

col·lecció: prospectiva

6 Un marc econòmic per a un territori creatiu: els sectors quinaris

Resum de la 4a Jornada Tècnica
del Pla Estratègic Metropolità de Barcelona



Pla Estratègic
Metropolità
de Barcelona

Inclou DVD

Un marc econòmic per a un territori creatiu: els sectors quinaris

Resum de la 4a Jornada Tècnica del Pla Estratègic Metropolità de Barcelona
Barcelona, 14 de desembre del 2005

col·lecció: prospectiva

6

col·lecció: prospectiva

6 Un marc econòmic per a un territori creatiu: els sectors quinaris

Resum de la 4a Jornada Tècnica
del Pla Estratègic Metropolità de Barcelona



Pla Estratègic
Metropolità
de Barcelona

Edició: Pla Estratègic Metropolità de Barcelona

Realització: Marc Castells, Artgrafia

ISBN: 84-7609-471-X

DL: B-25.426-2006

ÍNDEX

1. Presentació i programa de la 4a Jornada	9
2. Un marc econòmic creatiu per a un territori postindustrial. José Ramón Lasuén	13
3. Dades d'interès per a la comprensió d'un sector estratègic en creixement. Ezequiel Baró	25
4. Perspectiva dels sectors quinaris	33
5. Conclusions	43



1. Presentació

La IV Jornada Tècnica del Pla Estratègic Metropolità de Barcelona, **Un Marc Econòmic per a un Territori Creatiu**, celebrada el 14 de desembre del 2005 al World Trade Center de Barcelona, va tenir com a tema de debat les oportunitats de l'àrea de Barcelona en el desenvolupament del sector quinari, que aplega el conjunt d'activitats econòmiques del sector de serveis que tenen com a base la creativitat, la innovació i el coneixement (és a dir, les indústries culturals, la recerca, l'audiovisual, la publicitat, el disseny i, en general, els serveis a les empreses).

El programa es va estructurar al voltant d'una conferència inaugural, a càrrec dels professors José Ramón Lasuén i Ezequiel Baró, en què es va posar de relleu la importància d'aquest sector en la dinàmica de l'economia de Barcelona i la seva Àrea Metropolitana, les oportunitats de creixement d'aquest sector en el marc de les tendències de reconversió econòmica amb relació al model tradicional de l'economia de Barcelona, basada en un pes molt més rellevant del sector industrial en activitats molt madures, com també els requeriments d'un entorn de creativitat per afavorir i sostenir la seva projecció i consolidació en el futur.

Per tal d'ajudar a centrar el debat i aportar creativitat a la jornada, es va estrenar una producció audiovisual titulada *AMB: territori quinari* en la qual, a partir d'imatges reals de projectes ubicats en l'entorn metropolità i de les opinions dels seus responsables, es posa de manifest les realitats del sector, les oportunitats i els reptes que cal superar.

Aquest audiovisual ha estat produït per Mercuri i compta amb el suport de TV3, el CIDEM i l'Ajuntament de Barcelona.



Tot seguit va tenir lloc el fòrum de debat, presidit pel senyor Jordi Portabella, segon tinent d'alcalde i president de la Comissió de Promoció Econòmica, Ocupació i Coneixement de l'Ajuntament de Barcelona, i moderat per la senyora Rosa Cullerell, presidenta de la Comissió de Prospectiva del Pla Estratègic Metropolità de Barcelona. El debat va comptar amb una àmplia participació, a la taula rodona i a la fila zero, de responsables de diferents empreses i institucions del sector quinari.

La publicació que ara es presenta incorpora les conferències inicials de la jornada i un ampli resum de les qüestions plantejades durant el debat. També s'hi ha inclòs algunes de les conclusions més rellevants d'aquestes jornades, en les quals van coincidir, de manera generalitzada, la majoria dels participants que van intervenir a la tertúlia.

Dídac Pestaña
President de la Comissió Delegada del
Pla Estratègic Metropolità de Barcelona



Un marc econòmic per a un territori creatiu

14 de desembre del 2005

Programa

9,15 h INAUGURACIÓ

Joan Clos, president del Consell General de l'Associació Pla Estratègic Metropolità de Barcelona i alcalde de Barcelona

Dídac Pestaña, president de la Comissió Delegada de l'Associació Pla Estratègic Metropolità de Barcelona

Carles Fradera, director d'Innovació del Cidem

10,00 h CONFERÈNCIA INAUGURAL

"El sector quinari: sector estratègic per al desenvolupament de l'Àrea Metropolitana de Barcelona", a càrrec de **José Ramón Lasuén**, catedràtic emèrit de Teoria Econòmica de la Universitat Autònoma de Madrid i **Ezequiel Baró**, professor d'Economia Aplicada de la Facultat de Ciències Econòmiques de la Universitat de Barcelona

10,30 h SESSIÓ CINE FÒRUM

Presentació de la pel·lícula: ***L'Àrea Metropolitana de Barcelona: territori quinari***, a càrrec de **Joan Majó**, director general de la Corporació Catalana de Ràdio i Televisió

11,30 h FÒRUM

Situació actual i estratègies per potenciar els sectors quinaris com a motor econòmic a l'Àrea Metropolitana de Barcelona

President: **Jordi Portabella**, segon tinent d'alcalde i president de la Comissió de Promoció Econòmica, Ocupació i Coneixement de l'Ajuntament de Barcelona

Moderador: **Rosa Cullell**, presidenta de la Comissió de Prospectiva del Pla Estratègic Metropolità de Barcelona

Membres: **Antoni Flores**, president de NODE Partners, S.A.

Ildelfons García Serena, conseller delegat de Grey Trace

Antoni Massanell, president de la Fundació Barcelona Digital

Àlex Ollé, director artístic i conseller delegat de la Fura dels Baus



Enric Palau, director d'Advanced Music, SL (Sonar)
Domènec Reixach, director artístic del Teatre Nacional de Catalunya
Joan Rodés, director general de l'Hospital Clínic de Barcelona
Anna Veiga, directora de Línies Cel·lulars del Centre de Medicina Regenerativa de Barcelona
Francesc Vilafañes, senior designer de Volvo Group Desig Barcelona

Fila zero: **Ferran Alberch**, president de la Comissió Executiva de la Fundació Barcelona Centre de Disseny
Oriol Balaguer, director general de l'Institut de Cultura de Barcelona
Lluís Cabrera, president de l'Associació Taller de Músics
Antoni Camín, director executiu d'Ovideo
Antoni D'Ocon, president de D'Ocon Films Productions
José Luis de Sancho, gerent de l'Hospital Universitari Vall d'Hebrón
Antoni Esteve, president de Lavinia
Beth Galí, presidenta del Foment de les Arts Decoratives
Jordi Grangel, co-director de Grangel Studio
Oriol Hivern, president de Cromosoma, S.A.
Vicente López, director general de Barcelona Mèdia Centre d'Innovació
Jordi Llevat, soci coordinador de l'Àrea del Grup de la Propietat Intel·lectual i Noves Tecnologies de Cuatrecasas Abogados, S.R.L
Enric Lloveras, director general de Talent Televisión
Rosa M. Malet, directora de la Fundació Miró
Xavier Marcé, director de l'Institut Català de les Indústries Culturals del Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya
Higini Raventós, president d'Edad & Vida
Jaume Roures, president de Mediapro
Anna Soler-Pont, agent literària
Imma Tubella, professora de la Universitat Oberta de Catalunya



2. Un marc econòmic creatiu per a un territori postindustrial

José Ramón Lasuén, catedràtic emèrit de Teoria Econòmica de la Universitat Autònoma de Madrid.

Les ciutats espanyoles, com la resta de ciutats europees, especialment les més manufactureres com Barcelona i la resta de ciutats de la seva Àrea Metropolitana, experimenten actualment forts processos de desindustrialització en les seves activitats manufactureres de baixa tecnologia, com les tèxtils, i fins i tot en les de tecnologia mitjana, com les d'automoció.

