

‘El sector públic està invertint en cultura, però hauria d’analitzar millor què és el que necessita realment el sector’

El segon dia del fòrum ha començat amb diverses sessions paral·leles, que han seguit la línia de les que es van portar a terme ahir. Un dels debats s’ha centrat en les estratègies d’internacionalització i de cooperació intra europea. I també hi ha hagut sessions sobre mecanismes financers davant unes indústries de prototips, dels reptes formatius, de la generació de drets i de la creativitat i desenvolupament territorial.

Pel que fa a la sessió sobre internacionalització, Péter Inkei, director de l’Observatori Cultural de Budapest, ha llençat una pregunta a l’aire: “Com es realitza la cooperació entre diferents col·laboradors de diferents països pel que fa a la producció i la distribució?” Inkei, també ha convidat els ponents a aportar les seves idees per tal de configurar el Llibre verd, que està en fase embrionària, i els ha preguntat què hi inclourien.

Ragnar Siil, director del Departament de Desenvolupament del Ministeri de Cultura d’Estònia, ha ofert una visió crítica a la intervenció pública: “El sector públic ha reconegut la importància del sector cultural. Ahir (durant el fòrum) es va dir que potser no tenim suficients dades com per analitzar el sector. D’altra banda, no crec que els polítics entenguin com funciona realment el sector i ni allò que aquest necessita. El sector públic es concentra en allò que pot oferir en comptes de veure què és el que necessita el sector.”

Siil parla d’un concepte general a l’hora de finançar esdeveniments culturals: “Les administracions han de fer tots els passos necessaris per invertir diners en activitats culturals, però si no donen suport a tota una gira de música o a tota la cadena del producte cultural no podrà ajudar el sector. Ha de donar suport a cadascuna de les parts de la cadena.”

La inversió en cultura ha estat un tema de debat durant la sessió. En relació a aquest tema, s’ha parlat del fet que el primer pressupost que es redueix quan hi ha crisi és el de cultura.

Estratègia de supervivència

D’altra banda, Siil, ha dit que en alguns països com el seu, Estònia o Finlàndia, “l’internacionalització no és un luxe, sinó, una estratègia de supervivència” perquè fora d’aquests països ningú no parla la seva llengua: “Les companyies i els grups de música si no treballessin en xarxa, estarien perduts.”

Ricard Robles, codirector del Festival Sónar, diu que tothom, més o menys, té les inquietuds culturals i que per això s’ha d’anar cap a la internacionalització: “La meitat de les persones que vénen al Sónar, vénen de fora d’Espanya. Fem un festival que atreu gent de tot arreu. No només s’han de fer activitats dirigides als qui viuen a 100 quilòmetres.”

Robles explica que ells des de 2002 han organitzat activitats en algunes ciutats americanes i en les ciutats més importants d'Europa. L'objectiu d'aquesta internacionalització és satisfer la necessitat que les persones es trobin cara a cara tot; una necessitat latent que pot semblar estranya en un moment en què les xarxes socials i el contacte a través d'Internet són tan importants.

De la seva banda, Carlos Alberdi, director de Relacions Culturals i Científiques d'Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo del Govern espanyol (AECID), remarca, pel que fa a la internacionalització, quin és el problema d'Espanya: “No s’ha de pensar només en l’exportació, sinó també, en l’importació. Som grans importadors de noves tecnologies. Pel que fa a l’art i als llibres, venem més que no pas comprem. En canvi, pel que fa al sector del cinema, comprem més que no venem, i en el món digital, pràcticament ja no venem res i tot ho importem.”

El codirector del Sónar també s’ha referit al camí que encara quedar per fer respecte a la internacionalització: “Hi ha companyies a Europa que volen col·laborar amb altres empreses culturals, però no poden perquè es troben amb barreres. El *copyright*, per exemple, es gestiona de manera diferent segons els països. Quan als Estats Units veuen que es tan difícil fer negocis als 27 països de la UE se sorprenden.”

S’ha parlat també de les identitats culturals i de si es veuen amenaçades per la globalització que suposa Internet. Inkei ha volgut senyalar a aquest respecte: “Ens hem de preguntar si les identitats culturals es posen en perill per les noves tecnologies. Quins són els reptes per poder avançar en el aquest camp?” I hi ha afegit: “Les llengües minoritàries com el gallec, el català, etc., han de tenir un accés més fàcil a Internet, per poder donar cabuda a tots els continguts que es generen en aquestes llengües i que ara estan amagats a causa d’uns mecanismes de traducció que no funcionen.”

