

BLUES URBANO



Miquel Molina

La declaración de Sant Pau

A la ciudad de Barcelona le sucede, en la campaña de las elecciones del 21-D, lo mismo que a la cultura: se la cita sólo de pasada en los mítines y en los debates. A menudo se la menciona como una parte más de un todo que es esta Catalunya excitada y difícilmente gobernable. Esto no quiere decir que no figure en los programas electorales, sino que en ellos aparece como sujeto pasivo de las diferentes políticas sectoriales. Apenas se perfila como sujeto políticamente activo. Sólo uno, el del PSC, pone el énfasis en la recuperación por parte de Barcelona de su personalidad metropolitana, arrebatada por el pujolismo en los años ochenta.

Pero que el debate electoral soslaye el sujeto principal de esta Catalunya que vota el jueves su futuro es sólo la evidencia de que el discurso político catalán circula en un bucle alejado de la realidad socioeconómica del país. Mientras en algunos sectores políticos se malgasta energía en rebatir que la marcha de más de 3.000 empresas vaya a dañar la economía catalana, por suerte, hay personas y organizaciones que –sin menoscabo de su postura particular sobre el proceso independentista– son conscientes de que Barcelona se enfrenta a una grave crisis de credibilidad y que conviene tomar medidas de emergencia cuanto antes.

El miércoles, en el escenario modernista del viejo hospital de Sant Pau, donde se celebraba la asamblea anual de la plataforma no gubernamental Barcelona Global, pareció activarse por un instante, de forma colectiva, un indefinible resorte que debería servir para que se pongan en marcha medidas concretas para revertir la situación. Recordemos, no está de más, la definición de *resorte*: “Mecanismo que utiliza un muelle para almacenar energía que se libera bruscamente al soltarlo”.

La sensación de que hay una energía que debe ser liberada para recuperar el terreno perdido la propició la conferencia del urbanista y consejero global **Greg Clark**, asesor de varias ciudades del mundo, entre ellas Barcelona. A continuación figuran algunas reflexiones

A pesar de sufrir la más grave crisis de credibilidad de su historia reciente, Barcelona sólo es mencionada de pasada en los mítines y debates del 21-D. Pero en la sociedad civil se extiende la sensación de que hay que actuar sin demora.



Foto de familia (con vocación de declaración de intenciones) de los socios de Barcelona Global

sobre su discurso y sobre cómo lo recibió su audiencia.

Demasiado tiempo perdido. Clark es un asiduo de Barcelona. Antes de su conferencia del martes, llevaba sólo un mes sin pisar la ciudad. Su primer diagnóstico fue devastador: “Acabo de llegar y, desde mi última visita, no veo que se haya producido una respuesta a la crisis que atraviesa Barcelona; me preocupa que entre en la lista deshonrosa de ciudades que no han superado sus crisis, como Montreal o Milán”. Estas dos ciudades han perdido décadas preciosas, antes de asumir que su crisis de credibilidad –en el primer caso por un proceso independentista mal resuelto; en el segundo, por muchos factores, entre ellos el populismo– merecía respuestas rápidas. “No se puede esperar más”, ratificó la directora general de Penguin-Random House, Núria Cabutí, que comprueba en sus viajes al extranjero la degradación de la marca Barcelona. En la misma mesa, el presidente de Barcelona

Global, Gonzalo Rodés, proponía empezar la campaña de recuperación del prestigio perdido convenciendo a los miles de congresistas del Mobile de que “Barcelona is back to business”.

La propaganda al rescate. Hubo un tiempo en que el elevado dispendio que Catalunya y Barcelona dedicaban a publicitarse en la prensa extranjera era motivo de polémica. Siempre quedaba la duda sobre dónde acababa la promoción y donde empezaba la propaganda del gobernante de turno. Pero aquello sucedía en los días felices. Hoy no hay debate que valga. Clark esgrimió una serie de eslóganes que sirvieron a Hong Kong (*Hong Kong Welcomes You*), Londres (*Londres is Open*) o Berlín (*Be Berlin*) a superar sus propias crisis de fiabilidad y animó a Barcelona a buscar urgentemente el suyo. En el extremo opuesto de la pasividad y autocomplacencia barcelonesas está el ejemplo de la campaña berlinesa que intentó captar talento en las aguas turbulentas del Bre-

xit: “*Dear start-ups, keep calm and move to Berlin*”, se leía en una furgoneta alquilada por el Partido Democrático Libre que recorría las calles de Londres.

Cura de humildad. Barcelona, señaló Greg Clark, debe estudiar los pasos de ciudades como Tel Aviv, Singapur o Medellín, urbes capaces de “autodeterminarse” de las circunstancias sociales y políticas que las rodean. Son, en aspectos concretos, ejemplo a seguir. En la misma línea de ciudades que viven un momento interesante, la ponente **Helena Guardans**, directora de Sellbytel, se refirió a Lisboa, de la que destacó, que, a diferencia de Barcelona, tiene un elevado nivel de inglés.

Algo se hace mal. A Clark le sorprendió enterarse de que Barcelona posee la distinción de la Unesco como Ciudad de la Literatura. Una vez más se constata que la promoción de la capital catalana como ciudad literaria es uno de los déficit pendientes, igual que sacar provecho de la capitalidad de la Unión por el Mediterráneo, “una condición que otras ciudades estarían encantadas de tener y explotar”.

No es una declaración formal, pero...

Las propuestas de Greg Clark son las sugerencias de alguien que se ha dedicado a estudiar varios casos de derrumbe de marcas globales que parecían más que afianzadas. Su hipótesis de agenda viene a ser ésta: hay que actuar ya, Barcelona reacciona demasiado despacio; hay que restablecer la reputación con campañas de información (deben ser inmediatas); hay que forjar una alianza fuerte en torno a la marca Barcelona; hay que salir al exterior a captar eventos, agencias, empleos o inversiones; hay que trabajar por la Gran Barcelona metropolitana; hay que resituarse en Europa buscando alternativas a la frustrada Agencia del Medicamento; deben de evitarse los farragosos planes estratégicos y debe incorporarse el formato *agenda*; frente a la proliferación de iniciativas dispersas, hay que saber dar cuerpo a un auténtico *Team Barcelona*...

mmolina@lavanguardia.es / @miquelmolina

COMPARTEIX
EL

PARES FILLS GERMANS COSINS AMIGS NEBOTS

IL·LUMINACIÓ DE LA FAÇANA
DEL NAIXEMENT

20, 21, 22 i 23 de desembre
Representacions de 19 a 21 h
(duració aproximada de 15 minuts)

#viulaSF