El Govern nacional, com la resta dels governs de la UE, pretén contrarestar aquesta tendència amb un conjunt de polítiques tradicionals d'oferta, adreçades a incentivar la recerca, el desenvolupament i la innovació, millorar l'educació, fer infraestructures d'integració dels mercats i liberalitzar les organitzacions de factors i productes predominants en aquests mercats. I, en alguns casos, amb polítiques industrials de defensa de sectors estratègics i de potenciació de camps nacionals.

Tot i que aquestes polítiques tinguin èxit –com és de desitjar–, és improbable que assoleixin els objectius fixats a totes les ciutats i regions i encara menys en aquelles que més ho necessiten, com Catalunya.

Hi ha dues raons genèriques que ho expliquen. La principal és que, fins i tot als països més avançats, les noves manufactures d'alta tecnologia a penes signifiquen un terç de l'ocupació de les activitats de tecnologies mitjanes i baixes que han de substituir, la qual cosa determina que l'atur generat per la transformació de les indústries manufactureres s'ha d'absorbir, principalment i necessàriament, per indústries de serveis i no de manufactures d'alta tecnologia. Activitats de serveis



que, per manca de coneixement analític, no es valoren prou i, en el millor dels casos, es desconeix com s'han d'encaminar. La segona raó és que les activitats de noves tecnologies punta tendeixen a implantar-se fora de les velles ciutats manufactureres, que és on s'acusa més l'atur provocat per la desindustrialització.

Això fa que, cada vegada més, els governs locals i regionals de les zones més afectades per la desindustrialització tinguin la necessitat d'apropiar-se de noves competències polítiques i administratives per tal d'intervenir elles mateixes en la solució. Propòsit que normalment resulta conflictiu i frustrant.

Hi ha també dues raons que expliquen aquest fet. En primer lloc, l'anàlisi econòmica urbana en què es basen aquestes intervencions és una aplicació localitzada de l'anàlisi nacional, però molt més imprecisa a causa dels supòsits addicionals que ha de fer per explicar els fets diferencials que es produeixen als seus territoris. A més, perquè els governs locals i regionals no tenen competències sobre les variables macroeconòmiques monetàries i fiscals més operatives per tal de facilitar la transició manufacturera, variables que, perquè són poc eficaces en l'àmbit nacional, s'han transferit a organismes supranacionals. Per tant, tot això, habitualment, desemboca en una exigència conflictiva de descentralització politicoadministrativa que encara que s'arribi a aconseguir resulta bastant inoperant.

Al meu parer, la solució d'aquesta problemàtica exigeix, com a pas previ, una formulació nova més realista de l'anàlisi econòmica urbana i regional, les variables explicatives de la qual siguin objecte estricte de les competències de gestió locals i regionals. Entre aquestes, una de les possibles és la que sintetitzo a continuació.

Es basa necessàriament en un concepte més ampli de ciutat, en el qual les variables explicatives més significatives poden ser intervingudes des de competències locals. També utilitza altres conceptes relacionats, com cultura i creació, el significat tradicional dels quals cal ampliar envers les noves hipòtesis que sobre aquests conceptes formula l'avantguarda científica.

Des d'aquesta perspectiva, la ciutat ja no és, com en la concepció convencional, un lloc de producció concentrada de manufactures, fruit de les diverses econo-



mies d'oferta que engloben aquestes activitats, és a dir, d'empresa, indústria i ciutat, com també la residència dels seus treballadors. En la nova concepció és més un lloc de producció de serveis. En realitat, ho ha estat sempre perquè les manufactures han estat només un fenomen urbà dels dos darrers segles i, en canvi, des del neolític, les ciutats sempre han produït serveis.

Tanmateix, aquest canvi necessari d'èmfasi en l'anàlisi, abans indicada, de les manufactures als serveis, tot i que és essencial com ja comença a assumir el pensament econòmic convencional, no és suficient. És encara més important precisar que tant la producció de manufactures com la de serveis urbans no precedeix la ciutat –al contrari– és posterior, resulta de la residència de les persones que hi treballen. Tal com confirma l'experiència diària, les persones valoren fonamentalment les ciutats d'acord amb la seva oferta de consum, no amb la seva estructura productiva. Les persones emigren a les ciutats per treballar-hi, fonamentalment en serveis, però entre les diferents ciutats trien les que creuen que ofereixen una millor qualitat de vida. Per tant, l'ocupació segueix a la residència.

En resum, la ciutat, abans que un lloc de producció és un lloc de consum, que se satisfà primer per mitjà del comerç, el subministrament extern i, si no és possible, per la producció interna de serveis i de béns. Per tant, les causes últimes de l'origen i de l'evolució de les ciutats són les que determinen per què les persones es localitzen en aglomeracions al territori per consumir.

La meua hipòtesi central sobre això és que, com totes les conductes humanes, la concentració permanent dels consumidors al territori es produeix perquè els permet maximitzar en quantitat, qualitat i varietat el consum i/o reduir-ne el cost que han de fer per tal de satisfer les seves necessitats. És a dir, que la seva satisfacció és més gran si consumeixen junts que si ho fan aïllats.

Una manera de formalitzar analíticament el concepte anterior és la següent. Tal com Coase concep l'empresa, és a dir, com la forma de reduir els costos de transacció en què incorren els productors individuals en el mercat, es pot concebre la ciutat com la forma de reduir els costos de transacció que han de fer els



consumidors al mercat per obtenir els béns i serveis que necessiten. Aïllats en el territori, sense integrar-se en ciutats, els consumidors, als mateixos preus, consumirien menys quantitats, pitjors qualitats i menys varietats de serveis i productes.

Tot i la seva importància, aquest no és, tanmateix, l'únic avantatge de les aglomeracions de consum. Generen dos beneficis addicionals superposats: les economies de demanda que produeixen els consums de serveis de relació i les d'oferta de producció de maquinari i de programari que es necessiten per a la seva provisió.

Les economies de demanda, normalment denominades de xarxa i, per dir-ho millor, de «malla», són els beneficis que reben els usuaris dels serveis de relació –per exemple, el telèfon– a mesura que n'augmenta el nombre. La seva utilitat creix com més possibles interlocutors hi hagi. De fet, fins que s'assoleix la seva saturació, la satisfacció dels usuaris dels serveis de relació, dels quals hi ha moltíssims a les ciutats, augmenta amb el quadrat del nombre d'usuaris d'aquests, per la qual cosa les demandes de participació als serveis de relació augmenten de manera exponencial.

Al mateix temps, si per satisfer aquestes demandes, les ciutats, en lloc de recórrer a la importació d'aquests serveis, procedeixen a la seva producció interna, sorgeixen les economies d'oferta abans esmentades, és a dir, d'empresa, d'indústria i de ciutat. Com a conseqüència, el creixement del sistema urbà, en cercle virtuós, és cada vegada més ràpid. Però menys dens. Les concentracions urbanes són cada vegada més grans però més descentralitzades.

Els efectes de les economies d'oferta se superposen als efectes propis de les economies de demanda, que tenen forma de malla, i per tant no tendeixen a crear, com en el passat, ciutats monocèntriques manufactureres sinó ciutats policèntriques de serveis actuals que, per això, exigeixen un sistema d'infraestructures circular o rectangular, oposat al radial encara vigent per inèrcia. Un sistema d'informació, de comunicació i de transport que connecti d'una manera no jerarquitzada els diversos centres urbans que creixen als principals nusos de



la malla urbana, per tal de garantir una provisió similar dels diferents serveis que necessiten els consumidors.

Aquests serveis, pel fet que les seves taxes d'evolució augmenten a mesura que s'intensifica el progrés econòmic de les ciutats, és a dir, com que posseeixen elasticitats renda creixents, s'ordenen de més petit a més gran, com a continuació. 1) Serveis terciaris, de servei preferent a les famílies: restaurants i hotels, perruqueries i serveis de bellesa, bugaderia i neteja en sec, manteniment i reparacions. 2) Serveis quaternaris, de servei prioritari a les empreses: comerç local i internacional, transport i comunicacions, assegurances i finances, activitats immobiliàries, però també els serveis de les administracions públiques, legislatives, judicials, policials, de seguretat i de relacions internacionals. 3) Serveis quinaris, denominats habitualment de coneixement, perquè tenen una ocupació més especialitzada que requereix molts anys d'estudi; la seva finalitat és incrementar i mantenir el capital humà i social, però sobretot crear-los. Engloben les activitats científiques i professionals, les d'informació i de comunicació, les educatives, les socials i d'higiene i de salut, i les artístiques, d'espectacles i de lleure.

