. L'ensenyament fa una funció fonamental de transmissió del saber—i no només del saber pràctic. Una societat que no coneix la literatura —i no només la seva— i l'art —i no només el seu— difícilment progressarà en creativitat cultural.

S'ha de perdre la por als canvis del món, però sense esnobisme. És possible que els creadors avui s'hagin d'anar a buscar a un departament de Microsoft o a l'habitació d'un jove internauta. Però no perdem el món de vista per semblar moderns.

La cultura és raó i creativitat. Per això, el marc cultural s'asseca si no es mantenen vius els pilars de la cultura: la raó crítica i l'emoció. Sense raó crítica —sense posar en qüestió permanentment les idees adquirides—no hi ha pensament. Sense emoció no hi ha art. No ens deixem enganyar pels que fan de la frigidesa virtut creativa. Són els castradors de l'art. Una franquícia externa no aporta res a un ecosistema viu, en construcció, que no té cap sentit que gastí energies i recursos en un projecte cultural de marca potent que aterra com un satèl·lit.

III- Conclusió

Barcelona no necessita l'Hermitage. La cultura no es valora pel turisme ni per la seva utilitat com a espot comercial d'una ciutat. La cultura no és un producte de consum més que es llença un cop s'ha usat. Ni tampoc pot caure en el papanatisme de les marques globals. La força cultural de Barcelona depèn de la capacitat de construir una singularitat, fruit de moltes coses que s'han anat acumulant i que han fertilitzant aquesta terra. Quin és el secret que hauria de permetre a la cultura barcelonina tenir màxima projecció internacional? Per mi, n'hi ha un de principal: saber fer propis els debats culturals internacionals i intervenir-hi sense complexos. A partir d'aquí tot es donarà ambescreix.

Dit això, si una empresa privada fa un acord amb l'Hermitage i vol construir un espai comercial, lúdic i cultural, no hi ha res més a exigir que el compliment de la legalitat. Però el que seria un contrasentit és que les institucions públiques hi contribuïssin amb diners o amb qualsevol altra forma d'ajuda privilegiada. I el que seria definitivament inadmissible és que les institucions públiques se n'haguessin de fer càrrec en el cas d'un hipotètic fracàs. I la història de les franquícies de l'Hermitage està farcida d'experiències preocupants. Hi ha llocs, com diu el director Piotrovski, que han funcionat malament i el satèl·lit ha canviat d'òrbita al cap de set anys. I d'altres on les administracions públiques han hagut d'acabar pagant-ne les conseqüències. Però

això no correspon a aquest informe, sinó als econòmics i arquitectònics. Des del punt de vista cultural, l'Hermitage no fa cap falta, el que cal és potenciar, renovar i reafirmar el sistema cultural barceloní amb la complicitat de la ciutadania. I és aquí on hem de ser exigents amb els diferents nivells de govern de la ciutat i amb les iniciatives privades que apostin per aquesta via.

Josep RAMONEDA

(Algunes de les idees d'aquest document han estat compartides amb Pepe Serra, director del MNAC. Judit Carrera, directora del CCCB, i Marko Daniel, director de la Fundació Miró)