Ajudar els empresaris a fer clients

Irina Blomqvist, directora del Culminatum Innovatio Ltd. i DIGIBUSINESS de Finlàndia, diu que “és difícil definir les àrees dins de la cultura” (indústria creativa, indústria cultural, etc.) però que s’ha de fer i s’han d’unificar a l’hora d’aplicar polítiques perquè tenen “moltes característiques comunes”. També ha assenyalat que els qui produeixen la cultura molts cops són petites empreses, que necessiten el suport de les administracions per tal d’internacionalitzar la seva tasca: “Les administracions han de treballar conjuntament amb les empreses. S’ha d’obrir les portes, donar algun tipus d’ajuda. Això és el que nosaltres estem fent. Hem d’oferir els nostres serveis als “minigrups”, i saber que cada indústria cultural funciona d’una manera. No és el mateix una companyia d’animació i que una companyia de jocs. Són molt diferents.” El més important, segons diu, és ajudar aquestes empreses a trobar contactes i clients.

De fet, una de les queixes dels assistents ahir era que les xerrades s’estaven centrant en les arts audiovisuals, i no tant en les arts plàstiques i altres tipus de cultura. Blomqvist, en aquest sentit, s’ha atrevit a parlar de les altres arts i de la importància que tenen.

Mecanismes financers davant unes indústries de prototips

Els ponents participants en aquesta sessió paral·lela han conclòs que el sector cultural xoca amb la poca comprensió del sistema financer. Això es tradueix en una manca de crèdit, especialment en les fases incipients dels projectes culturals. És en aquests moments quan es fan més necessaris que mai, els intermediaris entre la banca i les empreses del sector, garantint una part de la inversió. Tanmateix, també cal que el finançament sigui flexible i s'adaptin els retorns dels préstecs a les necessitats específiques del sectors. El potencial de creixement de les indústries culturals s'ha de donar a conèixer a la banca per tal d'establir vincles amb una major facilitat.

Reptes formatius i mobilitat professional

L'exportació de talent i la recepció d'artistes han estat els eixos principals del debat que ha tingut lloc en aquesta sessió plenària. Tanmateix però, el foment de la creativitat i el seu impacte en el sector han estat algunes de les principals preocupacions dels experts en la taula moderada per l'ex-director de relacions culturals i científiques d'AECID a Espanya, Antoni Nicolau. Tots ells han assenyalat la necessitat que Europa "parli clar" sobre les polítiques de cooperació. En aquest sentit, es reclama saber com es presentaran a l'exterior a través dels seus creadors, ja siguin xarxes de residències o *workshops* de coproducció.

En resposta a aquestes problemàtiques, els experts subratllen entre d'altres línies d'actuació, el foment de la creativitat des de la infància, amb sistemes formals de formació que complementin aquells més informals. D'aquesta forma, asseguren "s'aconseguirà impulsar la creació d'audiències, s'incentivarà la mobilitat i el treball en xarxa". En definitiva, pensar en termes tant "intra com intereuropeus", expliquen. I per fer-ho, cal primer suprimir obstacles i "treure el màxim profit possible, del nou espai de formació europeu fixat al Pla de Bolonya".

Generació de drets i models de gestió

A la sessió s'ha destacat com els nous models de negoci que sorgeixen en l'era digital plantegen un problema que recau en com aquesta facilitat de circulació i accés pot tornar de nou als artistes, i en la viabilitat dels models de producció de les indústries culturals. La conclusió és que falta trobar un consens entre creadors, indústria cultural, grans plataformes d'Internet, i usuaris, que permeti la creació de models viables de producció de continguts, d'acord amb una visió d'universalitat i democratització de la cultura.

La creativitat i les indústries culturals en el desenvolupament territorial

Els participants han coincidit en destacar que s'ha de buscar la centralitat estratègica de la cultura en l'agenda de les polítiques públiques que marquen el desenvolupament dels territoris. Així mateix, han apuntat que cal posar de relleu el paper que juguen les indústries de la creació i la cultura per afrontar els reptes de la societat. Per això, és necessari tenir una mirada més oberta sobre les indústries culturals, i no només en termes econòmics, sinó també participar d'altres reptes en l'àmbit social i ambiental.