Els tres conjunts de serveis previs han estat íntimament relacionats amb l'origen i l'evolució urbana en les seves diferents fases. Els serveis terciaris i els quaternaris públics van ser els factors que van facilitar l'origen de les ciutats al món clàssic. Els quaternaris privats van ser els que van impulsar dramàticament la seva expansió a l'edat moderna. Els quinaris, els creatius, han estat la causa del naixement de les grans metròpolis contemporànies, en les quals aquests serveis abasten més d'un terç de l'ocupació total, precisament perquè són la causa última de l'acceleració del creixement econòmic registrat, que no té la seva base en l'acumulació del capital físic, com a la ciutat quaternària moderna, sinó en la creació i acumulació de capital humà i social.

Per les raons anteriors, les autoritats municipals, tot i no disposar del suport científic que ho justificués, sempre i a tot arreu, han recorregut al foment dels serveis públics i privats amb l'esperança de poder impulsar indirectament el creixement de les activitats extractives, comercials o manufactureres de les seves ciutats i, en definitiva, del seu creixement econòmic. D'una banda, sempre



han cregut que hi havia una relació estreta entre la seva provisió i la dinàmica d'aquestes altres activitats i, d'una altra, que aquesta era en tot cas la seva competència estricta. De fet, l'impuls directe de les activitats productives només l'han realitzat quan les ciutats, com a capitals nacionals, han pogut manipular les polítiques monetàries i fiscals estatals en benefici propi.

L'enfocament proposat de ciutat consumptiva amb produccions de serveis permet oferir una justificació hipotètica de l'actitud tradicional dels governs regionals i locals, abans esmentada. Com també una ajuda de com s'han de materialitzar avui dia aquestes polítiques, en què els serveis a impulsar en un disseny de metròpolis desconcentrades són fonamentalment quinaris.

En efecte, per raons empíriques i teòriques, es pot demostrar que avui els serveis quinaris són els que generen directament més ocupació i millor remunerada a les ciutats més desenvolupades. També, cosa que pot resultar més sorprenent, sembla que són la condició perquè hi puguin aparèixer les manufactures de més alta tecnologia.

L'exemple pràctic més clar el proporciona l'evolució de les tecnologies de la informació i de la comunicació als Estats Units a la dècada passada. Ambdues van sorgir al mateix temps a les dues costes, la de l'Atlàntic i la del Pacífic, al voltant dels complexos científics i manufacturadors a l'entorn de Harvard – MIT a Boston, Massachussets, i UC Berkley – Stanford a San Francisco, Califòrnia.

A tots dos exemples, hi havia, a més del coneixement necessari, l'oferta i la demanda dels seus factors de producció i de productes informatius, financers, hospitalaris, militars i educatius i la iniciativa dels capitalistes de risc, a més dels mercats de capitals per finançar les inversions requerides. En a penes cinc anys, tanmateix, la costa oest va sobrepassar la de l'est, malgrat que aquesta comptés d'entrada amb un avantatge inicial a la indústria de computadores i a les activitats financeres. Ha estat una pèrdua que tampoc ha pogut recuperar Nova Anglaterra una vegada que el creixement de les TIC a la costa oest ha madurat. El seu sobreiximent no ha anat a l'est atlàntic sinó a l'oest mitjà.



L'explicació que s'ha donat per al procés anterior és que la demanda de TIC a ambdues costes s'havia i es podia satisfer des de distàncies molt diferents, la qual cosa va provocar la seva localització preferent i creixent en la costa el subministrament de la qual havia de ser més complex, urgent i proper. Això va succeir a la costa oest, perquè la demanda més diferencial i dinàmica de les noves tecnologies de la informació i de la comunicació, que és la que s'origina a les indústries del lleure, cinema, televisió, vídeo, música, estan vinculades estretament al territori, perquè la interacció entre els seus agents principals és molt ràpida i canviant. Per això va ser necessari –i és necessari– proveir-les de productes i de serveis informàtics molt propers, mentre que les demandes informàtiques de les indústries més convencionals, manufactureres, financeres, sanitàries i educatives de la costa est es podien subministrar des de diferents llocs. Per tant, encara que sorprengui, l'èxit de Silicon Valley s'ha d'atribuir en gran mesura a Hollywood.

Des de la perspectiva tradicional de la ciutat productiva manufacturera no es pot explicar analíticament que la demanda de serveis quinaris, com els californians, determini la creació i localització no només de la producció de nous serveis quinaris, sinó de les tecnologies productives de manufactures d'avantguarda. Des del punt de vista de la ciutat consumptiva productora de serveis, sembla més evident. Des de les noves concepcions de la cultura i de la creació, que són el seu suport, és evident que els processos de creació de nous serveis i de noves tecnologies productives són parts especialitzades del mateix procés mental. I que les creacions de serveis estan relacionades i precedeixen les de les tecnologies.

Fins a dates molt recents, es creia que la ciència i la tecnologia eren activitats gairebé antagoniques de les activitats de les arts i de les humanitats. És a dir, es creia que hi havia dues cultures, la científica i l'artística, gairebé oposades. En conseqüència s'entenia –i encara s'entén majoritàriament– que la creació i el coneixement artístic no solament no estaven relacionats amb els científics, sinó que eren oposats. No és així. Els últims descobriments mostren que la ciència i la tecnologia i les arts i les humanitats són elements especialitzats de la mateixa cultura, que és una manera d'entendre i de transformar el món diferent i més ràpida que l'evolutiva de la naturalesa.



Aquesta àmplia cultura científicoartística no és tampoc una cultura passiva, de consum, com s'entén habitualment, com a mínim en el seu component artístic. Té, per suposat, aquesta finalitat, aristocràtica, d'ensenyar a consumir millor; però té també, fins i tot en la seva vessant artísticohumanística, la finalitat burgesa d'ensenyar a produir millor. La cultura és productiva. L'activitat més productiva, cal precisar-ho, perquè la seva funció bàsica és creativa, consisteix a generar constantment un nou i un millor coneixement sobre la natura i la societat per tal de produir i consumir més i més variat i així sobreviure millor.

Les noves teories sobre el creixement econòmic s'estan desenvolupant en aquesta direcció. El progrés econòmic ja no s'atribueix a l'acumulació de capital físic, sinó a la de capital humà i social. És a dir, al nivell de coneixements culturals acumulats per les persones i per les societats que, al llarg del temps, depèn del ritme de la seva creació. Des d'aquesta nova perspectiva de la cultura en general i de l'economia en particular, l'activitat més important i menys estudiada és la creació.

Sortosament, en els darrers anys s'estan fent passos significatius en aquest àmbit. Alguns autors afirmen que la creació de béns i de serveis és una predicció per analogia, que fan les persones per satisfer una necessitat que no és saciable de cap altra manera i que es produeix per mitjà de l'aplicació de les representacions invariants del món que formen els cervells davant els nous contextos i des de diferents perspectives. El resultat de la creació, dur a les ciències o suau a les humanitats, és una formulació que resulta familiar, però és sorprenent per a la resta de persones i, per això, pot ser eficaç i útil i aplicable o no. Perquè en les creacions no hi ha res d'automàtic, ni tan sols en les millors.

Per poder-ho entendre, cal corregir també altres concepcions tradicionals errònies. La primera és que la creació no és aristocràtica. No és producte d'uns pocs, un acte extraordinari de persones singulars, com encara es creu. Al contrari, la creació és molt democràtica, tots som creadors de grans o de petites coses. I per fer-ho, com per a la còpia, tots imitem els altres. L'essència de la cultura és la imitació, completa o transformada en creació per satisfer noves necessitats impossibles d'assolir amb el coneixement previ.



La segona és que les creacions, materials i espirituals, tenen molts àmbits d'aplicació. Per exemple, creacions científiques, tecnològiques, innovadores, organitzatives, mercantils, etcètera, que duen a terme persones diferents. I amb divers èxit potencial, perquè a cada nivell de la creació, els creadors successius han de sobrepassar els diversos impediments, que depenen de l'existència dels factors requerits i de l'extensió dels mercats necessaris per a la seva activitat. Això és el que explica que hi hagi disparitat en la capacitat de creació revelada en cada una de les activitats a cada espai i territori, i també el fet que uns països siguin més creadors en unes dimensions que en unes altres en cada moment de la història. Els desenvolupaments pràctics de les creacions no són indicadors de la seva originalitat.

Ara bé, dins de l'ambigüitat creativa, cal distingir algunes relacions bastant estables. Això és degut al fet que les representacions invariants del món físic que es formen les persones al cervell són més homogènies que les que es constitueixen a l'entorn del món social, perquè les característiques fonamentals del món físic són menys canviants que les del món social. Això determina que les creacions físicoquímico-biològiques poden ser utilitzades per gairebé totes les persones a tot arreu, mentre que les creacions socioculturals només són útils en les societats que tenen valors culturals compatibles.

Si s'accepta que les creacions científicotecnològiques tenen el mateix origen que les artísticohumanístiques i estan relacionades entre elles, tot i que unes siguin més universals i les altres siguin més locals, queda per resoldre quina és la més condicionant.

És una qüestió crítica perquè, si la revolució «dura», la de la ciència i la tecnologia, és la determinant, el món i les seves nacions haurien d'aplicar les pautes d'homogeneïtzació cultural més conformes amb les creacions científiques i tecnològiques més fonamentals a cada temps, encara que provinguessin de països de cultures humanístiques molt diverses i destruïssin els sistemes institucionals i organitzatius locals, construint al seu lloc els més compatibles amb aquestes. Per contra, si les creacions més determinants són les «toves», és a dir de les arts i de les humanitats, la pauta que caldria seguir seria la contrària, o sigui,



adoptar les pautes toves, institucionals i organitzatives, més eficaces i adoptar només les dures, científicotecnològiques, que fossin més compatibles amb aquestes, tot i que no fossin les millors. Això és el que sembla que ensenya la història universal, en contra de la visió tecnològica dominant.

Almenys en l'evolució econòmica, les institucions –és a dir, les formes comuns i estables de comportament dels individus– i les organitzacions, o sigui les formes socials de dur-les a terme, sempre han precedit la utilització de mecanismes per aplicar-les i desenvolupar-les més eficaçment. Les fórmules i les màquines sempre han estat concrecions de les organitzacions socials i de les institucions individuals en què es basen. Així, la línia de muntatge automatitzada i robotitzada va ser abans una cadena d'obriers manuals especialitzats.

La concepció tecnologista que subordina l'evolució institucional i organitzativa a la científicotecnològica incorpora com a mínim dos errors significatius. En primer lloc que, encara que pogués dur-se a terme sense rebutjos, podria no tenir èxit, perquè les pautes evolutives no són lineals ni atemporals. Allò que és adequat en un espai/temps és contraproduent en un altre. En segon lloc, perquè la norma de les adopcions contraculturals és el rebuig.

Per això, les creacions humanístiques i les científiques més relacionades amb aquestes només tendeixen a originar-se i, en tot cas, a adoptar-se a les societats que posseeixen els valors culturals idonis. Més encara, si, com ja s'ha dit abans, hi ha una forta territorialitat en les relacions entre ambdues.

De tot això cal deduir que Barcelona, atès que té, a més d'un passat i un present manufacturer, una gran història de serveis quaternaris i, sobretot, de serveis quinaris i posseeix una estructura i una localització molt competitiva per al seu desenvolupament –probablement la millor d'Espanya i una de les millors del Mediterrani–, per tal de compensar els efectes negatius de la globalització, hauria d'utilitzar preferentment l'expansió d'aquests serveis, la qual cosa facilitaria, a més, l'aparició de les tecnologies punta que requereix la seva reconversió manufacturera.



Quant a això, qui dirigeixi aquest projecte hauria d'invertir la prioritat que avui es dona al capital humà sobre el social. Per això, cal remarcar que les polítiques adreçades a millorar el capital social són més efectives que les tradicionals, per exemple, les educatives, adreçades a incrementar el capital humà. Les polítiques adreçades a elevar el capital humà incentiven les persones a augmentar els seus coneixements productius i consumptius per mitjà dels diversos processos d'aprenentatge, incloent-hi el fonamental d'imitació, però a tall individual. És a dir, els construïts sobre referències icòniques o indicials. D'altra banda, les adreçades a elevar el capital social incentiven els mateixos processos d'aprenentatge, però de tipus social, és a dir, els construïts sobre referències simbòliques, que únicament resulten de la interacció i el consens social.

Tots dos tipus de polítiques són necessàries, però les primeres condicionen el desenvolupament de les segones. En efecte, els coneixements individuals de caire científic i tecnològic poden ser poc eficaços si esdevenen inaplicables perquè no hi ha una gran fiabilitat i confiança entre els interlocutors socials. Comportaments que només es produeixen si existeix la comunitat de creences i de valors que garanteixi un fort capital social.

Aquesta comunitat de creences, de valors, de normes implícites de comportament, etcètera, sempre s'ha de produir en l'àmbit productiu. Per això la conveniència de la identitat cultural territorial. En canvi, la generalització d'aquesta identitat a l'àmbit consumptiu no és imprescindible en el cas de les economies manufactureres. En efecte, es poden exportar manufactures a països força dispers i hostils. En canvi, la comunitat de valors entre els àmbits consumptius i productius és essencial a les economies de serveis. Especialment, en les dels serveis quinaris, dels serveis de creació. Per això es diu que el llenguatge és determinant de la seva àrea d'expansió.

Tanmateix, no és l'idioma l'indicador més determinant, només el més obvi. Els altres indicadors quinaris poden ser més determinants. Una economia centrada en la producció de serveis quinaris ha de ser l'àrea més progressiva i compromesa amb el progrés d'una subcivilització i, fonamentalment, només serveix per a aquesta subcivilització.



2. Un marc econòmic creatiu per a un territori postindustrial

Un marc econòmic per a un territori creatiu: els sectors quinaris

Aquest va ser el paper de Catalunya a Espanya al llarg del segle XIX, i aquest és el que hauria d'intentar tenir, amb la participació d'altres nuclis ibèrics i llatino-americans, pel que fa al món de cultura i de parla espanyola, al segle XXI. És un paper de més transcendència i més èxit probable que el de constituir una àrea manufacturera del sud d'Europa i del nord mediterrani. Perfil, aquest últim, que a més pot integrar i potenciar les manufactures d'alta tecnologia.



3. Dades d'interès per a la comprensió d'un sector estratègic en creixement

Ezequiel Baró, professor d'Economia Aplicada de la Facultat de Ciències Econòmiques de la Universitat de Barcelona.

La ponència del professor Ezequiel Baró complementa i dona suport a la tesi del catedràtic José Ramón Lasuén, a més hi afegeix algunes evidències i dades estadístiques que fan palesa la importància del sector quinari.

La primera evidència fa referència al camp dels serveis, en el qual s'insereixen les activitats quinquenàries

El sector de serveis ha esdevingut el sector econòmic, quantitativament més important, en totes les societats desenvolupades, tant en termes d'aportació al producte interior brut, com en termes d'ocupació.

Dades recents de l'**Organització per a la Cooperació i el Desenvolupament Econòmic** diuen que, actualment, prop del 68% del total del valor afegit brut de l'economia mundial és aportat per aquest tipus d'activitats. Tretze punts més que fa vint-i-cinc anys. Un percentatge semblant en termes d'ocupació en els països de l'OCDE.

Aquesta importància del sector terciari no és un fet nou. Des de l'acabament de la Segona Guerra Mundial, fins i tot es podria dir des d'abans, l'economia dels Estats Units, que és el país capdavanter en l'àmbit mundial, és fonamentalment una economia de serveis.

L'any 2003, l'aportació de les activitats de serveis al valor afegit brut de l'economia nord-americana fou del 74%, i del 77% en termes d'ocupació, davant d'un 12% d'ocupació manufacturera.



També des dels anys seixanta, les principals economies del centre i del nord de l'actual Unió Europea i, des de final dels anys setanta, les economies del sud d'aquesta àrea econòmica, entre les quals hi ha Espanya, han esdevingut, majoritàriament, economies terciàries.

Dels 164 milions d'ocupats que té la Unió Europea dels quinze, el 70%, uns 111 milions, treballen en serveis, mentre que, en el sector manufacturer, hi treballen 31 milions. És a dir, el 18,6%.

En els darrers anys, des del 1995 fins al 2003, el sector de serveis de la Unió Europea ha generat 15,6 milions d'ocupats, la resta de l'economia n'ha perdut prop de sis-cents mil i el sector manufacturer, set-cents seixanta mil.

Catalunya és un territori amb una llarga història d'economia manufacturera i el sector industrial continua tenint un pes rellevant, però, bàsicament, en les tres darreres dècades, les activitats de serveis han crescut molt, com a la resta de regions europees avançades, i són ara el sector majoritari.

A Catalunya, que ha tingut un creixement d'ocupació manufacturera, des del 1995 fins al 2003, l'ocupació en activitats de serveis ha crescut, respecte a la creació de llocs de treball manufacturers, gairebé tres vegades més.

Des del 1981 fins al 2001, l'increment de les activitats de serveis en termes d'ocupació a Barcelona ha crescut en deu punts percentuals, del 52% al 62%, i aquest percentatge augmenta encara més si agafem la Regió Metropolitana o la ciutat de Barcelona, en la qual el 75% de l'ocupació pertany a activitats terciàries.

Segona evidència: les activitats de serveis han tingut i tenen un paper cabdal en la transició de les economies industrials avançades cap a economies basades en el coneixement

El sector de serveis és el que més contribueix a la creació de llocs de treball qualificats o intensius en coneixement, utilitzant el terme d'Eurostat.



En el període del 1995 fins al 2003, a la Unió Europea dels quinze es van crear 10,7 milions de llocs de treball en el sector de serveis intensius en coneixement, dels quals una part substancial són serveis quinaris, i 1,5 milions de llocs de treball en els sectors de serveis d'alta tecnologia i intensius en coneixement. En el mateix període, l'ocupació en el sector manufacturer d'alta tecnologia es va reduir en quaranta-dues mil unitats.

Els serveis estan vinculats als processos de globalització de l'economia. L'expansió de les activitats de serveis han estat un factor determinant en el desplegament dels dos grans processos de globalització pels quals han passat les economies modernes.

La de final del segle XIX, va venir facilitada, en gran mesura, per la revolució tècnica en certs mitjans de transport, que són serveis, i també, encara que menys, per l'inicial desenvolupament de les comunicacions modernes. En la de final del segle XX, hi han tingut un paper essencial, òbviament, les tecnologies de la informació i les comunicacions, i els serveis que s'han creat i millorat al seu entorn.

Els **factors de creixement** dels serveis, a grans trets, han estat els següents:

El tradicional que els economistes atribuïen a l'increment de la demanda final de serveis. És a dir, els serveis creixen quan creix la renda perquè augmenta el consum o la demanda dels serveis.

L'increment de la participació dels serveis en els consums intermedis. A l'increment de la demanda final de serveis, s'hi ha afegit, en les darreres dècades, un segon factor, del qual ja hi ha prou evidència, que és l'increment de la participació dels serveis, molts dels quals també són quinaris, en els consums intermedis de gairebé totes les activitats de l'economia.

Retard en la reflexió sobre el sector de serveis

Les evidències aclaparadores sobre la importància de les activitats de serveis en les economies contemporànies, que es palesa avui dia, contrasten amb el retard,



encara molt considerable, en la reflexió, tant teòrica com política, sobre el sector de serveis en comparació, singularment, amb els altres sectors d'activitat i, particularment, amb el sector industrial.

Sembla que hi hagi un cert recel intel·lectual, una certa inèrcia històrica que ens fa considerar que les activitats de serveis, de qualsevol tipus de serveis, són poc productives, són poc innovadores i estan poc obertes a la competència, especialment a la competència internacional. Ara bé, d'això ja hi ha ara prou evidència que no és cert o almenys que és una veritat a mitges.

Les raons d'aquest retard les podríem trobar a tres nivells.

1. Una manca o una insuficiència en la conceptualització de la naturalesa de les activitats de serveis

Les considerem, per exemple, atès que no són productives o que no són innovadores, una mica, segons el model industrialista, segons el model dels serveis.

Probablement, els serveis el que fan és innovar d'una altra manera, i no tenim encara la perspectiva per apreciar aquesta capacitat innovadora.

Pel que fa al seu grau d'obertura a l'exterior, ocorre exactament el mateix. El comerç transfronterer de serveis és cert que només representa una cinquena part del total del comerç de béns i serveis que hi ha actualment a tot el món, mentre que el seu pes, com s'ha dit, en termes d'activitat econòmica, és del 65% al 70%, però també és cert que en el darrer període, especialment des del 1995 fins ara, el ritme de creixement d'aquest comerç transfronterer de serveis ha estat superior al ritme de creixement del comerç de béns manufacturats.

Cal afegir-hi que les inversions estrangeres directes han crescut molt més en l'àmbit dels serveis. L'any 1990 representaven el 49% del volum acumulat de totes les inversions d'aquesta mena; l'any 2002 eren ja el 60%, mentre que al sector manufacturer, aquestes inversions han baixat, en aquest mateix període, del 42 al 34%.



A més a més, especialment als anys noranta, hi ha hagut un fort augment d'altres modalitats, es podria dir, d'internacionalització de les activitats de serveis, com les fusions i les adquisicions transfrontereres, que a finals dels anys quaranta eren del 40% i a final dels anys noranta eren del 60%, o dels acords que no preveuen cap tipus de participació accionarial, com les franquícies o els contractes de gestió o els acords de col·laboració.

2. Els serveis tenen una pauta diferent i ens falta l'instrument estadístic per copsar aquesta realitat

La segona mancança important és la inexistència d'informació suficient sobre les activitats de serveis.

Podríem dir que hi ha una relació inversa entre la quantitat de dades estadístiques i el pes econòmic dels sectors. És a dir, tenim moltes dades estadístiques del sector agrari i del sector industrial, però en tenim molt poques del sector de serveis. Aquesta situació és inversament proporcional al pes que aquestes activitats tenen en les actuals economies modernes.

3. Un altre condicionant és el fet que encara s'estan analitzant les activitats de serveis com si s'analitzessin les activitats industrials

Aquest condicionant es tradueix també en les decisions polítiques. En l'organigrama dels governs es pot veure que es menysprea les activitats de serveis. Hi ha un ministeri d'indústria o un departament d'indústria, però, en canvi, no existeix un departament de serveis, pròpiament dit, que pugui analitzar aquestes activitats.

Una mostra d'aquestes mancances és l'existència de múltiples classificacions. Una de les classificacions més interessant és la que subdivideix aquestes activitats de serveis en tres categories de subserveis:

- 1) Els terciaris: serveis preferentment a les persones.



2) Els quaternaris: serveis adreçats prioritàriament a les empreses (circulació de béns, suport a la circulació de béns, és a dir, comerç, transport, comunicacions, finançament de les activitats, finances o assegurances i els serveis de les administracions públiques, de seguretat, judicials, de relacions internacionals, etcètera.

3) Finalment, els sectors quinaris, en els quals el denominador comú és que l'actiu principal, l'actiu motor de la seva activitat és el coneixement i la creativitat.

Referències al territori quinari a Catalunya i, més concretament, a la Regió Metropolitana de Barcelona

L'any 2001, segons les dades del cens, a Catalunya hi havia més de mig milió de persones que estaven ocupades en sectors que ara anomenem serveis quinaris. Això suposava més del 18% del total de l'ocupació del país.

Aquest mateix any 2001, l'ocupació dels serveis quinaris representava gairebé una cinquena part del total de l'ocupació de la Regió Metropolitana de Barcelona.

En l'àmbit territorial de la Regió Metropolitana de Barcelona, s'hi aplegaven les dues tercers parts dels ocupats a Catalunya en aquesta mena de serveis.

Els serveis quinaris són, per tant, activitats que es concentren principalment en els grans nuclis urbans.

L'any 2001, més d'un terç dels ocupats en serveis quinaris a Catalunya es localitzava a la ciutat de Barcelona.

Al municipi de Barcelona, l'ocupació en aquests sectors quinaris equivalia al 27,1% del total, un percentatge molt superior a la proporció d'ocupats en activitats industrials a la mateixa ciutat, que era només del 18%.

Els subsectors d'activitats quinàries tenen un pes semblant, tant si són sectors basats en activitats d'informació i en indústries culturals, sectors de sanitat,



sectors d'educació i sectors de serveis professionals científics i tècnics, com si són sectors d'activitats artístiques, d'entreteniment i de recreació.

En la darrera dècada intercensal, del 1991 al 2001, el nombre d'ocupats en el sector dels serveis quinaris va augmentar a Catalunya en dues-centes cinc mil persones, gairebé un 66%, una xifra equivalent al 36,7% de l'increment total esdevingut a l'ocupació en el conjunt de l'economia. Aquest augment fou molt més elevat que en qualsevol dels altres grans sectors d'activitats econòmiques. Una pauta de creixement semblant s'observa tant en l'àmbit de la Regió Metropolitana com, en particular, al municipi de Barcelona.

A la Regió Metropolitana, el nombre d'ocupats en els sectors de serveis quinaris va créixer en cent sis mil unitats, gairebé un 100% respecte a l'any 1991.

A Barcelona, l'augment fou de quaranta-tres mil i escaig persones, un 33% més respecte a l'any 1991, augment que, comparativament amb el creixement de l'ocupació de la ciutat durant aquest mateix període, és aclaparador, perquè l'ocupació a la ciutat de Barcelona va créixer, només, en un 3,4%.

Com s'ha dit, els serveis quinaris estan molt més concentrats territorialment que la resta d'activitats econòmiques, com també mostren una major tendència a concentrar-se en els grans nuclis urbans.

Així la ciutat de Barcelona té un perfil molt clar de ciutat de serveis, amb un índex d'especialització d'ocupació en aquestes activitats del 121,8.

No obstant això, l'índex d'especialització del municipi quant a l'ocupació de serveis quinaris és força superior, el 147,5.

La ciutat de Barcelona està també molt especialitzada, en comparació amb la resta de Catalunya, en les cinc categories de serveis quinaris considerades.

Finalment, cal assenyalar que, pel que fa al procés d'especialització, en els darrers anys, s'hi percep una tendència a la desconcentració, de manera que l'in-



3. Dades d'interès per a la comprensió d'un sector estratègic en creixement

Un marc econòmic per a un territori creatiu: els sectors quinaris

crement dels serveis quinaris a la Regió Metropolitana, sense comptar Barcelona, ha estat força superior a l'increment experimentat dins de la mateixa ciutat de Barcelona.



4. Perspectiva dels sectors quinaris

Introducció

Després d'escoltar les ponències de José Ramón Lasuén, catedràtic emèrit de Teoria Econòmica de la Universitat Autònoma de Madrid, i d'Ezequiel Baró, professor d'Economia Aplicada de la Facultat de Ciències Econòmiques de la Universitat de Barcelona, i de veure la pel·lícula *L'Àrea Metropolitana de Barcelona: territori quinari*, presentada per Joan Majó, director general de la Corporació Catalana de Ràdio i Televisió, ens ha semblat que era imprescindible escoltar el parer dels representants d'algunes de les indústries que identifiquem com a integrants del sector quinari.

Per tractar d'aquest sector i de les seves perspectives de futur, s'ha fet una tertúlia, similar a un cine fòrum, en què hi han intervingut les persones següents:

Jordi Portabella, segon tinent d'alcalde i president de la Comissió de Promoció Econòmica, Ocupació i Coneixement de l'Ajuntament de Barcelona; **Rosa Cullell**, presidenta de la Comissió de Prospectiva del PEMB i directora del Gran Teatre del Liceu; **Antonio Flores**, president de NODE Partners, SA; **Ildefons García Serena**, conseller delegat de Grey Trace; **Antoni Massanell**, president de la Fundació Barcelona Digital; **Àlex Ollé**, director artístic i conseller delegat de la Fura dels Baus; **Dòmenech Reixach**, director artístic del Teatre Nacional de Catalunya; **Enric Palau**, director d'Advanced Music, SL (Sonar); **Joan Rodés**, director general de l'Hospital Clínic i Provincial de Barcelona; **Anna Veiga** directora del Banc de Línies Cel·lulars del Centre de Medicina Regenerativa de Barcelona; **Francesc Villafañes**, *senior designer* de Volvo Group Desig Barcelona.



Així mateix, també hi havia una fila zero amb representants del sector. Cal destacar les intervencions d'**Oriol Ivern**, president de Cromosoma, SA, i **Antoni Esteve**, president de Lavinia, com a representants del sector audiovisual; i **Higini Raventós**, president d'Edad & Vida, en representació del sector de serveis a les persones.

A continuació oferim un resum dels temes tractats en aquesta tertúlia i de les conclusions –i algunes recomanacions– a què van arribar els seus participants.

De les conferències inaugurals, a càrrec de José Ramón Lasuén i d'Ezequiel Baró, i de la projecció de la pel·lícula *L'Àrea Metropolitana de Barcelona: territori quinari*, cal destacar la frase «Hem de deixar de ser persones i empreses del segle XIX» i, convindria afegir-hi, per esdevenir empreses del segle XXI.

Es remarca el fet que estem a punt de perdre al voltant de dos-cents mil llocs de treball. Segons les previsions, la tecnologia crearà uns cinquanta mil llocs de treball i els sectors quinaris en crearan els cent cinquanta mil que queden per recuperar. La qüestió clau, però, és saber quines han de ser les estratègies i les condicions favorables per aconseguir reemplaçar aquests dos-cents mil llocs de treball que es perdran. Per tal que aquest sector generi la riquesa i l'ocupació previstes en els pròxims anys, caldrà disposar de l'ajut adient perquè les empreses puguin tirar endavant.

Cultura i espectacle

Tot i que a l'Àrea Metropolitana de Barcelona s'han construït molts equipaments, alguns dels quals tenen gran audiència de públic de Barcelona i de Catalunya, de vegades no es poden satisfer totes les demandes del turisme cultural.

En contra de la idea que apunta que la cultura és una indústria subvencionada i deficitària, es coincideix en l'opinió que la cultura és font de riquesa.

Es parla que a Barcelona hi ha bones idees; és la capital de l'arquitectura i del disseny i hi ha aptitud perquè pugui esdevenir la capital dels serveis quinaris. Hi



ha una gran capacitat creadora que es fa palesa en les innovadores produccions que han dut a terme moltes companyies teatrals com, per exemple, la Fura dels Baus.

Ara bé, al costat d'aquestes circumstàncies positives, dins de l'àmbit cultural, també hi ha una sèrie de mancances, a conseqüència de les quals bona part de la producció es fa fora de les fronteres espanyoles. Aquestes mancances són, a grans trets, les següents:

- Manca de suport (públic i privat)
- Manca de capacitat per anticipar-se als esdeveniments
- Manca de confiança en la pròpia capacitat creadora
- Riscos continus en les inversions de les produccions teatrals

L'àmbit teatral i cultural requereix de més recursos públics i privats per reforçar-ne la creativitat i la producció interna.

- Recursos públics: les institucions han d'estar al costat de la cultura i li han de donar suport.
- Recursos privats: l'ajuda privada és fonamental. És important i necessari que en el futur es comenci a treballar en una bona llei de mecenatge. És primordial que el sector privat pugui desgravar i invertir en companyies de teatre o en festivals.

Si som capaços de crear, és important que també siguem capaços d'exportar. No és només una qüestió econòmica, cal disposar també de suport logístic. S'ha de vehicular la creació perquè es pugui exportar.

L'Àrea Metropolitana de Barcelona és un aparador cultural però encara no és una ciutat que es reconegui com a *factoria de creadors*. És important que els projectes vinculats amb les noves tecnologies s'apropin cada cop més a la gent per afavorir la formació de nous creadors i que, d'aquí un temps, Barcelona esdevingui també factoria de creadors.



Per tal que l'experiència acumulada dels representants del sector quinari serveixi per a altres persones, s'hauria de centralitzar o articular. El talent hi és i la creativitat, també.

El teatre ha canviat molt el seu concepte i la relació amb el ciutadà i amb l'espectador. Aquesta activitat artística ara es desenvolupa a cavall entre el sector de serveis (quinari), la indústria i la manufactura. En aquest sector, hi ha molta creativitat però encara és molt fràgil i queden moltes coses per fer. Com a fet creatiu, el teatre continua sent el d'Èsquil i Aristòfanes, però com a servei s'hi estan aplicant les noves tecnologies.

S'apunten algunes dificultats amb què s'enfronta el teatre:

- Dificultat d'accés als espais adequats per expressar aquesta creativitat
- Excessiva pressió fiscal
- Importants riscos empresarials
- Estan fora dels circuits habituals del turisme. Cal que les arts escèniques formin part de les agendes turístiques
- Cal una nova llei del mecenatge

Publicitat

Amb referència a la qüestió plantejada sobre si tenim seus d'empreses i si s'hi està fent prou perquè vinguin seus de multinacionals, s'apunta que encara és molt més gran el pes de persones i professionals que hi ha a Catalunya que no pas el pes econòmic de l'economia publicitària d'Espanya. Catalunya representa el 20% del producte publicitari nacional brut, però en termes de seus, de *head quarters* i de presidents espanyols que viuen a Catalunya som el 50%. Això vol dir que hi ha una prevalença publicitària pel fet de ser ciutat quinària. El sector quinari de la publicitat representa, aproximadament, per a l'economia de Catalunya, una aportació d'uns 7 milions d'euros diaris, i aplega unes set mil o vuit mil persones.



Un dels èxits que s'ha d'atribuir a Barcelona, a l'Àrea Metropolitana, i a Catalunya en general, és l'existència d'un jaciment de cultura acumulada, d'un sediment cultural molt important, que es nota i que transpira la ciutat. En publicitat, Catalunya ha estat pionera i, a més, ha estat primera en la Champions League mundial durant molts anys.

Pel que fa a la percepció global del sector publicitari, la visió és positiva, però no es pot baixar la guàrdia, s'han de protegir aquestes indústries quinaris.

Quant a l'existència d'un esperit i d'un capital social a Barcelona, que fa que moltes multinacionals s'hi vulguin establir, no necessàriament per produir físicament sinó per crear i utilitzar el coneixement que té aquesta ciutat, es va plantejar si hi ha una línia de creixement possible en aquest sentit.

Disseny i innovació

Pel que fa al disseny industrial, es va manifestar que Barcelona, enfront d'altres ciutats, molt relacionades amb la paraula disseny, com Milà, París o Londres, té l'avantatge de ser més oberta i polivalent. Aquesta mentalitat oberta es reflecteix en les diferents maneres de viure.

Els representants del sector del disseny i la innovació varen mostrar un tarannà molt optimista, però també realista, i van afegir un to crític al debat en explicar que es dediquen a la part dura del sector quinari, com és ajudar les empreses que fabriquen productes i que comercialitzen serveis a reconvertir-los en clau d'innovació.

Sanitat i recerca biomèdica

Els representants d'aquest sector es manifesten optimistes en l'àmbit de la gestió hospitalària perquè Barcelona té una estructura sanitària molt important. Tanmateix, en l'àmbit de la ciència adverteixen que cal ser més prudents.



Catalunya disposa d'una xarxa hospitalària excel·lent, que ofereix una assistència magnífica als malalts, però no està prou aprofitada, des del punt de vista científic i econòmic. Sempre es considera l'hospital com una font de despesa, però també pot ser un lloc de grans guanys, no només socials sinó també econòmics.

Catalunya, i l'Àrea Metropolitana de Barcelona, en particular, és potent en recerca clínica, però només en algunes àrees concretes. Es fa una recerca d'alt nivell, altament competitiva, internacionalitzada i que serveix d'estímul perquè vinguin més investigadors a formar-se.

La recerca clínica requereix la incorporació de recerca bàsica perquè el futur de l'assistència mèdica serà molt complex, serà molt important per als ciutadans, requerirà la incorporació de noves tecnologies que ara no estan en l'àmbit assistencial, com és la genòmica, la terapèutica personalitzada, la proteòmica i la bioinformàtica incorporada als hospitals.

Un dels defectes més importants, no solament a Catalunya, sinó també a Espanya, és fer la recerca bàsica separada dels hospitals. Aquesta s'ha de fer en els mateixos hospitals, perquè si volem transferir el coneixement a què dona lloc la ciència bàsica, l'hem de poder traslladar a la clínica, és a dir, al malalt.

Per tant, s'apunten tres conclusions:

- La recerca biomèdica s'ha de fer prop dels hospitals i interrelacionada amb aquests.
- L'hospital genera diners. Un hospital pot ser un nucli molt potent de producció de riquesa econòmica.
- Si es fa recerca, s'ha de fer arreu del món.

Hi ha tradició de recerca científica, però no s'hi han destinat, probablement, els recursos necessaris perquè tiri endavant. Sense recursos no hi ha recerca i sense recerca científica, un país no avança. En la recerca bàsica, els resultats són a llarg termini i, de vegades, no arriben. Seria bo aconseguir que Barcelona



pugui arribar a ser capdavantera pel que fa a la recerca bàsica. Als Estats Units d'Amèrica, hi ha centres en els quals es funciona únicament amb capital privat d'empreses no relacionades ni amb la biologia ni amb la medicina. Aquest és un exemple que s'hauria d'intentar seguir.

Des de l'àmbit de la investigació mèdica, es manifesta la sorpresa de conèixer l'existència del concepte quinari, tot i que de seguida s'afegeix la complaença pel fet de pertànyer a un nou sector que es perfila com el motor de creixement de Barcelona i de la seva Àrea Metropolitana.

Barcelona, dins de l'àmbit sanitari, ha tingut un entorn molt favorable, perquè hi ha centres i professionals força reconeguts en moltes especialitats. És un fet evident que la gent ve a Barcelona atreta per l'oferta i la qualitat que hi ha en el terreny mèdic i quirúrgic. És a dir, la gent ve a Barcelona no només pel turisme cultural, també per sotmetre's a operacions o a determinades tècniques mèdiques.

Pel que fa a l'àmbit més sanitari i d'assistència clínica, els professionals hi són, els centres hi són, només s'han de posar les estructures en marxa per tal de promoure el creixement en aquest sentit i que la gent vingui més a Barcelona.

Audiovisual

Un dels sectors emergents en els darrers anys, a causa de la bonança en la producció i l'exportació, és el relacionat amb el món audiovisual.

La qüestió fonamental que es planteja ara és si realment aquesta tendència continuarà creixent com ho està fent darrerament a Barcelona i a la seva Àrea Metropolitana.

Des del subsector audiovisual de l'animació, es constata que, evidentment, es tracta d'un sector estratègic per a l'Àrea Metropolitana de Barcelona –i per a Catalunya–, el qual, a més, no té tantes mancances com poden tenir altres sec-



tor quinaris, com el teatre, perquè potser és fa més fàcil l'exportació i la internacionalització, atesa la naturalesa de l'àmbit audiovisual.

Com a resposta a la pregunta sobre si tenim l'escenari adequat a Barcelona perquè creixi el subsector quinari de l'audiovisual de l'animació, els representants d'aquest sector indiquen que cal estimular el creixement, treure el màxim profit del districte 22⁰, que és el centre neuràlgic del que ha de ser la indústria quinquària del futur.

Serveis a les persones

De totes les circumstàncies favorables perquè el sector quinari avanci, el clima és un element clau, especialment pel que fa a les empreses que es dediquen a atendre les necessitats i les demandes de la gent gran, com Edat & Vida, una de les més interessants de les que s'han creat darrerament a Catalunya en aquest àmbit, com a conseqüència de l'envelliment progressiu de la població i les millors expectatives de vida.

Fa poc temps, les persones grans representaven només el 5% de la població, en canvi ara representen el 20%, la qual cosa significa que hi ha un important segment de la població formada per gent gran.

Aquest segment de la població ha estat atès fins ara per la societat, en general, i per les administracions, en particular, encara sota la imatge gairebé només de la beneficència, la qual cosa es considera molt lloable. Tanmateix, al segle XXI ja no es poden crear béns i serveis per a un 20% de la població d'aquí sota la imatge de la caritat, i menys si hi afegim tot el que ens ve de fora.

La població de persones grans demana béns i serveis en tots els sectors d'activitat, i no únicament pel que fa a la provisió de serveis específics de centres per a persones dependents, amb serveis a domicili, amb teleassistència, etcètera. A Barcelona i a la seva Àrea Metropolitana, cal fer una inversió molt forta en aquests serveis, perquè hi ha un ampli percentatge de la població que els dema-



narà i, a més, cal aprofitar l'immillorable posicionament estratègic de què disposa Catalunya.

Per tirar endavant aquest sector, cal que la societat i la mateixa Administració canviï la mentalitat sobre aquests serveis i que els tinguï en compte, que s'hi aproximïn sense por. S'ha d'avançar en l'esquema de col·laboració entre la iniciativa pública i la iniciativa privada.

Paper de l'Administració local

Cal quantificar millor el sector quinari. Una vegada quantificat, s'hauria de perdre la por a ajudar-lo des de l'àmbit institucional.

Pel que fa a les subvencions a la cultura i si aquesta es considera o no una indústria pròpiament dita, cal tenir present que hi intervenen molts factors, alguns dels quals els ha de rectificar l'Administració i altres la mateixa indústria cultural. La part del pressupost de cultura és un dels terrenys en què encara hi ha molt a fer molt i en el qual hi ha la possibilitat de creixement. També cal fer iniciatives en l'àmbit turístic amb relació a la cultura, com per exemple les següents:

- Caldria trobar un circuit turístic pròpiament cultural.
- S'hauria de treballar conjuntament i fer espectacles publicoprivats, que són els que realment funcionen.
- A partir d'aquí, convindria identificar el tipus específic de manifestació cultural que pot interessar el públic.

En una comunitat que camina cap a una societat mixta, cap a una especialització en la diversitat, dins de la mateixa cultura o dels diferents àmbits quinaris, és molt important el paper que ha de tenir l'Ajuntament.



a) Creació d'una atmosfera adequada

L'Ajuntament està intentant crear una atmosfera que sigui capaç d'atreure talent i aconseguir que els professionals vinguin i es quedin, és a dir, retenir el talent. Aquest és el cas del districte 22@ i d'altres iniciatives que pretenen crear un ambient que afavoreixi l'esperit creatiu i innovador.

b) Incentius

En l'àmbit dels incentius, el paper de l'Ajuntament és més complicat, perquè les partides assignades en els pressupostos no arriben per a tothom.

c) Planificació

S'ha de planificar i fixar les bases per afavorir la creació. Aquesta nova visió s'ha d'incorporar a la gestió diària de les empreses més tradicionals del segle XX. S'ha de procurar que canviïn els seus hàbits de gestió.



5. Conclusions

Algunes de les conclusions que es poden extreure de la IV Jornada Tècnica del Pla Estratègic Metropolità de Barcelona Un Marc Econòmic per a un Territori Creatiu, en les quals coincideixen la majoria dels participants, són les següents.

Canviar la mentalitat i l'actitud

En lloc de repetir models des d'una visió nostàlgica del passat, el que s'hauria de fer és canviar la mentalitat, inventar un nou model i crear referents originals. És necessari innovar i cercar noves formes, sense repetir estereotips.

El futur serà més quinari, en tots els sectors. Per tant, el que ens fa falta és imaginar-nos com serà el futur i de quina manera hi hem d'arribar. Les empreses han de fer aquest exercici d'imaginació per saber on se situarà tota aquesta indústria que es vol crear i que ha de generar molts llocs de treball, a més cal que s'adonin que necessiten fer un canvi radical. Cal canviar els hàbits de gestió de les empreses més tradicionals.

El que es demana a tots els àmbits del sector quinari és fomentar la gent capaç, atreure-la i aconseguir retenir-la.

Estructurar i quantificar

Cal estructurar i quantificar millor el sector quinari per promoure'n el creixement. Convindria que les institucions ajudessin a obtenir les dades més significatives del sector per poder prendre decisions encertades.



Cal una bona comunicació. S'hauria de convèncer la societat de la gran importància del sector quinari, comunicar la necessitat d'imaginar com serà el futur i d'introduir els canvis oportuns. S'ha de difondre la idea que el fet d'invertir en el sector quinari és invertir en el futur. El compromís de tots també servirà, perquè quan, des de les administracions o des de les empreses, hagin de triar on invertir els recursos, entenguin que invertir en aquests sectors és invertir en el futur.

Caldria desterrar certs mites establerts al llarg dels últims dos segles i actuar com a persones i empreses del segle XXI. També convé posar fi a alguns estereotips, com la falsa creença que apunta que certs àmbits del sector quinari, com la cultura i la sanitat, no són fonts de riquesa, i així començar a tenir-los en compte com a nuclis productors de guanys econòmics i socials.

Entre els principals handicaps del progrés, destaca la manca de recursos i de suport necessari, l'excessiva pressió fiscal, els riscos en les inversions en determinades produccions, la falta de previsió i la poca confiança en la capacitat creadora.

Es necessiten més recursos públics. Les institucions han d'estar al costat de la cultura i li han de donar suport. Cal que l'Administració local creï una atmosfera adequada, ofereixi incentius i planifiqui.

Cal disposar també de més recursos privats i d'una nova llei de mecenatge eficaç que estigui ben organitzada. Es considera fonamental que el sector privat pugui desgravar i fer inversions en l'àmbit del sector quinari. S'ha de fomentar la col·laboració entre la iniciativa pública i la iniciativa privada.

Ocupació

Per crear les condicions necessàries perquè les empreses puguin crear els llocs de treball que es preveuen que es perdran, cal disposar de l'ajut pertinent del sector públic i privat. És necessari conèixer les estratègies i les condicions favorables per afavorir l'ocupació.



Tot i que és un concepte relativament nou i poc estès, el quinari es considera ja un sector rellevant i el motor de creixement de Barcelona i la seva Àrea Metropolitana.



Pla Estratègic Metropolità de Barcelona

Institucions membres de la Comissió Delegada del Consell General

Departament d'Economia i Finances de la Generalitat de Catalunya

Ajuntament de Badalona
Ajuntament de Barcelona
Ajuntament de Cornellà de Llobregat
Ajuntament del Prat de Llobregat
Ajuntament de l'Hospitalet de Llobregat
Ajuntament de Montcada i Reixac
Ajuntament de Santa Coloma de Gramenet
Ajuntament de Palnejà
Ajuntament del Papiol

Consell Comarcal del Baix Llobregat
Consell Comarcal del Barcelonès
Entitat Metropolitana del Medi Ambient
Entitat Metropolitana del Transport

Aena
Autoritat Portuària de Barcelona
Cambra Oficial de Comerç Indústria i Navegació de Barcelona
Cercle d'Economia
Comissió Obrera Nacional de Catalunya
Consorci de la Zona Franca de Barcelona
Diputació de Barcelona
Fira de Barcelona
Foment del Treball Nacional
Mancomunitat de Municipis de l'Àrea Metropolitana de Barcelona
Unió General de Treballadors de Catalunya
Universitat de Barcelona

Institució promotora

Ajuntament  de Barcelona

Amb la col·laboració de

